

СТАНОВЛЕНИЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.А. Белкина – студентка, О.В. Евстигнеева – доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Гостиничное дело в России возникло с появлением и развитием потребностей людей в общении и необходимостью совершения различного рода поездок, но в большей степени – благодаря становлению торговых отношений с соседними государствами, а также внутри страны. Понятие «гостиница» произошло от слова «гость», которое с X-XI вв. прочно закрепляется в древнерусском языке. Гостем в Древней Руси обычно называли иноземных купцов и русских торговых людей, торговавших с другими княжествами. Приют и все необходимое предоставлялось «гостям» в специальных заведениях – гостинных дворах. Гостинный двор – это помещение, где приезжим предлагались размещение и питание, а также возможности для совершения коммерческих операций, т.е. в гостинных дворах объединялись меблированные комнаты, торговые ряды, лавки и склады. Первые гостинные дворы – готский и немецкий – появляются в Новгороде в XII в., впоследствии, в XVI в., устраиваются шведский и датский гостинные дворы.

Самыми первыми из известных правовых норм, регламентирующих гостиничную деятельность на Руси, были нормы, существовавшие в новгородских гостинных дворах. Организация гостинных дворов требовала установления определенных правил совместного проживания, для чего и был выработан устав двора, известный под названием «скра». Первая дошедшая до нас скра относится ко второй четверти XIII в. Скра регламентировала организацию гостинных дворов, их административное устройство и порядок размещения купцов во дворах, в том числе устанавливала размер платы за постой, а также ограничения по количеству прибывающих и срокам их нахождения в гостинных дворах. Скра представляла собой первые правила предоставления гостиничных услуг в России и устанавливала правовые основы деятельности гостиничных образований того времени.

В XV в. был учрежден Ямской приказ, который создавал ямские станции, организовывал тяговую повинность и управлял ямщиками по всей Руси. Распространение в России к XVII в. регулярной почтовой и транспортной сети на конной тяге послужило толчком к дальнейшему интенсивному развитию гостиничных предприятий. Услуги размещения и питания предоставлялись на постоялых дворах в ямских поселках и дополняли основные услуги, оказываемыми ямщиками. XIX век ознаменован официальным юридическим подтверждением создания гостиниц и ресторанов вследствие принятия 2 февраля 1821 г. Положения о гостиницах, ресторанах, кофейных домах, трактирах и харчевнях. Положение содержало нормы, касающиеся режима работы гостиничных заведений, их внутреннего устройства и оборудования, устанавливало перечень лиц, которым запрещалось находиться в подобных заведениях.

Вторая половина XIX в. в России характеризуется интенсивным гостиничным строительством и увеличением числа путешествующих; активно развиваются курорты Крыма, Краснодарского края, Кавказа. Во время Первой мировой войны и октябрьской революции гостиничное хозяйство страны пришло в запустение. Гражданская война, трудное экономическое положение страны, хроническое недофинансирование гостиничного хозяйства и полное отсутствие организации гостиничного дела в стране привели отрасль в крайне плачевное состояние. Материальная база гостиниц была сильно изношена, сервис оставался на низком уровне, а все вместе взятое выливалось в убыточность отрасли и указывало на необходимость дотировать ее из государственного бюджета.

В 30-е гг. прошлого века предпринимаются шаги по восстановлению и развитию гостиничного хозяйства страны. Народный комиссариат коммунального хозяйства РСФСР выпускает приказ №676 от 11 сентября 1939 г., которым утверждает типовой устав гостиничного треста местного Совета. Гостиничный трест являлся самостоятельной хозяйственной единицей и действовал на принципах хозяйственного расчета. На него возлагались хозяйственное управление переданными ему гостиницами и подсобными предприятиями, организация ка-

питального и текущего ремонта гостиниц и подсобных предприятий, распределение лимитов, разработка и проведение мероприятий по внедрению хозяйственного расчета в гостиничном хозяйстве и на предприятиях треста, проведение мероприятий по всемерному улучшению состояния гостиниц и обслуживания проживающих в них граждан и т.д.

В период Великой Отечественной войны немецкие войска, временно оккупировавшие часть территории СССР, нанесли огромный ущерб гостиничному хозяйству страны: многие гостиницы были либо полностью разрушены, либо сильно повреждены; ряд гостиниц во время войны были переоборудованы в госпитали. Не дожидаясь окончания войны, государство принимает меры по восстановлению отрасли. Постановлением Совета народных комиссаров РСФСР от 5 апреля 1943 г. № 336 в составе Народного комиссариата коммунального хозяйства организовывалось Главное управление гостиничного хозяйства. Предусматривались оперативные меры быстрого ремонта разрушенного гостиничного фонда, мебели, оборудования, инвентаря. Для упорядочения взаимоотношений между проживающими в гостиницах гражданами и обслуживающим персоналом были введены Правила внутреннего распорядка в гостиницах, находящихся в ведении местных Советов РСФСР (приказ Министерства коммунального хозяйства РСФСР от 10 июня 1946 г. №317).

Принятие в 1964 г. нового Гражданского кодекса не изменило ситуацию в сфере регулирования отношений по оказанию гостиничных услуг. Указанный Гражданский кодекс, так же как и кодекс 1922 г., не урегулировал отношения по оказанию услуг, в том числе и гостиничных. Гражданский кодекс 1964 г. относит отношения, складывающиеся в гостиничной сфере, к жилищным правоотношениям.

Деятельность по оказанию гостиничных услуг впервые получила правовое регулирование с принятием Гражданского кодекса РФ в 1994 г. и Правил предоставления гостиничных услуг в 1997 г.

Таким образом, несмотря на то, что правовое регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг начало свое развитие еще в XIII в., современную нормативную правовую базу, регулиующую предоставление гостиничных услуг нельзя назвать совершенной, так как впервые деятельность по оказанию гостиничных услуг получила правовое обеспечение только в XX в. и сегодня осуществляется преимущественно на подзаконном уровне и является неполным. Индустрия гостеприимства нуждается в качественной проработке всех аспектов на законодательном уровне и должна регулироваться самостоятельным кодифицированным правовым документом, содержащим в себе действующие нормы, как российского законодательства, так и международных правил, регулирующих деятельность по оказанию гостиничных услуг. Такой документ будет призван устранить неточности, двусмысленность и пробелы в современных правовых нормах, регулирующих гостиничную деятельность.

ЖИВЫЕ КРАСКИ ФЛОРЕНТИЙСКОЙ МОЗАИКИ ГОРНОЙ КОЛЫВАНИ

Бескромных И.В.- студент, Леденева И.И.- доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Горная Колывань входит в «Золотое кольцо» Алтайского края по туризму. Особый интерес у туристов из Японии, Германии и других стран вызывает бывшая шлифовальная фабрика Императорского Двора, которая ведет свою летопись с начала XIX в. - времени наивысшего расцвета камнерезного дела в России. За 200 с лишним лет более тысячи значительных произведений камнерезной Колывани разошлись по всему миру. В каталоге Эрмитажа насчитывается не одна сотня роскошных, окантованных в золотые узоры, ваз, торшеров, чаш, камей и других изделий. Гордостью Колывани является «Царица ваза» - крупнейшая в мире овальная каменная чаша, украшающая Эрмитаж. Выполнена она по проекту А.И. Мельникова (1820-1843гг.) Изображение вазы находится на гербе Алтайского края.

Художественные произведения из Горной Колывани украшают дворцы, храмы, санатории и метрополитены. Их можно встретить в музеях и частных коллекциях Франции и Германии, Англии и Америки, Японии и Швеции. Участие колыванских изделий в международ-

ных и Российских выставках принесло признание и высокие награды. Начиная с Лондонской выставки 1851г. высшую оценку камнерезные изделия Горной Колывани получили в городах: Париже, Вене, Чикаго, Мехико, Нью-Дели, Софии, Москве, Ленинграде, Новосибирске, Барнауле и других.

В 1802 г. на берегу реки Белой возникла колоссальная фабрика – центр художественной обработки камня на Алтае, отличающийся самобытностью и ярким индивидуальным стилем колыванского камнерезного искусства. С царских времен до наших дней в Горной Колывани сохранился архитектурный ансамбль построек с плотиной и другими сооружениями. На территории бывшей колоссальной фабрики успешно работает государственное унитарное предприятие «Колыванский камнерезный завод им. И.И.Ползунова». Мастера-камнерезы художественного цеха продолжают создавать уникальные изделия. Завод выпускает вазы, шкатулки, письменные приборы, столы с инкрустацией. Освоено производство мелкой и средней пластики. Особой гордостью колыванского завода является возрождение флорентийской мозаики.

В 1982 г. Г.Алексеев первым задумал и осуществил каменное панно «Океан» в технике «флорентийская мозаика» для санатория «Обь». В 1984г. им было исполнено декоративное панно для речного вокзала в городе Барнауле. Его восемь «каменных картин» украшают станцию метро «Сибирская» в городе Новосибирске, а в городе Рубцовске панно «Алтайсбербанк».

С 1980 г. выпускниками Нижнетагильского художественно-промышленного училища А. Дербеневым, О. Демидовым и В. Плюхиным создано много интересных работ в камне. А. Дербенев - автор мозаичных панно: «Глухарь», «Пейзаж с сосной», «Звездный конь», «Совушка» и другие. В 1997г. им выполнена в технике флорентийской мозаики икона «Николай Чудотворец», для Никольского храма в городе Барнауле. В последние годы востребованы изготовленные из вечного материала мозаичные иконы: «Николай Угодник», «Серафим Саровский», «Александр Невский», «Сергий Радонежский», «Казанская Божья Матерь», «Спас Нерукотворный», «Святой архангел Михаил», «Святитель Николай» и другие, которые украшают храмы и часовни России. Исполняет иконы В. Светочев по разработкам художников завода. Нашли своё достойное место живописные мозаики «Алтай витамины» А. Биттера в г.Бийске. Мозаичное панно «Начало великой реки» О.Демидова украшает интерьеры санатория «Обь». Популярны его небольшие работы в технике флорентийской мозаики: «В лесу», «Снегири», «Водопад», «Банька», «Осень» и др.

Художниками, которые работали на заводе, созданы интересные мозаики: «Колывань», «Озеро Белое» (С. Плюхин), «Закат на море», «Морской пейзаж», «В день рождения», «Ночной дозор», «Красный конь», «Утро на Белой речке» (К.Крыхтин), «Орел», «Медведь», «Лиса», «Олень» (Н.Дорохова), Произведения колыванских мозаичистов украшают лучшие интерьеры городов. Много оригинальных работ исполнено Ю.Шумовым и С. Страйстари.

Удивительная мозаика «Моховое озеро» радует посетителей Драматического театра В.М.Шукшина, выполненная по эскизу молодого колыванского художника А.Дорохова - выпускника дизайнерского отделения Новоалтайского гос. художественного училища. В настоящее время им ведется работа над двумя флорентийскими мозаиками «Бирюзовая Катунь» и «Водопад» для санатория «Обь». С 2004 г. А.Дороховым выполнены авторские мозаики: «Омут», «Коргонское ущелье», «Зимовье», «Сосновый бор», «Весна в тайге», «Чертов мост», «Ледник» и др. Ушли из жизни династии Тихобаевых, Воротниковых, Поднебесных, Ивачевых и других мастеров – камнерезов, стоявших у истоков. До сегодняшнего дня на колыванском камнерезном заводе творчески работают художники: О.Демидов, А. Дербенев, А.Дорохов, который продолжает дело А.И. Дорохова, выпускника Санкт-Петербургской академии, и прадеда Ф.С. Дорохова, выпускника Петергофской гимназии.

Сложный процесс последовательности работы над флорентийской мозаикой включает: первоначальные разработки эскизов, картон в натуральную величину по выбранному эскизу. С картона снимают кальки для «прямого» или «обратного набора» каменной мозаики. На колыванском камнерезном заводе применяется более удобный способ мозаичного «прямого

набора». Выполнение этого набора заключается в том, что весь процесс ведется «лицом вверх» на квадратах из гранита, диабазы или других материалов. Техника «прямого набора» позволяет видеть процесс составления мозаики, а не работать вслепую. Каменные пластины закрепляются при помощи эпоксидной смолы. Лицевая поверхность обрабатывается до блеска. Шлифовка и полировка мозаики производится с помощью шлифовально-полировального круга, с использованием схожих или более прочных абразивов. «Прямой набор» облегчил создание великолепных и высокохудожественных произведений «мозаичной живописи». После обработки лицевой поверхности повышается живописная выразительность мозаики, достигается усиление интенсивности, звучности и глубины цветовых тонов. При «обратном наборе» кусочки камня укладывают лицевой стороной вниз на стекло, чтобы поверхность была ровной и рисунок узоров не нарушался.

Современная флорентийская мозаика, выполненная мастерами камнерезами в XX-XXI вв. по эскизам художников не уступает по красоте «каменным картинам» эпохи Микеланджело. Современная техника изготовления позволяет выполнять мозаики различных размеров от монументальных - на стенах роскошных зданий, до небольших и миниатюрных панно - на шкатулках, столешницах, шахматах и других декоративных элементах. Фамильные изделия с гербом, знаком или эмблемой семьи, как память могут передаваться от поколения к поколению. Они не только красивы, но и долговечны. Художественные изделия алтайских камнерезов, предназначенные для эстетического восприятия, украшают выставки, станции метро, дворцы и другие объекты. Небольшие «картины», выполненные в технике флорентийской мозаики, востребованы и занимают достойное место в художественном оформлении интерьеров не только коттеджных построек, но и небольших квартир.

За 210 лет в стенах фабрики созданы уникальные произведения камнерезного искусства, которые потрясли мир и скромные изделия, приносящие радость простому обывателю. Для знакомства с историей создания производства, техникой изготовления флорентийской мозаики и других изделий проводятся экскурсии для школьников, студентов, иностранных туристов и других категорий приезжих. В ознакомительную программу входят посещение музея камнерезного дела на Алтае, музея готовой продукции, ансамбля архитектурных сооружений, искусственного пруда с плотиной – чудом инженерно-строительной техники, осмотр водяного колеса приводившего в действие механизмы камнерезного завода.

История возникновения камнерезного дела на Алтае привлекает все большее количество туристов.

ЗИМНИЙ САД В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ УСАДЬБЕ.

Бубенщикова А. – студентка, Ревякина Н.В. – д.б.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Зимний сад – это прекрасное место для отдыха, организованное в самом удобном месте жилого дома или офиса.

Как известно, нахождение на природе оказывает положительный эффект на психику человека, успокаивает, снимает стрессы. Свежий воздух, выделяемый растениями Зимнего сада это прекрасная альтернатива автомобильным выхлопам и дыму заводских труб. Устроив кабинет в зимнем саду или зону отдыха, можно повысить работоспособность, настроение и настроится на положительные эмоции.

Зимний сад – сооружение из легких светопрозрачных конструкций, пристроенное к зданию, размещенное на верхнем этаже или отдельно стоящее. Дом, оснащенный зимним садом, имеет следующие преимущества:

- расширение жилого пространства,
- климатический буфер перед домом,
- световой оазис в доме,
- наслаждение солнечным светом в теплый и холодный период года,

- связь с природой,
- выращивание цветов и растений круглый год.

До середины 19-го века словосочетание «зимний сад» во многих европейских языках носило характер метафоры, означая место бегства от трудностей реальной жизни. Первым вариантом воплощения этой идеи стали оранжереи, начало их строительства относится еще к 16-17-му векам. В России зимние сады строились в усадьбах дворянства (Кусково, Горенки, Поречье, Отрада, Архангельское, Павловск). Но только в конце 19-го века «зимние сады» начали приобретать современный вид – жилые комнаты и оранжереи были соединены в общее пространство. Вместе с тем, очень долго «зимние сады» использовали в качестве теплиц для выращивания растений.

Современные «зимние сады» принято делить по назначению и типу отопления на следующие типы:

Буферного типа - нежилое, неотапливаемое помещение. Это может быть остекление лоджий и балконов, или, например, выполненный как «зимний сад» входной тамбур.

«Зимний сад» верандного типа - сезонно жилой, неотапливаемый, слабо озелененный. В частности, к этому типу "зимних садов" могут быть отнесены веранды.

«Зимний сад» - сезонно жилой, частично отапливаемый, слабо озелененный.

Жилой «зимний сад» - постоянно жилой, отапливаемый, озелененный.

Оранжерея - практически нежилой, частично отапливаемый, сильно озелененный.

По типу своей интеграции с домом «зимний сад» может быть:

Пристроенным к дому ("зимний сад" примыкает к дому с одной стороны или на углу - с двух сторон).

Интегрированный в дом - проникающий внутрь здания объем со стеклянной крышей («зимний сад» примыкает к дому с двух или с трех сторон).

Пристраиваемые «зимние сады» и их формы

Современные «зимние сады» не обходятся без различных инженерных систем: отопления, вентиляции, полива, увлажнения, освещения.

С появлением новых технологий строительства и легких, но прочных материалов устройство «зимних садов» значительно упростилось. Появились возможности для их возведения не только в частных домах, но и в городских квартирах. Однако для того чтобы обустроить подобное место отдыха, недостаточно просто возвести стены, и поставить растения. Сегодня «зимним садом» называют сооружение, отвечающее не только строительным, но и эстетическим нормам дизайна. И если при строительстве не возникает много вопросов, то проблема внутреннего оформления всегда была одной из самых острых. Всем хочется, чтобы «зимний сад» был не только теплым, но и уютным.

Оригинальность и неповторимость «зимнему саду» придают многими способами. Сады украшают различными декоративными элементами (цветочницами, статуэтками, вазонами, фонариками), альпийскими горками, бассейнами, водопадами, декоративными прудами с рыбками и т.п.

Человек, живущий в бурном XXI веке, нуждается в умиротворении, отдыхе, расслаблении, чем и обеспечивает «зимний сад», «райское место» в доме.

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ СТРАТЕГИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Воробьева Т. А. – студентка

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Индустрия туризма уникальна тем, что служащие составляют часть ее конечного продукта, являясь одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации; следовательно, «качество обслуживания в туристских организациях зависит от мастерства и сознательности служащих». Поэтому, основу концепции управления персоналом организации составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок,

умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией, формирующими мотивацию к творческому, инновационному труду.

Соответственно, необходимо определить средства воздействия на человека, которые в совокупности составляют процесс управления людьми, включающий в себя: подбор работников, их подготовку и переподготовку, отношения между ними и их вознаграждение. При этом необходимо учитывать потребности человека как источника мыслей, поступков и социальную среду, которая одновременно и порождает потребности. Учет всех этих факторов в их взаимосвязи и взаимозависимости является необходимым условием эффективного управления организацией.

Говоря о деятельности по управлению персоналом «как о целенаправленном воздействии на человеческую составляющую организации, ориентированном на приведение в соответствие возможностей персонала и целей, стратегий, условий развития организации, то одна из важнейших составных управленческой деятельности – управление персоналом», как правило, основывается на методе управления – наборе способов, приемов, средств воздействия на управляемый объект. Социально-ориентированная структура управления персоналом на предприятии гостеприимства должна строиться на социально-психологических методах управления, опираясь на убеждения, моральное стимулирование, сознательность своих работников. «От настроения людей, их возраста, пола, уровня образованности, характера, менталитета, исповедуемых ценностей зависит эффект группового взаимодействия, результаты работы, производительность труда, взаимоотношения с клиентами и партнерами». Социально-психологический метод основан на том, что, зная особенности характера каждого отдельного человека, можно прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении.

Так как каждому из сложившихся методов управления соответствует вполне определенный стиль управления, то для организации социально-ориентированного стимулирования деятельности работников предприятиям сферы гостеприимства наиболее соответствует демократический стиль управления, так как все вопросы решаются коллегиально, усиливая социальную активность работников, так как они могут принимать участие в решении вопросов, влияющих как на саму работу предприятия, так и на итоги этой работы, используя свои знания и опыт, получая при этом заслуженное признание в коллективе и у руководителя, и чувствуя свою значимость.

Данный стиль является наиболее эффективным, так как он обеспечивает высокую вероятность правильных взвешенных решений, высокие производственные результаты труда, инициативу, активность сотрудников, удовлетворенность людей своей работой и членством в коллективе, благоприятный психологический климат и сплоченность коллектива.

Корпоративная культура является внешним проявлением стратегии управления, существующей на предприятии. На гостиничных предприятиях корпоративную культуру можно определить как уровень доверия, гостеприимства, стремления и ценности, разделяемые всеми работниками предприятия и «предопределяющие нормы их поведения в процессе обслуживания гостей (туристов)». Сотрудники гостиничного предприятия образуют не просто трудовой коллектив работников, а коллектив единомышленников, объединенных общими ценностями и устремлениями. Поэтому, необходимо так организовать труд, чтобы каждый работник прилагал максимум усилий для выполнения поставленных задач, для этого в любой организации, интенсивно использующей рабочую силу, очень важно уделять должное внимание мотивации персонала, которая дает представление о направлении его действий.

Социально-ориентированные виды мотивации побуждают работников к деятельности, эффективно управляя их поведением, способствующему достижению целей организации, то есть используют побудители человеческой активности. Это, прежде всего, мотивы, социально удовлетворяющие работников: самоуважение, удовлетворение своей работой, стремление к успеху, профессиональному и должностному развитию. Безусловно, это и материальное стимулирование сотрудников: помимо заработной платы, это всевозможные премии и доплаты, возможность взять отгул и многое другое. Таким образом, сотрудники понимают, что за выполнение определенных задач, они будут заслуженно дополнительно вознаграждены.

Для желаяния сотрудника активно участвовать в жизни гостиницы, ему также необходимо видеть свой профессиональный рост (см. рис. 1) в ближайшем будущем, который может обеспечить ему руководство, выражающейся через обучение, повышение квалификации, а также тренингов, которые, к тому же, развивают личностные качества человека, такие как, например, умение разрешить конфликт, умение заинтересовать клиента в предоставляемой услуге и другие. Возможность профессионального развития в собственной фирме высоко оценивается работниками и оказывает большое влияние на принятие ими решения работать в той или иной организации, а капиталовложения в профессиональное развитие создают благоприятный климат, повышают мотивацию сотрудников и их преданность организации.



Рис. 1. Модель профессионализма сотрудников [2]

Таким образом, для успешной деятельности любого предприятия социально-культурного сервиса и туризма, а в частности, для предприятия сферы гостеприимства, необходимо создание эффективной организационной структуры управления, состоящей из хорошо продуманной внутренней структуры и рациональной системы управления персоналом, цель которой состоит в том, чтобы мотивировать служащих на предоставление клиентам качественного и удовлетворяющего их обслуживания. А это невозможно без соответствующей координации действий персонала, мотивации и формирования корпоративной культуры, повышающей лояльность потребителей к гостиничной организации.

ПОСТАНОВКА ЭКСКУРСИОННОЙ РАБОТЫ НА АЛТАЕ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

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

В начале XX века среди образовательных учреждений Алтая все более актуальной становится идея образовательных экскурсий учащихся. Данные мероприятия, по мнению педагогов, должны были способствовать расширению кругозора учащихся и укреплению их здоровья.

В организации первых образовательных экскурсий большую роль сыграл исследователь Алтая, ботаник и краевед Виктор Иванович Верещагин. Окончив в 1897 г. Петербургский университет Виктор Иванович в 1899 г. приехал в Барнаул и поступил преподавателем естествознания в Барнаульское реальное училище. 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 (занимался сбором энтомологического материала и производством наблюдений по термометру и aneroidу) 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 Саракольдюк 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. Дублиеты ботанических сборов были переданы в Томский университет.

Летом 1909 г. Виктора Иванович организовал образовательную поездку большой группы учащихся в Горный Алтай.

Удачный опыт этой экскурсии побудил родительский комитет Барнаульского реального училища устроить образовательную поездку учеников и в 1910 г. На этот раз планировалось вывезти учащихся на лето в Крым, включив в их число учеников из неимущих семей за счет средств училища.

В апреле 1910 г. родительский комитет обратился к хозяевам барнаульских кинематографов с просьбой оказать материальную помощь участникам предстоящей экскурсии. На просьбу охотно откликнулись владельцы «Триумфа» и «Трио».

6 апреля электротheater «Триумф» провел благотворительные сеансы сбор от которых в сумме 501 руб. 4 коп. поступил председателю родительского комитета П.Т. Селиванову.

24 апреля благотворительные сеансы провел электротheater «Трио».

К концу апреля 1910 г. окончательно определился маршрут экскурсии.

От первоначальной идеи уделить основное внимание Крыму пришлось отказаться, так как найти помещение для экскурсантов в горячий летний сезон оказалось сложно.

Руководство училища сумело договориться с кавказскими учебными заведениями, которые согласились приютить сибирских реалистов абсолютно бесплатно. Таким образом, наибольшее внимание решено было уделить Кавказу, а через Крым лишь вернуться домой.

В окончательном варианте маршрут экскурсии выглядел следующим образом: от Барнаула до Ново-Николаевска на пароходе по реке Оби; от Ново-Николаевска по железной дороге до Самары; от Самары на пароходе по Волге до Царицына; от Царицына по железной дороге до Пятигорска; Пятигорск и Кисловодск с восхождением на Машук и Бештау; от Пятигорска по железной дороге до Владикавказа; от Владикавказа по Военно-грузинской дороге в фургоне до Тифлиса с восхождением от Гвилетской сторожки к Девдоракскому леднику и посещением Гулетского водопада; от Тифлиса по железной дороге до Батума; от Батума морем на пароходе до Севастополя с посещением Сухума, Нового Афона, Новороссийска и Феодосии; от Севастополя по железной дороге до Москвы; из Москвы по железной дороге до Ново-Николаевска; из Ново-Николаевска пароходом до Барнаула.

В виду того, что поездка по намеченному маршруту была первым опытом дальнейшей учебной экспедиции из Сибири, число участников ограничили 15-ю учениками (один ученик 7-го класса, шесть – 6-го класса, четыре – 5-го класса, один – 4-го класса и трое – 3-го класса). Шесть учеников отправлялись на экскурсию бесплатно (на счет средств, отпущенных родительским комитетом), трое – оплачивали половину; остальные путешествовали на собственные средства.

Руководителем группы единогласно избрали В.И. Верещагина.

Участники экскурсии основательно подготовились к дальнейшему путешествию. Все без исключения прошли тщательный медицинский осмотр.

Каждый экскурсант имел при себе: одеяло, маленькую подушечку, пальто и чемодан с бельем. Перед поездкой ученикам был дан реестр необходимых вещей.

Общее снаряжение экспедиции состояло из: 5 пар железных ботанических рамок и запаса сукна для сушки растений, 15 ботанических папок, запаса серой бумаги для растений, энтомологических банок, 15 энтомологических сачков, коробок с ватой для жуков, бумажных треугольников для бабочек, пинцетов, геологического молотка, анероида Ноде, походной

Келеровской аптечки, фотографического аппарата и фотографических пластинок, термометра-праща.

8 июня барнаульские реалисты отправились в путь.

Маршрут поездки захватил живописные местности России: Урал, Волгу, Кавказ и Крым. В целях достижения большего разнообразия и меньшей утомительности железнодорожный путь чередовался с путешествием на пароходе и поездкой в фургоне. Довольно много пришлось ходить пешком. В целях экономии экскурсанты путешествовали по железной дороге в 3 классе, а на пароходе во 2-м.

Наибольшее впечатление на учащихся произвел Кавказ. В.И. Верещагин, выражая общее впечатление, отмечал: «Действительно, по красоте и величию картин природы, по необыкновенному разнообразию ее явлений, Кавказ, бесспорно, занимает первое место среди местностей, доступных экскурсантам. Цветущие степи Прикубанья и высочайшие горные вершины, увенчанные вечными снегами и ледниками, альпийская растительность у Девдаракского ледника и на крестовом перевале и роскошная субтропическая флора побережья Черного моря, сухие долины Грузии и влажная долина Риони, наконец, Черное море дают ряд картин, которые никогда не забудутся юными путешественниками».

Во время путешествия по Кавказу, реалисты не сидели без дела. По отзывам проводника Горного клуба в Пятигорске, барнаульская экскурсия выгодно отличалась от других экскурсий тем, что ее участники не ограничивались осмотром достопримечательностей, а были привлечены к активной работе, состоявшей в собирании естественноисторических коллекций и метеорологических наблюдениях. Такая работа не только заставляла внимательно присматриваться к окружающему миру, но и давала возможность делать целый ряд маленьких открытий, которые доставляли наслаждение юным натуралистам.

25 июля барнаульские реалисты вернулись домой. Общая продолжительность экскурсии составила 47 дней. Стоимость экскурсии около 80 рублей на человека, то есть каждый экскурсионный день обошелся приблизительно 1 рубль 70 копеек. Во время экскурсии все ее участники отличались бодрым жизнерадостным настроением. Заболеваниям подверглись всего три ученика: один в Пятигорске в продолжение одного дня болел расстройством желудка, другой заболел расстройством желудка в Тифлисе (2 дня), третий простудился в Новом Афоне при посещении пещеры Симона Кананита (болел 3 дня).

При остановках в городах экскурсанты пользовались бесплатными помещениями всюду, за исключением Москвы. Так, например, в Пятигорске они останавливались в помещении Кавказского горного общества, во Владикавказе местный Горный клуб отвел им помещение в русско-еврейской школе, (директор гимназии отказался принять экскурсантов). При поездке по Военно-Грузинской дороге ночевали два раза в Гвилетской сторожке, затем в дорожной казарме в Гудауре, в духане в Пассанауре, почтовой станции в Цилканах. В Тифлисе, Сухуми и Севастополе барнаульцев приютили местные реальные училища, а в Батуми мужская гимназия. В Новом Афоне экскурсанты остановились в монастырской гостинице, но здесь их приняли настолько нелюбезно, что они уехали раньше, чем предполагали, несмотря на общее желание побыть подольше в этом чудном уголке. В Москве остановились в номерах близ Кремля.

В ходе насыщенной образовательной экскурсии барнаульские реалисты получили возможность наглядно ознакомиться с различными данными по географии Российской империи, физической географии, геологии и минералогии, с животным миром и приемами коллектирования по энтомологии, с растительным миром и приемами коллектирования по ботанике, с производством наблюдений по анероиду и термометру, ведением метеорологического журнала, а также с некоторыми данными, полезными при походе курса истории.

Экскурсия учащихся Барнаульского реального училища послужила хорошим примером для других сибирских учебных заведений.

В ноябре 1910 г. Правление студенческого Пироговского общества при Томском университете приняло решение организовать на рождественских каникулах экскурсию в Москву

и Петербург. Экскурсанты предполагали посетить в столичных городах научные съезды и в первую очередь съезд хирургов.

К концу 1910 г. «Комиссия образовательных экскурсий по России» при московском отделении общества туристов, разослала в сибирские образовательные учреждения проекты маршрутов на 1911 г. и запросы о том, куда учителя и ученики намерены поехать.

В 1912 г. Томское общество взаимопомощи учащихся организовало образовательную поездку в Петербург. В ходе поездки учащиеся получили возможность ознакомиться со столицей Российской империи с исторической, культурной и художественной стороны. Они посетили музеи, картинные галереи, увидели многие достопримечательности города, побывали в окрестностях Петербурга – Петергофе, Кронштадте. На обратном пути посетили Москву.

На Алтае традиции, заложенные В.И. Верещагиным, были подхвачены инициативными педагогами и общественными деятелями. Летом 1912 г. руководители Бийской мужской гимназии организовали поездку своих учеников на Телецкое озеро. Финансовую поддержку экскурсантам оказали бийские предприниматели.

В мае 1914 г. Бийск посетила экскурсия учеников из села Плешковского. 11 экскурсантов во главе со своим учителем осмотрели типографию «Товарищество». Получив бесплатные билеты, посетили электротheater «Мир».

Развитию образовательных экскурсий на Алтае не помешала и начавшаяся первая мировая война. 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 знакомились с природой окрестностей Барнаула, попутно занимаясь ловлей рыбы и сбором грибов.

Традиции образовательных экскурсий, заложенные на Алтае в дореволюционный период, получили широкое развитие в последующем, в годы Советской власти.

ТЕОРИЯ АРХЕТИПОВ К.Г. ЮНГА ПРИ СОЗДАНИИ ВИЗУАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИЗМА

Горбунова Т.В. – студентка, Герасимова О.Ю. – к.ф.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Понятие АРХЕТИП в словарях раскрывается как первообраз, первоначальная модель, впервые сформированный исконный тип. С одной стороны, архетипы обуславливают предрасположенность к поведению определенного типа, с другой - коллективные идеи, образы, теории человечества в ту или иную эпоху, проявляясь в мифах, сказках, искусстве, выражают «дух эпохи» [Сущенко С.А. Социальная психология / С.А. Сущенко - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2005. - 345 с.].

Имидж предприятия помогает обобщить и закрепить у потребителя привычки, представление о продукции. Визуальные стандарты, включающие совокупность графических, цветowych, аудио и видео приемов, играют огромную роль в формировании имиджа предприятия.

Для исследования особенностей использования архетипической основы при создании визуального компонента имиджа предприятия туризма были использованы сайты турфирмы г. Барнаула, специализирующиеся на внутреннем и активном туризме в количестве 40. Основные направления деятельности данных туроператоров заключаются в массовом и индивидуальном отдыхе на туристических комплексах, базах отдыха, в отелях, гостиницах, пансионатах и санаториях Горного Алтая, Горной Шории и Белокурихи, организации активных и приключенческих туров по Горному Алтаю, горнолыжных туров в Горной Шории, транспортных услуг (доставка по Горному Алтаю, Горной Шории и Белокурихе), а также предоставление отдыха зарубежом. При этом основной ценностью для потребителей туруслуг является ощущение открытия новых горизонтов, экстрима, соприкосновение и растворение среди первозданной природы.

В результате проведенного исследования было выявлено, что в визуальном компоненте 40 исследованных сайтов на 37% доминирует архетип искатель, на 20% сайтов доминирует архетип простодушный (ребенок), на 13% сайтов доминирует архетип правитель, на 13% сайтов доминирует архетип славный малый, на 5% сайтов доминирует архетип любовник, на 5% сайтов доминирует архетип герой, на 5% сайтов доминирует архетип хранитель, на 2% сайтов доминирует архетип мудрец. Следовательно, наиболее оптимальным для формирования образа туристской фирмы будет использование архетипа искатель, поскольку он наиболее полно выражают основные ценностные ориентации туристов.

Лидирующая позиция архетипа «Искатель» объясняется специфичностью туристской отрасли. Сайты с ярко выраженным архетипом искателя ориентированы на его основные ценности - поиск индивидуальности, свобода, реализация, открытие тайн, которые совпадают с потребностями большинства туристов. Фирмы с доминирующим архетипом искателя вызывают желание отправиться в путешествие. Наиболее яркими представителями архетипа искатель являются сайты турфирм «Фортуна», «ТКА-Трэвэл», «Парус». На этих сайтах преобладают природные оттенки цветов, в качестве элементов дизайна используются натуральные материалы: ракушки, песок, старинная бумага. Так же на них множество фотографий с пейзажами разных стран.

При создании визуальной составляющей имиджа предприятия туризма, возможно, использовать доминирующую архетипическую основу, в зависимости от особенностей позиционирования предприятия туризма. Визуальная составляющая относительно доминирующих архетипов в имидже предприятия туризма представлена в Таблице 1.

Таблица 1

Характеристика визуальной составляющей доминирующих архетипов

| Форма | Цвет | Шрифт | Элементы дизайна |
|----------------------------------|---|---|---|
| Треугольник в сочетании с кругом | Зеленый, голубой, коричневый, цвет морской волны | Шрифт лучше использовать стандартный, но можно сделать акцент на какой-нибудь одной букве | Изображение открытой дороги, высокого неба, гор, природы, природные материалы, металлические трубы, дерево, песок, камень |
| Круг | Буйство красок, достаточно простых, со смещением скорее в пастельные сочетания, чем в сложные грязноватые оттенки | Округлый шрифт, либо широкий шрифт, подобный Arial, надписи среднего или крупного размера | «Неформальная», чуждая академичности графика, можно использовать воздушные шары, солнце, какие-либо сказочные элементы |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | треугольник, ромб, либо сочетание квадрата с треугольником | Контрастное сочетание насыщенных цветов, символизирующих роскошь, шик, власть (золотой, фиолетовый, темно синий, черный) | Стандартный шрифт, подобный Times New Roman, надписи среднего размера | Предметы, которые символизируют власть: корона, посох, кольцо и др. |
| | Прямоугольник, круг | Многоцветность, но не яркая, а скорее густая, сочная, чуть приглушенная. В цветовом решении должны преобладать натуральные, чаще светлые и пастельные тона | Нестандартный, замысловатый, шрифт, надписи среднего или мелкого размера | Натуральные материалы, цветочные рисунки на подложке, можно использовать множество узоров – от клетки до цветочных букетов – главное, чтобы все это органично сочеталось |

Таким образом, применение теории архетипов в рекламной практике туристского бизнеса позволяет:

- идентифицировать целевую аудиторию;
- успешно разработать дизайн визуальной составляющей имиджа предприятия;
- выстроить грамотную стратегию рекламно-маркетинговых мероприятий.

ТУРИСТСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА : КУЛЬТУРНО - ИСТОРИЧЕСКИЙ ПАРК «БЕЛОЯРСКАЯ КРЕПОСТЬ».

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

Анализ основных направлений развития мирового и отечественного туризма показывает, что достаточно четко обозначилась устойчивая тенденция использования игры и исторической реконструкции в современных туристских технологиях и программах. Классическим примером здесь являются тематические парки: Диснейленд (США, Япония, Франция), Порт Аventura (Испания), Айна Напа (Кипр) и другие. Фестивали Средневековья с каждым годом становятся все более популярны в Италии (в некоторых городах доход, полученный за несколько дней, окупает весь год). Подобные примеры мы можем сегодня обнаружить практически в каждой развитой стране и в каждой стране ориентированной на развитие туризма.

Эти тенденции начинают действовать и в России. В Московской области осуществляется проект «Казачье Подворье» в деревне Бородино. В Твери областная администрация делает ставку на проект «Русский терем» — строительство сети малых гостиниц в традиционном стиле. Близок к реализации проект «Московское море» — создание спортивного и историко-культурного комплекса в Конаковском районе. В Вологодской области местная администрация и группа московских инвесторов приступают к строительству комплекса «Русская деревня». В Ростовской области с 2001 года пользуется популярностью кемпинг «Казачий дозор».

Учитывая обозначенные тенденции, и разрабатывается проект «Белоярская крепость».

Целью проекта является строительство культурно - исторического парка «Белоярская крепость» на Велижановском мысу р. Обь близ населенного пункта г. Новолтайск.

Проект инициирован казаками «Белоярского станичного казачьего общества» поддерживается: Администрацией г. Новоалтайска, администрацией Алтайского края.

Туристы получают уникальную возможность испытать на себе условия, в которых жили в то беспокойное время. Самым простым жилищем были камышовые шалаши: шиши и балаганы, а также юрты. Более основательные казаки строили себе землянки и полужемлянки. Со временем, обзаведясь семьей и обретя достаток, строили хаты и курени. А старшины и богатые казаки возводили себе многокомнатные двухэтажные «вавилонь».

Постройки были плетневыми, обмазанными глиной, из самана (сырцового кирпича) и бревенчатые (срубные). Традиционный казачий курень обязательно был с каменными «низамы» (подклетом). Помимо жилых сооружений в городке разместятся: станичная изба, часовня, кузница, гончарная мастерская, торговая лавка, кабак...

За пределами крепости расположатся «базы» – хозяйственные сооружения для содержания скота и инвентаря. Для тех туристов, которые предпочитают комфорт, за пределами крепости будет построена гостиница, стилизованная под казачью архитектуру XIX века, но в соответствии с требованиями современной инфраструктуры и со всеми современными удобствами. Интерьер и мебель в ней, также представят стилизацию XIX века. В общей сложности предполагается строительство в самом «Парке» летних мест размещения и круглогодичных.

На базе туристского комплекса «Белоярская крепость» предполагается производство и реализация следующего турпродукта:

- проживание в условиях максимально приближенных к реалиям традиционных жилищ Сибирского казачества XVI-XIX вв.;

- знакомство с традиционным бытом, боевой подготовкой, ремеслами, трудовыми навыками,

- экскурсии — история, архитектура, быт и культура казачества; (Быт и архитектура)

- организация специализированных культурно-исторических туров и программ;

- организация традиционных казачьих праздников и обрядов;

- организация исторических ролевых игр, проведение исторических турниров и соревнований;

- устройство этнографических и фольклорных фестивалей.

- проведение ярмарок традиционных ремесел, дегустации блюд традиционных кухонь;

- производство сувенирной продукции реконструированными технологиями прошлого.

- Организация рыбной ловли, катание по реке Обь.

- Пляжный отдых. Проведение спортивных игр.

- Прокат лошадей, катание на ямских тройках.

Потенциальные потребители турпродукта — жители края туристы из других регионов России, иностранные туристы.

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.

Долданов А. студент, Евстигнеева, доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Основными социально-политическими факторами опасности в сфере туризма в первую очередь являются терроризм, военные перевороты, этнические конфликты, коррупция, секс-индустрия, наркомания и быстрое распространение ВИЧ-инфекции. Основной задачей субъектов туристской индустрии является полная информация о возможности наступления той или иной опасности и всесторонняя помощь при возникновении чрезвычайных ситуаций.

В последние годы туризм стал заметной мишенью актов терроризма, сопровождающихся серьезными экономическими издержками и ужасными социальными последствиями. Угроза терроризма является все более заметным элементом мировой туристской ситуации на

фоне прочих преступлений и правонарушений, которым по-прежнему подвергаются туристы. Основная задача состоит в том, чтобы создать более действенные глобальные системы обеспечения безопасности туризма. Обеспечение целостной и высококачественной безопасности туристской отрасли требует широкого сотрудничества между различными подразделениями Правительства и индустрией туризма, на национальном уровне и между соответствующими международными учреждениями. ВТО в ее качестве специализированного учреждения ООН координирует свою деятельность, прежде всего с другими организациями ООН под эгидой Комитета ООН по борьбе с терроризмом (UNCTC) и с другими межправительственными учреждениями.

В России борьба с террористической деятельностью регулируется при помощи законодательной базы и в частности концепцией противодействия терроризму в российской Федерации, утвержденной президентом Российской Федерации Д. А. Медведевым 5 октября 2009 года. Данная Концепция определяет основные принципы государственной политики в области противодействия терроризму в Российской Федерации, цель, задачи и направления дальнейшего развития общегосударственной системы противодействия терроризму в Российской Федерации.

Для достижения своих целей (сепаратистских, религиозных, экономических, социальных, политических и др.) террористы используют разнообразные методы устрашения этнических, социальных групп, целых народов и государств. Бросая вызов власти с целью принуждения ее к выполнению своей воли, террористы своими внезапными действиями вызывают усиление социальной напряженности, оказывают сильнейшее воздействие на сознание и психику людей, создают экстремальную ситуацию в обществе, требующую от Правительства незамедлительных решений и действий. Они используют самые разнообразные методы устрашения. Это и био-терроризм (порошки белого, серого цветов, смертельные, опаснейшие яды, споры сибирской язвы), и компьютерные вирусы, взломы, экономические диверсии.

Теракты являются не только внутренним потрясением всей страны, но и сказываются на ее отношениях с внешним миром. Так, крупные теракты в Нью-Йорке 11 сентября 2001 г., в Москве в октябре 2002 г. повлекли существенные изменения во внутренней и международной политике многих государств. Теракт в США 11 сентября 2001 г. вызвал тяжелейший кризис всей отрасли туризма. Особенно тяжело пострадала туристская индустрия США. Теракт на острове Джерба отрицательно сказался на туристском рынке Северной Африки. Взрыв в Момбасе повлиял на величину туристского потока в Кению, теракт на Бали снизил показатели туризма в Индонезии. Война в Ираке также не способствовала развитию туризма в этом регионе.

Начало 2004 г. для французов и туристов омрачилось угрозами террористов, потребовавших \$4 млн и 1 млн евро и обещавших в противном случае взорвать железную дорогу в разных точках. 10 тыс. работников железной дороги вынуждены были пешком обследовать 32 тыс. км железнодорожных путей, поток туристов резко снизился. Взрывы на железнодорожном вокзале в Мадриде в марте 2004 г. лишили жизни 201 человека. Скорбный перечень террористических актов и безвинных жертв насилия можно еще долго множить. Только в России и СНГ за последние 10 лет было совершено 27 крупных терактов, в которых погибли и были ранены 2439 чел. Начало 2004 г. ознаменовалось еще одной трагедией: теракт в московском метро унес жизни 39 человек, число раненых достигло 136.

Злодеяния террористов, захвативших в сентябре 2004 г. школу в Беслане, потрясли все мировое сообщество. Простое пренебрежение своими профессиональными обязанностями, нарушение туристских формальностей, правил регистрации и другое способны спровоцировать преступность. В 2000 г. в гостиницах Москвы проживали 398 775 граждан дальнего зарубежья. Размещаясь в гостиницах, они регистрировали свои паспорта на весь срок действия визы, но через 1-2 дня выезжали из гостиницы и бесследно растворялись среди москвичей. Доля таких нарушителей составила 12% от общего числа гостей, ими было совершено 27 преступлений различной степени тяжести. 18 гостиницам были предъявлены штрафные санкции, их лишили права приема, размещения, регистрации иностранных граждан. В 2003 г.

из Москвы были выдворены 35 700 человек незаконных мигрантов. Ослабление контроля, профессиональная неисполнительность, так называемый «человеческий фактор», несовершенная законодательная база являются питательной средой для терроризма. Росту терроризма способствует также огромный объем вооружений. В настоящее время в мире легально зарегистрировано свыше 500 млн единиц стрелкового оружия, из них 5 млн единиц приходится на Россию.

Военные действия в таких туристских регионах как Тунис, Ливия, Египет негативно отражаются на состоянии туризма не только этих стран, но и России. Закрываются популярные направления, а на открытых, объявлена обстановка повышенной опасности, которая обязывает туристов соблюдать определенные правила.

В связи с не спокойной политической обстановкой во многих мировых туристских центрах, пересматриваются направления путешествий, заключаются новые договоры и соглашения между принимающими и отправляющими сторонами. В том числе это договоры о безопасности.

Беспорядки и нестабильность в традиционных местах отдыха многих россиян - Египте, Турции, Тунисе - заставляют задуматься о смене места проведения будущего отпуска. Эти страны - любимые и наиболее доступные по ценам места отдыха россиян - в этом году могут стать куда менее привлекательными из-за политической нестабильности и гражданских конфликтов. Хотя именно эти направления в последние годы были наиболее востребованы: Турцию можно было смело называть Меккой для отдыха родителей с детьми; Египет - наиболее доступный по ценам пляжный отдых с осени и до весны, Красное море - рай для поклонников дайвинга; Тунис славится талассотерапией.

В середине января на волне недовольства неудовлетворительными социальными условиями, разгулом коррупции и безработицей в Тунисе произошел государственный переворот. Президент страны Зин аль-Абидин бен Али бежал в Саудовскую Аравию, власть перешла к премьер-министру, а затем к спикеру парламента Фуаду аль-Мабзаа. В стране было сформировано временное правительство национального единства. Новые власти страны разрешили все запрещенные прежде политические партии и объявили амнистию политзаключенным. Тем не менее, беспорядки в стране по-прежнему продолжаются. Эти действия напрямую связаны с развитием туризма в регионе. Туристы не хотят ехать в страны с не стабильным политическим положением. Что является негативным последствием не только для экономики принимающей стороны, но и страны откуда приезжают туристы.

Финансовой базой терроризма, причиной глубочайших социальных проблем является наркобизнес. Если в 1996 г. на таджико-афганской границе российскими пограничниками было изъято 2 кг героина, то в 2001 г. это количество составило уже 2429 кг. «Россия окончательно превратилась из страны-наркотрафика в страну-потребителя. И самая большая беда - это героин, на 95% имеющий афганское происхождение», - отмечают сотрудники Госнаркоконтроля. Караваны с «белой смертью» ежедневно идут через границы Афганистана со среднеазиатскими государствами. Героин везут в Россию в «КАМАЗах», самолетах, поездах. С приходом в Афганистан американцев производство героина значительно увеличилось. Огромная проблема - открытые границы с Казахстаном, через который к нам попадает большая часть наркотиков. В качестве курьеров в наркобизнесе зачастую используются туристы, нанося огромный вред авторитету туристской отрасли. Персонал туристских предприятий и организаций обязан препятствовать распространению наркомании всеми доступными средствами: информировать туристов, знакомить их со статистикой, быть внимательными и предупредительными, взаимодействовать со службами безопасности, профилактическими центрами и т. д. В России за последние 10 лет принято 70 законов, 200 указов главы государства, 500 постановлений правительства и других подзаконных актов по поддержанию безопасности, но проблема безопасности до сих пор не решена. По данным социологических опросов туристов, сильные опасения вызывают молодежные группировки, так называемые «скинхеды».

ВИЧ и секс-трафик - две социальные проблемы, которые взаимно обостряют друг друга. Работа по выявлению взаимосвязей между проблемами торговли людьми и ВИЧ (как ана-

литическая, так и практическая) затруднена ограниченностью и недостаточной достоверностью данных как по первому, так и по второму явлению. Статистика по ВИЧ не отражает реальной картины. РосСтат не дает практически ничего кроме общих чисел зарегистрированных случаев ВИЧ-инфекции, больных и умерших от СПИДа. Поэтому информация для исследования была получена из различных источников, включая интервью с экспертами, публикации по проблеме, материалы государственных, неправительственных и международных организаций.

Еще одним фактором, усиливающим риск распространения ВИЧ и риск инфицирования занятых в секс-услугах, это секс-туризм. Благодаря дешевизне секс-услуг в регионах России такой туризм становится все более и более популярным. Для России основные страны, откуда приезжают секс-туристы, это - Финляндия, Швеция, Германия, Австрия, Китай, Япония. Источником распространения ВИЧ могут быть как приезжающие мужчины, так и местные секс-работницы. Часто всякая поездка, включая короткую командировку, превращается в "обогащение сексуального опыта". Последствия таких "командировок" часто оказываются трагическими.

Несовершенство российского законодательства по правовой защите детей от сексуальной эксплуатации и ужесточение в последнее время мер уголовного наказания за преступления, связанные с сексуальной эксплуатацией несовершеннолетних, в Европе и США породило новый для России вид преступности: так называемый "детский секс-туризм", когда "туристы" приезжают в Россию специально для сексуальных "развлечений" с детьми.

В Канаде, США, Великобритании в рамках уголовного законодательства преследуется "детский секс-туризм". Так, в уголовном законодательстве США предусмотрена уголовная ответственность за пересечение государственной границы с целью вступления в половую связь с несовершеннолетним, наказание составляет от 10 до 30 лет лишения свободы. В УК России предусмотрена ответственность только за половое сношение или иные действия сексуального характера с лицом, не достигшим шестнадцатилетнего возраста, а также за совершение развратных действий без применения насилия в отношении лица, заведомо не достигшего шестнадцатилетнего возраста. По данным преступлениям предусматривается наказание в виде лишения свободы на срок до четырех лет.

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ТУРИЗМЕ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Епрынцева Ю.В. – студентка, Шаховалов Н.Н. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время современные технологии превратили сеть Internet в развитую инфраструктуру, которая охватывает все основные информационные центры, мировые библиотеки, базы данных научной и правовой информации, многие государственные и коммерческие организации, биржи и банки. Сегодня Internet может рассматриваться как огромный рынок, который способен охватить в будущем практически все население планеты, поэтому производители программных продуктов, коммерческие и финансовые фирмы активно развивают различные методы ведения коммерческой деятельности в Internet- электронной коммерции [Вайнштейн В. Ведение личных финансов, покупки и управление банковским счетом через Internet [Электронный ресурс] // CIT-Forum. 2011. URL: <http://citforum.ru>].

Начиная с середины 90-х годов в мире наблюдается повышение активности в области Интернет-торговли. Вслед за крупнейшими организациями, производящими компьютерное оборудование в Internet стали выходить продавцы традиционных товаров. Открылось много книжных Internet-магазинов, магазины программного обеспечения и компакт-дисков, одежды, посуды, винные магазины. Сейчас почти любые товары можно купить в Internet.

Электронная коммерция с этой точки зрения - это ускорение многих бизнес-процессов за счет их осуществления электронным образом, так как информация передается напрямую к получателю, минуя стадию создания бумажной копии на каждом этапе [Атабеков О.И. По-

вышение эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия за счет внедрения электронных магазинов и интернет аукционов [Текст] / О. И. Атабеков // Донецкий национальный технический университет: статья для конф. – Донецк, 2002. – С. 2., Агентство новостей «Интерфакс-Туризм»: TUI Russia развивает направление электронной коммерции [Электронный ресурс] // Интерфакс-Россия. 2010. URL: <http://www.interfax.ru>].

Электронный бизнес в России имеет сравнительно короткую историю всего в несколько лет.

В 2000 году в России появились первые Internet-магазины. Пользователи Internet покупают в них книги, музыкальные носители, билеты, продукты, компьютерную технику и электронику, домашнюю утварь и т.п. В 2001 году общее количество Internet-магазинов и торговых Internet-систем, по различным экспертным оценкам, приблизилось к 600.

К 2004 году начинают появляться первые крупные игроки, которые рассчитывают на долгосрочные перспективы. Internet-коммерция приобретает цивилизованный вид. Растет число покупателей, их потребности и желание получить при более выгодных ценах качественный сервис, сравнимый с обслуживанием в обычных магазинах.

В настоящее время наблюдается тенденция расширения и улучшения сервиса и постепенного превращения "web-витрин" в полноценные Internet-магазины. Создание Internet-портала позволяет розничному продавцу расширить свою нишу на рынке, быстрее реализовать товар и получить дополнительный канал для маркетинга и рекламы [Семькин А. «Электронная коммерция» [Электронный ресурс] // Веб-Гид: доклад для конференции ВГУ 2004 года. URL: <http://info.web-gid.ru>].

Туристские услуги находятся в пятерке чаще всего продаваемых через интернет услуг в России. Сегодня в России пользуются Internet около 43 млн. человек. При этом не все из этих пользователей имеют Internet в постоянном доступе, дома или на работе. К 2012 году количество Internet-пользователей в стране удвоится [Чичкина С. «On-line коммерция в туристической индустрии – тенденции развития» [Электронный ресурс] // Материалы конференции «Транспортные услуги 2008». URL: <http://www.ratanews.ru>].

Многие туроператоры, которые работают на российском рынке, уже начинают использовать Internet-магазины туров, где любой человек сможет приобрести тур не выходя из дома (TUI, Pegas Touristik), а также оплатить его любым удобным для него способом – с помощью банковской карты, электронных денег или наличными при курьерской доставке.

Развитие подобного сервиса дает возможность увеличить поток туристов, снизить затраты на продвижение туров, организовать реализацию туристских продуктов без посредников – турагентств. В свою очередь, для туристов – это удобство приобретения, гарантия от туроператора, самостоятельное отслеживание статуса заявки.

Внедрение электронных технологий в индустрию российского туризма происходит постепенно. К традиционным способам работы добавляются Internet-инструменты, которые позволяют улучшить качество обслуживания клиентов, достичь высокой производительности труда и расширить границы продаж.

В российском туристском бизнесе Internet пока играет незначительную роль. По количеству сайтов турбизнес находится на пятом месте, пропуская впереди «образование», «авто и мото», «строительство», «товары и услуги». В настоящее время большинство российских туристских компаний использует Internet для рекламы своей продукции.

Использование Internet-операций позволяет туристской фирме приобрести новых потребителей и охватить услугами большие территории, а также получить хорошую экономию времени при работе с клиентами. Однако в России продажи туров на данный момент осуществляются при личном визите покупателя в туристское агентство. Переход российского турбизнеса на Internet-технологии сейчас невозможен в связи с отсутствием четкого законодательства в этой сфере, низким уровнем развития рынка, недостаточной осведомленностью потребителей, невозможностью оплатить услуги кредитной картой и оградить клиента от мошенничеств.

Многие потребители туристских услуг не делают покупок в сети Internet по следующим причинам:

- предпочитают услуги туристской компании;
- считают, что информация в Internet является неполной;
- не доверяют виртуальным агентствам; не знают надежных туристских сайтов и не умеют ими пользоваться.

Первыми на рынок электронной коммерции в российском туризме вышли московские туроператоры. Хорошо известные в России "Pegas Touristik", "TEZ-tour", "CORAL TRAVEL" активно продают зарубежные туры через свои фирменные Internet-магазины.

На рынке санаторно-курортных путевок и речных круизов одной из первых туристских Internet-магазинов на Урале является компания «Кам-Тур». Internet-магазин «Кам Тур» дает потребителям возможность выбрать, забронировать и оплатить отдых, не выходя из дома [Новости «Электронная коммерция в туризме: выбирай, бронируй, отдыхай!» [Электронный ресурс] // Официальный сайт туристской фирмы «Кам-Тур». 2010. URL: <http://kurort.perm.ru>].

В России на пути электронной коммерции встают объективно существующие препятствия:

- слабое развитие систем электронных платежей,
- низкая платежеспособность большей части населения,
- низкое качество коммуникаций.

В силу малого числа кредитных карт и малого распространения виртуальных счетов у граждан России быстро растущая на западе схема работы напрямую с клиентом (B2C) на данный момент имеет еще пока ограниченные возможности. Но схема B2B, когда обе стороны связаны договорными обязательствами, успешно реализуется.[5;56]

Мировой рынок электронной коммерции в 2009 году составил \$447 млрд., при этом объем российского рынка электронной торговли в прошлом году составил более \$ 9 млрд. Сегмент Internet-продаж туристских услуг в большей или меньшей степени растет во всех странах. При этом одну из лидирующих позиций по темпам роста Internet-продаж туристских услуг на сегодня занимает Россия.

Доля Internet-продаж туристских услуг в России невелика - около 7%, (55 млрд. руб.). Но в ближайший год эксперты ждут от России прорыва. В сегменте Internet-продаж туров прогнозировался рост в 30-40% в 2010 году. Оптимистичные прогнозы позволяли делать итоги кризисного 2009 года. Так, к концу года число посетителей сайтов, на которых продаются турсервисы, превысило 1 млн. чел., то есть за год выросло на 34%. В России пользователями Интернета являются, по разным оценкам, 43-48 млн. человек. Из них максимум 15% - регулярно совершают покупки в Internet. Эта цифра позволяет рассчитывать на стремительный рост электронной коммерции в России, больше, чем на 20-30% в год.

По совместной статистике Google и Сити-Банк, на сегодня самой востребованной туристской услугой является покупка авиабилетов. В Европе объем этого сегмента рынка Internet продаж оценивается примерно в 33,1 млрд. евро. В России покупка авиабилетов занимает 34,8% от общего объема Internet-продаж (средняя стоимость покупки составляет 14183 руб.). Интерес к приобретению авиабилетов стабилен и определяется сезонностью. На втором месте находятся покупки железнодорожных билетов – 12,9% от общего объема Internet-продаж в России. На третьем месте находится продажа туров, которая занимает 7,2% от общего объема Internet-продаж. На девятом месте находится покупка гостиничных услуг – 2,1% от общего объема Internet-продаж.

В России объем сегмента электронных гостиничных продаж составил 4 млрд. руб. При этом в прошлом году он вырос на 15%. Выделяются три основных фактора, обеспечивающих рост рынка Internet-продаж туристских услуг - оживление рынка туристских услуг, рост электронной коммерции в целом, а также формирование рынка электронных продаж. Большинство туристских агентств предоставляет наиболее востребованные услуги: продажу авиабилетов, продажу железнодорожных билетов компании РЖД и бронирование отелей. В России сейчас необходимо повышать качество услуг и упрощать процесс покупки стандарт-

ных услуг. Расширение же их ассортимента осложняется тем, что многие из них пока не востребованы на рынке. Кроме того, внедрение некоторых услуг осложняется отсутствием законодательной базы. Так, например, продажа электронной страховки невозможна без оригинала подписи клиента. Что касается рынка Internet туристских агентств в целом, то он пока находится на начальном этапе. Так, если туристские агентства продают по 100-300 авиабилетов в день, то «Аэрофлот» со своего сайта - несколько тысяч. [Агентство новостей «Интерфакс-Туризм»: Рынок электронной коммерции: все еще впереди [Электронный ресурс] // Блог компании "Нота Бена". 2010. URL: <http://blog.nbcrs.ru>].

В рамках Всероссийского форума «Неделя электронной торговли», прошедшего в Москве 18-21 мая 2010 года, компания TUI Russia приняла участие в конференции, посвященной электронному туризму и инновациям на рынке электронных продаж туров. В ходе мероприятия были обозначены основные тенденции отрасли, а также намерения игроков рынка относительно развития этого направления туризма.

«Это новое для России направление бизнеса, позволяющее вывести всю туристическую область на иной уровень, - говорит директор по электронной коммерции TUI Russia Антон Терехов. – Сейчас электронной коммерции в туризме в чистом виде не существует, в основном, из-за необходимости оформлять визы и контактировать с турагентами для уточнения условий туров. Но предпосылки для успешности электронных продаж в России есть: по результатам недавних исследований наша страна занимает 2 место в Европе по числу Internet-пользователей (42,4 млн. против 42,8 млн. в Германии), причем наши пользователи гораздо более активные».

Определить предпочтения российских потребителей будет возможно спустя некоторое время после запуска отлаженного механизма продаж через Internet. Основываясь на них, компания определит, насколько готовы российские туристы полностью довериться Internet-процессам в планировании и покупке своих отпусков. [Агентство новостей «Интерфакс-Туризм»: TUI Russia развивает направление электронной коммерции [Электронный ресурс] // Интерфакс-Россия. 2010. URL: <http://www.interfax.ru>].

ВЕКОВАЯ ПАЛИТРА ПОДЕЛОЧНОГО КАМНЯ АЛТАЯ

Зеленина К.А. – студент, Леденева И.А. – доцент кафедры
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Колыванский камнерезный завод - визитная карточка Алтая. Туристы из разных стран приезжают на бывшую императорскую фабрику, чтобы ознакомиться с историей возрождения камнерезного дела на Алтае. Художественная обработка камня является одним из наиболее «благородных» видов искусства. В истории культуры этот материал занимает особое место, так как отличается природной изысканной красотой и большой прочностью, что позволяет использовать его для создания предметов бытового и декоративного назначения. Увидеть в необработанном камне изящный силуэт, необычные узоры, гармонию цвета позволяет мастерство и особое профессиональное чутье художника. Обработка камня всегда требовала значительных усилий мастера. Поэтому ремесленная сторона дела в его обработке была и остается важной основой этого вида декоративно - прикладного творчества.

XVIII век - период особого расцвета русского камнерезного дела, благодаря расширению дворцового строительства и волне интереса к античности и увлечению минералогией. Богатство самоцветов России раскрывалось в работах камнерезов и ювелиров. Интерес к цветному камню перерастает в коллекционирование образцов разных пород и оригинальных изделий, выполненных из этого материала

Для новой столицы России - строящегося Петербурга, были организованы поиски залежей поделочного, строительного и декоративного материала. В Алтайском крае и на Урале нашли обширные месторождения камня, разработка которых определила создание фабрик по добыче и обработке различных пород. Один за другим возникали центры камнерезного дела: Петергоф (1723 г.), Екатеринбург (1725 г.), Колывань (1802 г.) Все три предприятия стали

серьезной школой для мастеров и учеников, которых обучали камнерезному делу при фабриках. По мере развития производства число мастеров увеличивалось, а их умение постоянно совершенствовалось. Наряду со шлифовкой и полировкой камня, им все чаще приходилось осваивать технику рельефной резьбы, мозаичного набора и других сложных приемов художественного исполнения уникальных произведений декоративно - прикладного искусства. На фабриках осуществляли обработку камня твердых пород, который шел на отделку архитектурных комплексов, убранство внутренних помещений, изготовление декоративных ваз, столешниц и ювелирных украшений. Деятельность фабрик пережила свои взлеты и падения.

В первой половине XIX в. продолжалась работа над художественной обработкой камня. Опыт работы на фабриках позволил мастерам самостоятельно заниматься поисками камня и изготовлением изделий по своему вкусу. В моменты спада производства мастера создавали на дому свои маленькие мастерские. Во второй половине XIX в. складываются камнерезные промыслы. Сфера ее развития была довольно широка, особенно на Алтае.

Колыванская шлифовальная фабрика, основанная Ф.В. Стрижковым в 1802 году, обязана выбором места своего строительства сравнительной близостью к крупным месторождениям: Коргонскому, Ревневскому и Белорецкому. Камни каждого месторождения отличаются разнообразием цветовой гаммы и структуры, которые восхищают геологов, камнерезов, художников и ценителей камня.

Поделочный камень – полупросвечивающие или непрозрачные камни с цветными включениями, используемые для изготовления столешниц, ваз, панно, флорентинской мозаики, орнамента и недорогих мелких вставок. Поделочные камни делятся на твердые и мягкие. Их ценность определяется редкостью нахождения, индивидуальными свойствами, а также трудом, затраченным на обработку.

На Алтае существует большое множество минералов: белый, розовый, серый дымчатый и медовый белорецкий кварцит, знаменитая зелено - волнистая яшма, фиолетовый и красный коргонский порфир, мрамор, гранит и др. Особую известность во всем мире получила алтайская яшма, коргонский порфир и белорецкий кварцит.

Зелено-волнистая ревневская яшма открыта на Алтае в 1789 году в 45 км к западу от Колывани на склоне горы Ревневой. Из этого камня изготовлены крупнейшие изделия: монолитные колонны в залах Нового Эрмитажа и две колоссальные овальные чаши в нижнем Эрмитаже, одна из которых получила название «Царица ваз». В вестибюле Русского музея – вазы украшенные бронзой, которые выполнены по рисунку К. Росси (1808 г.). В Петропавловском соборе - саркофаг Александра II. Яшма кремистая, плотная, метаморфического происхождения, массивная порода. Камень имеет зеленую окраску с широким ленточным рисунком бело - желтого цвета. В древности на Востоке твердые камни зеленого цвета называли «иешмие», «яшм» или «яшаб». Настоящую яшму делят на два типа:

- а) осадочные;
- б) продукты гидротермального изменения различных пород.

Название яшме дают по характеру окраски. Выделяют яшмы одноцветные (серые, зеленые, голубые, красные, фиолетовые и др.), полосчатые, волнистые, глазчатые, копейчатые, пестроцветно-крапчатые и др.

Коргонский порфир - горная порода вулканического происхождения с относительно крупными вкраплениями и тонкозернистой основной массой. Открыт Петром Шангиным в 163 км. от Колывани в живописной долине бурной горной реки Коргон. В природе встречается всех цветов спектра. Из порфира изготовлены великолепные изделия для минералогического музея в г. Москве, квадратная ваза для участия на Всемирной Лондонской выставке (1851 г.). Из коргонского порфира, по приказу А.Н. Воронихина, мастер Ф.В. Стрижков создал необыкновенной красоты круглую «Чашу с химерами».

Белорецкий кварцит - метаморфическая горная порода, состоящая из кварца является продуктом кристаллизации песчаников и других кремнистых отложений. Месторождения нежно - розового кварцита было открыто вблизи Белорецкого редута в 1807 году. Большое внимание среди ископаемых Алтая заслуживают кварциты. Из известных его месторожде-

ний практическое значение имеют Белорецкое и Гольцовское. Находятся они недалеко от с. Колывань. За последние годы обнаружены месторождения кварцитов и порфиоров в Горном Алтае. В Эрмитаже находится «Чаша круглая» (1854 г.) изготовленная из белорецкого кварцита. В 2002 году молодыми художниками Ю. Шумовым и С. Страйстару выполнены оригинальные вазы «Осень» в виде женской фигуры и «Гимн солнцу» в прорезном стиле.

Спрос на художественную продукцию возрастает. Главной целью является сохранение и дальнейшего развития камнерезного дела, расширение производства уникальных художественных изделий из природных материалов и возрождение мастерства камнерезов Горной Колывани.

Конец XX начало XXI веков ознаменованы новыми интересными работами. Мастера Колыванского камнерезного завода выполняют любые авторские заказы от небольшого сувенира до огромного камина, вазы, чаши, «картины из камня» и копии известных музейных образцов. На заводе сохраняют и продолжают традиции камнерезов XIX века. Работают художники и в направлении новых идей и современных технологий. Художественные изделия из цветных камней Алтая, созданные мастерами Колыванского камнерезного завода, поражают великолепием природного материала и изящными формами.

Интерес к магической силе и красоте камня подогревают различные печатные источники, пропагандирующие мир камней и кристаллов, рассказывая о тайнах энергетики, предлагая собрать для себя интересную коллекцию обработанных камней. Их гладкую поверхность приятно ощущать в руке или перебирать как четки. На узоры камней можно смотреть бесконечно как на огонь или воду. Вековая палитра поделочного камня всего мира и Алтая в том числе, может найти свое достойное место в любой квартире и будет всегда радовать своей красотой.

Прикоснувшись к истории обработки камня, в сопровождении экскурсовода завода, каждый увозит с собой частицу уникальной природной палитры – гладкие поделочные камни и изделия из них.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ.

Карлыганова Е.В. – студентка, Биттер Н.В. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Развитие современного Российского общества характеризуется существенными изменениями в политической, социально-экономической, культурной и других сферах. Возникающие в связи с этим негативные тенденции обуславливают недостаточным финансированием институтов социального туризма со стороны государства; отсутствием необходимой социальной инфраструктуры (плохое состояние учреждений отдыха, недостаточное количество квалифицированных специалистов, занятых в сфере рекреации); фактически полным отсутствием на российском рынке организации, основным видом деятельности которых является социальный туризм; кризисным состоянием экономики в 1990-е годы. Это обусловлено изменениями характерными для современного общества: значительное снижение уровня жизни основной части населения, увеличение уровня бедности, сокращение средств выделяемых в государственном бюджете на реализуемую социальную политику, как следствие для большинства населения доступ к услугам, направленным на реализацию основных потребностей, является ограниченным.

Особенно обделенными в данной ситуации оказываются социально уязвимые категории населения. Для того чтобы существенно изменить сложившееся положение, необходимо развитие социального туризма, как на уровне региона, так и в России в целом.

В принятом законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 05.02.2007 N 12-ФЗ) впервые туризм признан приоритетным направлением экономики, а социальный туризм - как путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, ветеранам и инвалидам, которым государственные, и

негосударственные фонды, и другие благотворительные организации оказывают поддержку как наименее обеспеченной части населения [Об основах туристской деятельности в Российской Федерации на 2007 год: Федеральный закон в ред. Федеральных законов от 05.02.2007 N 12-ФЗ].

Данное положение закреплено в Манильской декларации по мировому туризму, где указывается, что «социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан при использовании их прав на отдых.

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

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

На наш взгляд, чтобы обеспечить развитие социального туризма в Алтайском крае необходимо принять следующие меры:

1. Разработать региональную программу развития социального туризма
2. Оказать организационно-методическую помощь туристическому сектору экономики со стороны администрации края.
3. Принять закон Алтайского края «О детском туризме». Установление базового стандарта доступности социального тура, в том числе в детско- юношеском и спортивном туризме.
4. Разработать специализированные маршруты для пожилых людей, людей с ограниченными возможностями и других социально-уязвимых слоев населения.
5. Установить сотрудничество с такими учреждениями как Университет пожилого человека, работающий в краевом центре и 12 районах края, Союз пенсионеров Алтайского края, школами, домами-интернатами, домами престарелых, кризисными центрами, медицинскими учреждениями и др.
6. Вкладывать инвестиции в восстановление имеющихся загородных стационарных учреждений, участвовать в их реконструкции и строительстве новых современных детских оздоровительных учреждений.

Расширить список организаций, которые будут предоставлять «путевки в санаторно-оздоровительные лагеря круглогодичного действия бесплатно независимо от социального статуса семьи детям в возрасте от 6 до 15 лет, состоящим на диспансерном учете, при наличии показаний к санаторно-оздоровительному отдыху» или с частичной оплатой родителей. Привить этот способ реализации потребностей детей в отдыхе и оздоровлении внебюджетные организации. После чего турагентства смогут плотно сотрудничать с такими организациями, предлагая детские туры по специальным ценам. [В Алтайском крае появилась программа развития летних лагерей. [Электронный ресурс] // Алтапресс. URL: <http://altapress.ru>].

7. Осуществлять подготовку квалифицированных кадров, владеющих современными педагогическими и оздоровительными технологиями;

Необходимо усовершенствовать политику образования цен на специальные туры. Так, в европейских городах почти всегда пенсионерам предоставляются существенные скидки в принимающих компаниях. Например, агентство предоставляет «6% скидку от полной стоимости туристического продукта. По оценкам отечественных экспертов, в РФ потенциальных потребителей социального туризма свыше 80% населения страны» [Буянов Н.А., Варфоломеева Н.В. О путях возрождения социального туризма в Алтайском крае. [Электронный ре-

сурс] // Алтайский краевой Центр детско-юношеского туризма и краеведения. URL: <http://www.akcdutik.ru>].

Таким образом, можно сделать вывод, что на данный момент отсутствует единая система управления и организации социальным туризмом, не существует четкого механизма взаимодействия субъектов социального туризма, наличие которого, способствовало бы более эффективному функционированию данной сферы.

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА ХАН-АЛТАЙ С ЭЛЕМЕНТАМИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Качеева А. – студентка, Дугнист С. В. – ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Горный Алтай — один из красивейших уголков планеты, ежегодно привлекающий около миллиона туристов, желающих соприкоснуться с первозданной природой, познакомиться с местной культурой, поправить свое здоровье. Европейские туристы часто называют Горный Алтай "Сибирской Швейцарией", благодаря поразительному сходству Алтайских гор и Швейцарских Альп. Еще Горный Алтай часто сравнивают с Тибетом. Согласно многим легендам, где-то здесь есть вход в мистическую страну Шамбалу (Беловодье, как называют ее староверы Алтая) — страну прикосновения к Тайне, познания истины и просветления.

Туризм в Республике Алтай является одной из основных отраслей экономики, а также важным источником дохода. Среди активных видов отдыха наибольший объём занимают: летние экологические и культурно-познавательные путешествия и экскурсии связанные с организацией автомобильных, пеших, конных, водных, альпинистских, охотничьих, рыболовных, спелеологических и иных видов отдыха, связанных с посещением природных и культурно исторических объектов.

На территории Горного Алтая находится большое количество туристских комплексов, рассчитанных на различный контингент посетителей. В большинстве случаев комплексы состоят из достаточно комфортабельных коттеджей либо небольших домиков, выполненных, как правило, в европейском стиле. Туристских баз в алтайском стиле гораздо меньше. Поэтому создание туристского комплекса, основанного на алтайской стилистике, необходимо для дальнейшего развития туризма в Горном Алтае и сохранения алтайской культуры и ознакомления с ней приезжающих гостей.

Создание предлагаемой дизайн-концепции туристского комплекса Хан Алтай сможет реализовать идею объединения русской, алтайской, европейской и азиатской культур. Россия, занимающая срединное положение между Европой и Азией является своеобразным центром объединения двух мировоззрений. Так В.И. Вернадский в труде Биосфера и ноосфера писал: «... Россия по своей истории, по своему этническому составу и по своей природе — страна не только европейская, но и азиатская. Мы являемся как бы представителями двух континентов, корни действующих в нашей стране духовных сил уходят не только в глубь европейского, но и в глубь азиатского былого; силы природы, которыми мы пользуемся, более связаны с Азией, чем с Европой...». [Алтайский вестник N 1 (8), 2007, с. 5].

В своем дневнике Ф. М. Достоевский пишет об Азии и Европе следующее: «...Русский не только европеец, но и азиат. Мало того: в Азии, может быть, еще больше наших надежд, чем в Европе. Мало того: в грядущих судьбах наших, может быть, Азия-то и есть наш главный исход!» [тоже, с. 6].

Предполагается, что рассматриваемый туристский комплекс будет располагаться в Онгудайском районе Республики Алтай, в окрестностях села Ело, недалеко от места проведения национального алтайского праздника Эл-Ойын. Данное решение не случайно: Эл-Ойын с каждым разом становится все более масштабным мероприятием, посвященным алтайскому народу и его культуре, которое привлекает все большее число зрителей со всех уголков России и зарубежных стран. Территория для проведения подобных мероприятий должна нести на себе отпечаток национальной культуры и традиций и быть обустроена так, чтобы регу-

лярное посещение ее большим количеством людей не нарушало экологическое равновесие местности. Поэтому наряду с разработкой дизайн-концепции туристского комплекса Хан Алтай, можно предусмотреть и варианты обустройства территории для проведения праздника Эл-ойын (национального праздника, символизирующего объединение всех народов, населяющих Алтай) с использованием технологий, позволяющих сохранить ландшафт в его первоначальном виде.

В дизайн-концепции обязательно должны использоваться элементы Пазырыкской культуры, так называемого скифского звериного стиля. Скифская эпоха Горного Алтая на сегодняшний день является наиболее изученным периодом истории этого региона. Пазырыкская культура послужила основой для формирования последующих культур гуннского и тюркского периодов древней истории Алтая.

Создание туристского комплекса Хан-Алтай послужит дальнейшему развитию и сохранению уникальной культуры Горного Алтая, позволит приезжающим гостям познакомиться с обычаями и традициями алтайского народа, а также поднимет имидж республики как туристского региона.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА

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

Проблема домашней экономики длительное время была на периферии приоритетных тем социальных наук. В современных условиях продолжающейся инфляции, безработицы и низких доходов большей части населения домашняя экономика превратилась в один из основных плацдармов борьбы за выживание. В этой связи активизация усилий семьи по самосохранению, умелое ведение семейного бюджета, поиск дополнительных источников его пополнения, актуализирует необходимость вооружения семей знаниями и практическими навыками в области управления домашней экономикой и домашним хозяйством.

Для очень многих российских семей переход страны к рыночным отношениям оказался тяжёлым испытанием. Жизнь в условиях рынка потребовала от каждой семьи умения считать, соотносить доходы и расходы. Это значит, прежде всего, что денег стало просто не хватать, что сама жизнь заставила учиться экономному, рациональному, т. е. продуманному до мелочей, хозяйствованию. И не только в масштабах страны или предприятия, но и в каждом конкретном доме, каждой конкретной семье.

Молодые люди, вступившие в брак и начавшие совместную жизнь, нередко сталкиваются с проблемой нехватки денег и неправильного расходования семейного бюджета. Однако это серьезная проблема не только для молодых, но и для семей со стажем. По прошествии нескольких лет совместной жизни немногие могут научиться экономно расходовать деньги, планировать свои расходы так, чтобы не пострадал бюджет.

Анализ научной литературы по проблеме формирования и ведения семейного бюджета свидетельствует о различных аспектах рассмотрения данного вопроса различными авторами. Так, вопросы планирования семейного бюджета, учета доходов и расходов рассмотрены в трудах С. Д. Резника и В. А. Боброва; в книге Н. Ю. Егоровой рассмотрены проблемы управления семьей и домашним хозяйством; практические советы по ведению семейного бюджета представлены в трудах Г. Остриковой, вопросы доходов и расходов современной российской семьи рассмотрены в трудах А. Ю. Чернова; В. А. Кашин изучил вопросы управления финансами семьи.

Актуальность темы подчеркивается тем, что институт семьи сегодня переживает кризис. Семья испытывает на себе влияние экономических, правовых, идеологических, нравственных отношений. Последствия перехода к рыночной экономике и устранения государства от комплексной поддержки семьи не замедлили сказаться.

Прямым подтверждением тому служит низкий уровень доходов основной массы российских семей, жилищно-бытовая неустроенность, неумение семей грамотно и рационально управлять своими финансами. Поэтому вопросы формирования, ведения и управления семейным бюджетом имеют большую социальную значимость.

Целью нашего исследования является выявление основных технологий формирования и ведения бюджета в современных семьях. Объектом данной работы является семейный бюджет. Предметом – технология формирования и ведения семейного бюджета.

Исходя из поставленной цели и задач исследования, раскроем сущность понятия «семейный бюджет». Слово «бюджет» в переводе с английского означает роспись денежных расходов и расходов на определенный срок. Применительно к семье бюджет рассматривается как денежное обеспечение существования семьи, соотношение семейных доходов и расходов. Во многих источниках семейный бюджет рассматривается как роспись денежных доходов и расходов семьи, составляемая обычно на месячный срок в виде таблицы, баланс семейных расходов и доходов, это финансовый план, который суммирует доходы и расходы (семьи) за определенный период времени. Другими словами - это соизмеренные суммы доходов и расходов семьи.

Размер бюджета семьи зависит от многих факторов: численность семьи, наличие в семье работающих и размера их зарплаты, пенсионеров, стипендиатов и иждивенцев. Существенное влияние на формирование семейного бюджета оказывают цены на продовольственные и промышленные товары, услуги и т. п.

Важно стремиться к созданию такого бюджета, который мог бы обеспечить удовлетворение необходимых потребностей семьи.

Семейный бюджет складывается, прежде всего, из доходов членов семьи. Уровень доходов членов общества является важнейшим показателем их благосостояния, так как определяет возможности материальной и духовной жизни индивидуума: отдыха, получения образования, поддержания здоровья, удовлетворения насущных потребностей. Как правило, учитывается зарплата, премии, стипендии, пенсии, пособия матерям на маленьких детей. Это самые распространенные доходы. Но возможны и такие, как помощь родителей, или доходы, поступающие от реализации продукции личного подсобного хозяйства, доходы от предпринимательской деятельности, выплаты по различным формам страхования, доходы от продажи домашнего имущества и др.

Помимо доходов составной частью планирования семейного бюджета являются расходы. Перечень основных статей расходов современной семьи примерно следующий:

1. Жилье (аренда, электричество, вода, газ, телефон, налоги, страховка, содержание дома);
2. Питание (продукты, кафе, обеды на работе, школьные завтраки);
3. Долги (кредитные карты, долги, кредиты);
4. Транспорт (автомобиль, общественный транспорт, такси);
5. Личные расходы (одежда, красота, развлечения, книги, медицина);
6. Сбережения (резервный фонд, отпуск, пенсионные накопления);
7. Другие расходы.

В составлении семейного бюджета именно статьи расходов представляют наибольший интерес, и поэтому на их анализ нужно потратить драгоценное время, чтобы сберечь его впоследствии.

При ведении домашнего хозяйства необходимо, чтобы доходы равнялись расходам, но были никак не меньше их. В этом и заключается рациональность ведения семейного бюджета, что необходимо для нормального бытия семьи и выполнения ее многочисленных функций.

Итак, ведение семейного бюджета – это неотъемлемая часть эффективного управления семейными финансами. Для этого необходима система, которая формируется, прежде всего, из точного учета по дням, месяцам, годам семейных расходов и доходов, ежегодного планирования семейного бюджета, анализа его выполнения, корректировки на будущее.

Технология ведения семейного бюджета предполагает совокупность форм, методов управления семейными финансами. Один из методов управления семейным бюджетом – это метод ведения семейной книги учета семейных финансов. Он предполагает заполнение и анализ ряда таблиц, помогающих наладить финансовую систему семьи, вести учет доходов и расходов, анализировать и планировать их, рационально делать покупки, приумножать сбережения и находить им достойное применение, уменьшить бремя повседневных домашних забот.

На сегодняшний день для эффективного управления семейным бюджетом помимо книги учета семейных финансов существуют программы для ведения, учета и планирования домашней бухгалтерии. Из наиболее известных: «Домашняя бухгалтерия», «Домашние финансы — бухгалтерия для дома», «Family», «AceMoney», «Учет наличных» и другие. Данные программы помогают вести полный учет доходов и расходов, планировать затраты, составлять подробные отчеты о состоянии бюджета и даже рисовать диаграммы. В них предусмотрены подкатегории (продукты, одежда, рестораны и прочее), позволяющие вести отдельный учет по каждому виду затрат. В конце месяца семья может не просто суммировать расходы, а увидеть, на какие конкретно товары и услуги ушло больше всего денег.

Таким образом, семьям в современных условиях необходимо вести учет, планирование своих финансов не только с расчетом на то, чтобы прожить определенный период до следующего дохода, но и чтобы делать накопления на будущее в общем и на определенные цели.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Котова А. Г - студентка, Чупрова Н. С. - студентка, Борисенко А. К. - студентка,
Биттер Н.В. –к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В России до 90-х годов 20 века действовала командно-административная экономика, которая подразумевала наличие своих санаториев у крупных промышленных предприятий, министерств, учреждений. Эти предприятия и были ответственны за распространение путёвок своим служащим (чаще всего этим занимались профсоюзные комитеты), также полностью снабжали всем необходимым сами санатории. Поэтому необходимости в маркетинговой службе у санаториев не было – они были уверены в своём дальнейшем процветании.

Но после перестройки ситуация коренным образом изменилась: санатории либо были закрыты, либо перешли в частные руки. Санатории столкнулись с конкуренцией на рынке услуг, поэтому возникла необходимость в создании и развитии отдела маркетинговой службы.

1. Использование маркетинга коренным образом меняет концепцию управления на предприятиях, где в качестве основополагающей выходит не общее управление производством, а управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятия по разработке, производству и реализации услуг в соответствии с рыночным спросом на нее в целом[Алтапресс [<http://altapress.ru>].

Маркетинг, как функция управления, нацелен на решение следующих управленческих задач:

- обоснование целесообразности и необходимости производства этой или иной продукции (товара, услуги) путем выявления существующего или потенциального спроса;
- организация научно-исследовательской и проектно-конструкторской деятельности по созданию и предоставлению услуг, отвечающих запросам потребителей;
- координация и планирование производственной и финансовой деятельности предприятия;
- организация и совершенствование системы и методов сбыта и реализации продукции;
- регулирование и направление всей деятельности предприятия, включая текущее оперативное руководство производством, транспортировкой, упаковкой, продажей, рекламой,

техническим и сервисным обслуживанием, на расширение и стимулирование сбыта продукции[3].

На сегодня, наиболее актуальными, являются два направления развития маркетинга на российских предприятиях:

- инвестиционный маркетинг, связанный с освоением новой продукции и новых рынков, что находит отражение в инвестиционных проектах предприятия;
- маркетинговое планирование, т.е. разработка концепции формирования маркетингового плана как основы внутрифирменного планирования.

Прежде всего, предприятие должно сформировать как минимум четыре службы:

- маркетинговую, которая обеспечивает рыночную деятельность;
- производственную, обеспечивающую производство продукции или оказание услуг по рекомендациям службы маркетинга;
- юридическую, которая отвечает за правовое обеспечение отношений с заказчиками, поставщиками, подрядчиками, собственным персоналом предприятия;
- штабную, обеспечивающую нормальное функционирование трех основных служб, их взаимодействии[1].

При этом каждое предприятие должно иметь свою структуру, которая определяется видом продукции (услуг), масштабами производственной и сбытовой деятельности, рынками, на которых оперирует предприятие и т.д. Поэтому служба маркетинга, создаваемая в предприятиях, должна являться мозговым центром, источником информации и рекомендаций не только рыночной, но и производственной, научно-технической, финансовой политики предприятия.

Маркетинговая служба предприятия представляет собой подразделение, действующее на основе принципов и методов маркетинга. Основные задачи:

- маркетинговой службы – комплексное изучение рынка, анализ ситуации, производственно-сырьевых и товарных ресурсов предприятия; выбор рынка;
- разработка и осуществление стратегии и тактики маркетинга;
- разработка маркетинговых программ и обеспечение их выполнения;
- обоснование рекомендаций по управлению качеством товара;
- разработка комплекса маркетинга (товарной, ценовой, сбытовой политики и политики формирования спроса и стимулирования сбыта) и обеспечение его рационального функционирования [Информационный сервер «Банкфакс» [<http://www.bankfax.ru>].

Рассмотрим структуру отдела маркетинга. Она включает в себя бюро прогнозирования и планирования маркетинга, бюро изучения рынка сбыта и спроса, бюро рекламы.

Бюро прогнозирования и планирования маркетинга решает задачи:

- 1) разработки прогнозов конъюнктуры рынка, платежеспособного спроса, перспектив развития предприятия, номенклатуры продукции, планируемой к постановке на производство;
- 2) разработки краткосрочной (1-2 года), среднесрочной (до 5 лет) и долгосрочной стратегии маркетинга;
- 3) разработки рекомендаций по формированию производственных мощностей и плана производства.

2. В Алтайском крае существуют все предпосылки для создания современных, модернизированных и конкурентоспособных санаторно-курортных учреждений. Основная часть санаториев сконцентрирована в районе г. Белокурихи. Наиболее крупных насчитывается порядка 13 шт., такие как «Алтай-West», «Сибирь», «Эдем», «Катунь», «Белокуриха» и т.д. Разберём работу маркетинговой службы на примере санаториев «Алтай-West», «Россия», «Беловодье» и «Белокуриха». На работу санаториев оказал большое влияние мировой экономический кризис, который и определил направление деятельности маркетинговых служб. Так, например, в санатории «Белокуриха» основное падение заполняемости произошло из-за того, что сильно сократились корпоративные заказы, прежде всего со стороны предприятий

Кузбасса. На что маркетинговая служба санатория ответила презентацией семи совершенно конкретных акций, в рамках которых можно получить скидки до 10%. Сэкономить на путевках могут семейные, постоянные клиенты, пенсионеры, студенты, школьные группы и молодежь. Данное мероприятие способствовало увеличению продаж и привлечению новых клиентов [Алтапресс [http://altapress.ru].

В настоящее время, для санаторно-курортных предприятий целесообразно использовать ряд мероприятий, предложенные нами:

1. Расширение ранка сбыта, с помощью рекламных компаний направленных на различные социальные группы.
2. Усовершенствование самой маркетинговой службы, её структуры и качества работы.
3. Привлечение высококвалифицированных специалистов и специалистов из вне, для устранения недочетов и неполадок в работе маркетинговой службы.

МЕТОДИКА БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ В СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ГРУППЕ

Котова А.Г. – студентка, Чупрова Н.С. – студентка, Владимирцева О.В. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Во многих книгах и журналах пишут, что все болезни из-за нервных расстройств и повседневных стрессовых ситуаций. Но мало кто знает, что такое стресс, как он появляется, и самое главное как с ним бороться. Стресс (от англ. stress — давление, нажим, напор; гнёт; нагрузка; напряжение) — неспецифическая (общая) реакция организма на воздействие (физическое или психологическое), нарушающее его гомеостаз, а также соответствующее состояние нервной системы организма (или организма в целом). В медицине, физиологии, психологии выделяют положительную (эустресс) и отрицательную (дистресс) формы стресса. По характеру воздействия выделяют нервно-психический, тепловой или холодный, световой, антропогенный и другие стрессы.

1. Стресс могут вызвать очень разные жизненные ситуации, от повседневных происшествий до основополагающих, жизненно важных событий (потеря работы, развод, смерть близкого). Если из-за стресса у человека утрачивается чувство радости жизни, нарушаются взаимоотношения с окружающими, расстраивается сон, изменяется аппетит, если человек постоянно чувствует себя уставшим, это значит, что организм посылает сигналы о том, что стресс оказался чрезмерным [Журнал «МОИ». <http://health.mpei.ac.ru/stres.htm>].

2. Определенные стрессовые ситуации могут вызвать состояние, известное как реакция борьбы или бегства. Столкнувшись с кризисом, мозг посылает сигналы «тревоги». Это сигналы гармонное, функция которых состоит в том, чтобы привести организм в состояние повышенной готовности борьбе с неким неблагоприятным фактором [Все о стрессе. <http://www.effecton.ru/409.html>].

Стрессу так же подвержены и студенты, мы разработали курс упражнений для специальной медицинской группы. Этот курс состоит из четырех пунктов:

1. «Дыхание жизни». Чтобы восстановить обмен кислорода и углекислого газа в легких, необходимо научиться дышать более глубоко с помощью диафрагмы, а не мышц грудной клетки. Этого можно добиться следующим упражнением - необходимо поменять привычный нам способ дыхания: при выдыхании диафрагма расправляется, и живот приобретает форму шара, а при вдохе наоборот напрягается и втягивается до упора. Такое упражнение нужно повторять 4-5 раз по 5-7 минут.

2. «Релаксация». Мышечное напряжение – это следствие повышенной активности нервной системы, вызванной стрессом и если научиться расслаблять мышцы, это поможет снять внутреннее напряжение. Следующее упражнение поможет вам в этом. Используйте так называемую «позу мертвого»: голова, шея и спина располагаются на одной линии, ноги не-

сколько раздвинуты, руки повернуты ладонями вверх и слегка отведены. Заканчивать упражнение нужно тогда, когда почувствуете полное расслабление.

3. «Медитация». Техника медитации позволяет достигать полного спокойствия и безмятежности в состоянии бодрствования. Согласно одной из методик, необходимо сесть на пол, скрестить ноги, в течение нескольких минут нежно расслабить мышцы и медленно подышать. Затем нужно расслабиться, повторяя про себя простой звук, (чаще всего «ом» и «ан»). Не старайтесь добиться пустоты в голове, наоборот, сконцентрируйтесь на том, что вы делаете.

4. «Массаж». Массаж одно из старейших методов лечения, известных людям, его используют для улучшения физического и психического здоровья начиная с 3000 года до н.э. Прежде чем пытаться делать кому-то массаж необходимо научиться правильной технике у квалифицированного массажиста. И самим лучше посещать массажи в поликлиниках и центрах здоровья. Здоровье – это самое ценное, что есть в нашей жизни, берегите его.

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Левина А. А. – студентка, Биттер Н. В. – к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Отдых и общение с природой является обязательной частью полноценной жизнедеятельности человека. Это особенно актуально в наш динамичный информационный век. Людям необходим отдых от постоянного техногенного окружения.

В настоящее время туризм является самой динамично развивающейся отраслью в мировой экономике. Быстрое его развитие характерно и для современной России. С улучшением уровня жизни россиян увеличиваются и внутренние потребности страны в объектах индустрии туризма и туристской инфраструктуры.

Спрос на предлагаемый в Алтайском регионе туристский продукт неуклонно растет, причем, как у россиян, так и у иностранцев. Природно-климатические условия Алтайского региона позволяют организовать здесь практически любой вид отдыха и туризма: приключенческий и экстремальный туризм, охотничий и рыболовный, горнолыжный, оздоровительный, экологический туризм.

Ежегодно на территории Алтайского края увеличивается число туристских баз, кемпингов, гостиниц, появляются новые маршруты, места для катания на горных лыжах, сплавы по горным рекам, конные прогулки, полеты на парапланах и т. д. Единовременно в 270 коллективных средствах размещения края могут отдохнуть более 25 тысяч человек. За последние годы в регионе побывали туристы не только из всех уголков России, но и из 60 стран мира.

В крае очень богатые традиции санаторно-курортного дела. Лечебно-оздоровительными свойствами обладают соленые озера степного Алтая, перспективные для формирования бальнеогрязевых санаториев. Большое и Малое Яровое, Горько-Перешеечное, Малиновое и другие соленые и горько-соленые озера — места паломничества многочисленных гостей. В последнее время все большую популярность приобретают лечебно-оздоровительные процедуры — ванны, приготовленные с использованием пантов — молодых рогов благородного оленя-марала. Они обладают многочисленными целебными свойствами и предлагаются не только в санаториях, но и на базах отдыха мараловодческих хозяйств.

Главным курортом края, действующим на базе термальных радонсодержащих вод, является Белокуриха. Это многопрофильный бальнеоклиматический курорт федерального значения с современными корпусами лечебно-профилактических учреждений, оснащенными современными технологиями, с высоким уровнем подготовки специалистов по лечению и профилактике многочисленных заболеваний. Здесь активно внедряются методики лечения, основанные на местном природном сырье: меде, травах, глинах, продуктах животного происхождения. Большое внимание уделяется коротким лечебным программам, наиболее востребованным среди деловых социально активных людей. В настоящее время здесь созданы все условия для лечения, оздоровления и активного отдыха. Кроме этого, Белокуриха является

успешно действующим сибирским центром конгрессного туризма. Ежегодно здесь проводится несколько десятков конференций, симпозиумов, выставок, совещаний, семинаров и др.

В Белокурихе 15 санаторно-курортных учреждений, которые могут принять одновременно около 5 тысяч отдыхающих. Крупными санаториями являются ЗАО «Курорт Белокуриха», ОАО «Санаторий «Россия», ОАО «Санаторий «Алтай-West» и др. Курорт является признанным центром горнолыжного отдыха в Сибири с современными оборудованными трассами европейского уровня. Зимой сюда направляется более 50 % потока туристов. В настоящее время в Белокурихе функционирует девять трасс общей протяженностью более 9 километров. Горнолыжный комплекс представляет собой сеть взаимосвязанных трасс, что очень удобно как для туристов, так и для проведения международных соревнований и чемпионатов России по всем видам горнолыжного спорта и сноуборда. Ежегодно проводится фестиваль любителей активного отдыха «Снежный ком», участники которого демонстрируют навыки владения горными лыжами и сноубордом. Горнолыжный комплекс города-курорта отвечает всем современным требованиям безопасности для активного отдыха.

Кроме Белокурихи, горнолыжные трассы находятся в районе левобережья Катунь в Алтайском районе: «Гора Веселая», «Гора Горыня», особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь». С верхних точек этих трасс открываются великолепные панорамы долины реки Катунь и гор Алтай. В городе Змеиногорске расположен горнолыжный комплекс «Змеиногорский»; в Бийском районе есть трасса у санатория «Рассветы над Бией». Эти склоны удобны для семейного катания на горных лыжах. Некоторые из них оборудованы также саночными подъемниками для катания на санках, снегокатах, баллонах и т. п. Всего на территории края функционирует 28 горнолыжных трасс длиной от 250 м до 2700 м и перепадом высот от 75 м до 550 м.

Алтайский край по праву считается одним из самых перспективных регионов России для развития сферы путешествий и отдыха. В горной местности наиболее популярными являются активные маршруты. Сплавы по нижнему течению Катунь, рекам Чарыш, Песчаная, Кумир, Коргон и Белая позволяют получить огромную порцию адреналина, пройдя маршрут от самого простого до экстремального на рафтах и катамаранах.

Спелеотуризм в Алтайском крае имеет неограниченные возможности. Здесь немало пещер, которые доступны для любого человека. Любители экстремальных спелеопутешествий могут посетить некоторые из глубочайших пещер Сибири — Алтайскую (глубиной 240 м), Геофизическую (137 м) и др. Подземный мир Алтайского края до конца не исследован, и здесь можно сделать удивительные открытия.

Все большую популярность приобретают многодневные пешие и конные маршруты по территории Алтайского, Чарышского, Смоленского и Краснощековского районов, а также по Горной Колывани.

Алтайский край является центром высокопрофессионального парапланерного спорта, а также экстремального отдыха Сибири, благодаря кемпингу парапланеристов «Бобровая Займка», расположенному неподалеку от города Белокурихи.

Немало мест в крае и для любителей рыбной ловли и охоты. Популярными трофеями для охотников являются косуля, марал, медведь, глухарь. Трофеи рогов косули, добытых в Алтайском крае, отличаются особо крупными размерами и изяществом.

В крае проводится достаточно много мероприятий, интересных для посещения, например, Шукшинские дни в Сростках, фестивали «Песни Иткульского лета», «Под звездным небом Колывани», международный фестиваль «Праздник сыра» и другие, которые с каждым годом собирают все больше и больше гостей со всей России и из-за рубежа.

В Алтайском крае имеются большие возможности для развития сельского туризма. Край определен в качестве региона, в котором будет опробован пилотный проект Министерства сельского хозяйства России по развитию туризма в сельской местности. Сельский туризм является новым направлением, и необходимость формирования этого направления предусмотрена государственной программой развития сельского хозяйства. Наиболее перспективными для развития сельского туризма являются территории Алтайского, Смоленского, Со-

лонешенского, Чарышского, Змеиногорского и Завьяловского районов. Все они достаточно удалены от крупных городов, а значит, могут гарантировать туристам чистый воздух и воду, натуральные продукты и уголки живописной и уникальной природы. Кроме того, всем отдыхающим предлагается множество интересных занятий: посещение пасеки и сбор ягод и грибов, а также рыбалка, охота и многое другое.

Активная экономическая и инвестиционная политика Администрации края позволила значительно улучшить инвестиционный климат на территории региона, а также начать реализацию крупных проектов федерального уровня. За два последних года приняты решения о создании в крае особой экономической зоны туристско-рекреационного типа, игорной зоны.

Для размещения особой экономической зоны туристско-рекреационного типа выбран Алтайский район, расположенный в юго-восточной части края, на расстоянии 280 км от столицы края — г. Барнаула. На востоке и юге он граничит с районами Республики Алтай. Общая площадь зоны составляет более 3 тыс. га.

Планируется, что ежегодно «Бирюзовая Катунь» будет принимать свыше 115 тыс. гостей. В целом, проектом будет предусмотрено единовременное размещение 3,5 тыс. туристов. Всего предполагается пять типов размещения: отель в горах, спа- и велнес — гостиница, семейный отель, молодежная гостиница и бунгало. Строительство средств размещения будет завершено в 2012 году. Индустрия средств размещения будет дополнена объектами питания и развлечения туристов. При строительстве данных объектов будет учтено позиционирование особой экономической зоны как «Алтайского парка приключений» или центра экстремального туризма.

Приезжая в «Бирюзовую Катунь», туристы уже сейчас имеют возможность отдохнуть в комфортных условиях, увидеть множество археологических памятников, познакомиться с историей и культурой скифского времени.

В непосредственной близости от особой экономической зоны туристско-рекреационного типа будет расположена игорная зона «Сибирская монета». Это одна из четырех игорных зон, которые создаются в соответствии с решением Правительства РФ. Площадь ее территории составляет более 2 тыс. га. Обустройство игорной зоны предполагает разработку эксклюзивных проектов и дизайнерских решений игорных, гостиничных, культурно-развлекательных комплексов.

Одной из основных задач Администрация Алтайского края считает формирование на российском и международном уровнях позитивного образа территории как инвестиционно-привлекательного, современного и развивающегося региона России. Большое внимание уделяется продвижению туристского продукта края на крупнейших выставках мирового, федерального и регионального уровней — специализированные выставки «ITB» (г. Берлин), «Интурмаркет», МИТФ (г. Москва) и «ТУРСИБ» (г. Новосибирск). Участие в выставках показывает, что Алтайский край становится узнаваемым в связи с большим посещением выставочной экспозиции края потенциальными туристами, инвесторами, российскими и зарубежными туроператорами.

В настоящее время разрабатывается региональная целевая Программа развития туризма, в которой будет утвержден комплекс мер по развитию туризма

СПРОС ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ НА СЕЛЬСКИЙ ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Мирошник Н.Ю. — студентка, Нестеренко А.Ю. — студентка,
Петракова Т.Г. — доцент, к.и.н.

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время со стороны Администрации Алтайского края особое внимание уделяется развитию сельского туризма. С 2009 года, когда была утверждена Администрацией Алтайского края ведомственная целевая программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009-2012 годы, реализованы практически все намеченные программой меро-

приятия. Субсидированы средства для строительства или реконструкции домов, предназначенных для приема отдыхающих, создана информационная база для людей, желающих заниматься сельским туризмом, осуществляется правовая и информационная поддержка предпринимателей, созданы условия для продвижения сельского туристского продукта, появилась информация в свободном доступе для желающих о возможных вариантах отдыха на селе. Сделано много, но главным, не решенным вопросом, остается отсутствие желающих посетить сельские гостевые дома по причине недостаточной информированности городских граждан о сельском турпродукте.

Целью исследования является определение уровня спроса населения г. Барнаула на сельский туристский продукт.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи: выявить степень заинтересованности населения г. Барнаула в сельском туристском продукте; определить, какую сумму готовы потратить туристы на комплекс туристских услуг (проживание, питание, баня, досуг) в сельском гостевом доме на человека в сутки; выявить предпочитаемый тип питания и проживания; выяснить, важно ли для отдыхающих наличие удобств (санузел, ванная комната, холодная, горячая вода, ванна) в сельском гостевом доме; выделить предпочитаемые мероприятия досуга в сельском гостевом доме; выяснить, что знает городское население о развитии сельского туризма в Алтайском крае.

В целях выявления и анализа мнения населения г. Барнаула о сельском туризме было проведено анкетирование, в котором приняли участие 270 человек, среди них были представлены такие социальные категории как студенты, служащие, рабочие, пенсионеры и руководители. По итогам анкетирования были получены следующие результаты.

В целом результаты анкетирования показали, что 93% из числа опрошенных хотели бы посетить сельский гостевой дом, отдохнуть в сельской местности с комплексом туруслуг, а 7% респондентов относятся критично к данному виду отдыха, что связано с предпочтениями отдыха на море, у родственников, просто неинтересно. Наибольший интерес к данному виду отдыха проявляют представители таких социальных категорий как «рабочие» (92%) и «служащие» (99%). Нужно отметить, что этим категориям свойственен довольно низкий уровень критичного отношения к данному виду отдыха. Следовательно, в будущем представители данных социальных категорий могут стать главными потенциальными гостями сельских домов. И, согласно результатам опроса, меры по стимулированию спроса на туристский сельский продукт дадут наибольший результат главным образом среди представителей данных социальных категорий.

Представители социальной категории «студенты» проявили довольно высокий интерес к сельскому турпродукту: около 68% опрошенных студентов выразили желание отдохнуть в сельском гостевом доме. К тому же, уровень лояльности также довольно высок – около 90%. Но, по сравнению с двумя вышеперечисленными категориями, отношение интереса к критичному отношению к отдыху в селе ниже. Но, тем не менее, данная группа также представляет большой интерес для стимулирования спроса на сельский турпродукт.

Представители таких социальных категорий как «пенсионеры» (80%) и «руководители» (76%), проявили умеренный интерес и лояльность к сельскому отдыху. Данные категории характеризуются наименьшим интересом к отдыху в селе и самым высоким среди остальных категорий критичным отношением. Хотя уровень лояльности к данному виду отдыха довольно высок: более 75 % опрошенных по двум категориям относятся не критично к данному виду отдыха. В целом результаты опроса показали, что у населения есть интерес к данному виду отдыха.

На вопрос «Какую сумму Вы готовы потратить за комплекс туристских услуг (проживание, питание, баня, досуг) в сельском гостевом доме, в руб. в сутки?» респонденты ответили следующим образом. В целом, сумма, которую готовы заплатить потребители за комплекс услуг в сельском гостевом доме, соответствует актуальной рыночной стоимости в данном сегменте туристских услуг. Более 50% опрошенных заявили о готовности заплатить за комплекс туристских услуг от 500 до 1000 руб. В то время как на туристских базах комплекс ту-

руслуг обошелся бы одному потребителю более чем 1000 руб. в сутки. 24% респондентов готовы заплатить за данный вид отдыха менее 500 руб. в сутки, а 16% - более 1000 руб. в сутки.

Представители социальной категории «руководители» готовы заплатить за комплекс туристских услуг наибольшую сумму по сравнению с другими категориями. Среди представителей данной категории реже всего встречались ответы «до 500 руб.» - в 19% случаях, чаще всего встречались ответы: «более 1 000 руб.» - в 29% случаях, по сравнению с другими категориями. К тому же, руководители часто признавались, что готовы заплатить за отдых от 3 000 руб. в 14% случаев. Следовательно, представители данной категории в целом готовы заплатить за комплекс услуг сумму выше реальной рыночной стоимости на данном сегменте туристского рынка. Но возникает вопрос соответствии отдыха их ожиданиям.

Представители таких социальных категорий как «рабочие», «служащие», «студенты» готовы заплатить за отдых среднюю сумму по сравнению с другими категориями. Самый популярный ответ здесь – «от 500 руб. до 1000 руб.». Готовность заплатить за отдых более 1000 рублей варьируется от 12% до 18% опрошенных. В целом сумма, которую готовы заплатить за комплекс услуг представители данных категорий, соответствует предложению на данном сегменте рынка. Представители социальной категории «пенсионеры» готовы заплатить за отдых в сельском доме наименьшую по сравнению с остальными категориями сумму – «до 500 руб.» - ответили 50% опрошенных. Уровень затрат, которые готова понести большая часть представителей данной категории, ниже рыночной стоимости на данном сегменте туристского рынка.

По результатам опроса на вопрос «Выбирая отдых в сельском гостевом доме, какой тип питания Вы предпочли бы?» выявлено, что опрошенные отдают предпочтение организованному питанию – 71% или более 2/3 опрошенных. Из всех предложенных вариантов организованного питания (завтрак, 2-х или 3-х разовое питание) предпочтение отдается полному пансиону – «завтрак, обед и ужин» - 51% опрошенных выбрали данный вариант ответа. Данные опроса подтверждают, что наибольший интерес люди проявляют к организованному питанию, а именно «завтрак, обед, ужин» - этот вариант самый популярный в таких категориях как «рабочие», «студенты», «служащие», руководители». Причем наибольшую потребность в организованном питании испытывают руководители: около 81% - подавляющее большинство – предпочитают организованное питание самообслуживанию. Что касается социальной категории «пенсионеры», то здесь мнения разделились: половина опрошенных предпочитают самообслуживание, а половина – организованное питание, с преобладанием варианта «завтрак, обед и ужин». Можно сделать вывод, что на отдыхе наиболее предпочитаемым типом питания является полный пансион – завтрак, обед, ужин. Это необходимо учитывать при формировании турпродукта.

На вопрос «Какой тип проживания в сельском гостевом доме Вы предпочли бы?» 96% респондентов ответили, что наиболее предпочитаемый тип проживания – отдельный дом без хозяев. Вариант «не имеет значения», который составляет всего лишь 3% от общей доли ответов, выбрали, в основном, 20% пенсионеров. Следовательно, для гостей предпочтительным вариантом размещения является отдельный дом, что очень важно учитывать при формировании турпродукта.

Согласно результатам опроса, для подавляющего большинства опрошенных (84%) важно наличие удобств в гостевом доме. Нужно отметить, что по всем категориям наличие удобств важно для более чем 74% в каждой социальной категории. Причем наименьшую важность этому придают представители социальной категории «рабочие» - 74% утвердительных ответов, что также является очень высоким показателем. Самую высокую степень важности наличие удобств представляет для пенсионеров – в 90% случаев утвердительные ответы в данной социальной категории. Можно сделать вывод, что спросом будут пользоваться те сельские дома, где предоставлены удобства в доме.

Наиболее популярными видами досуга, по результатам опроса, являются: «Рыбалка, охота», «Пешие и культурно-познавательные экскурсии», «Активный отдых: прокат лоша-

дей, спортивного инвентаря», каждый из которых набрал более 20%. Причем самым популярным ответом является «Активный отдых: прокат лошадей, спортивного инвентаря», набравший $\frac{1}{4}$ всех голосов. Менее популярными видами отдыха, по результатам опроса, являются «Сбор урожая, лекарственных трав, ягод, грибов», «Сельские праздники, ярмарки», «Участие в приготовлении хлебобулочных изделий в русской печи, вина, консервирование овощей и т.п.», каждый из которых набрал примерно одинаковое количество голосов: от 9% до 12%. В категории «иное» были также предложены такие варианты как «самоорганизованный отдых». Наибольший интерес к такому виду досуга как «сбор урожая, ягод, грибов и т.д.» проявила такая социальная категория как «пенсионеры». Также довольно высокий интерес проявили «служащие» и «руководители». К рыбалке и охоте проявили интерес все социальные категории: интерес к данному виду досуга более 19% в каждой категории. Наибольший же интерес к данным развлечениям проявили руководители – около $\frac{1}{4}$ всех руководителей выбрали данный вид досуга. Экскурсии предпочли бы так же представители всех социальных категорий. Наибольший интерес к экскурсиям проявили рабочие – 28% ответов. Сельские праздники и ярмарки не показались очень интересным мероприятием ни одной социальной категории: ни в одной из них нет доли более 14%. К тому же, рабочие проявили к этому виду досуга наименьший интерес - 5%.

Активный отдых пришелся по душе практически всем категориям, за исключением пенсионеров. Среди них интерес к активному отдыху проявило 14% все опрошенных по сравнению с 34% руководителей, среди которых это наиболее популярный вид досуга. Что касается других категорий, то уровень интереса к данному виду досуга ни в одной категории не ниже 21%. Это является очень хорошим показателем. Что касается такого вида досуга, как «участие в сельских ярмарках и праздниках», то уровень интереса к нему не превысил отметки 11% по категориям. Данный уровень интереса зафиксирован у пенсионеров и служащих. Наименьший же интерес к данному виду досуга проявили руководители - 5%. Можно сделать вывод, что всем социальным категориям свойственны различные виды досуга, но, можно выделить несколько видов досуга, которые интересны всем социальным категориям: «сбор урожая, ягод, грибов и т.д.», «охота, рыбалка», «активный отдых, прокат лошадей, спортивного инвентаря», «познавательные экскурсии».

Результаты опроса на вопрос «Что Вы знаете о развитии сельского туризма в Алтайском крае (открытый ответ)?» показали, что большая часть опрошенных не осведомлена о существовании такого явления, как сельский туризм на Алтае («ничего не знаю» - 52%). К группе (27%), осведомленной о возможности отдохнуть в сельском гостевом доме, можно отнести те категории людей, которые ответили: «сельский туризм в Алтайском крае развивается» - 13% опрошенных, «хорошо осведомлен(а) о состоянии сельского туризма на Алтае» - 4%, «сельский туризм в Алтайском крае плохо развит» - 10% опрошенных. Следовательно, о развитии сельского туризма на Алтае осведомлена небольшая часть населения – около $\frac{1}{4}$ опрошенных. Этим можно объяснить низкий спрос на сельский туристский продукт. Для стимулирования спроса на отдых в деревне необходимо информировать население алтайского края и других регионов о возможности такого недорогого, интересного и полезного отдыха.

Таким образом, можно определить, что интерес к сельскому туристскому продукту есть, условия создаются, но для превращения интереса в реальный спрос необходимо информировать население о таком виде отдыха.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ В СЕЛЬСКИХ ЗЕЛЕННЫХ ДОМАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Мистер О.В. – студент, Гокк С.А. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Анализируя современное состояние рынка сельского туризма в Алтайском крае, можно с уверенностью сказать: за последние четыре – пять лет количество действующих «зеленых» домов стремительно возросло и продолжает увеличиваться с каждым годом. Расширяется

ассортимент предоставляемых услуг, повышается качество, появляется опыт. Сельский туризм в крае приобретает совершенно иные масштабы. Все вышеизложенное указывает на актуальность данной темы.

Целями предпринятого исследования являются:

- социологический опрос владельцев сельских усадеб Алтайского края и жителей г. Барнаула с целью выявления мнения об уровне и перспективах формирования программ отдыха в условиях «зеленых» домов.
- анализ факторов, влияющих на организацию досуговых мероприятий в сельских домах.

В рамках опроса было проанкетировано 100 жителей г. Барнаула и проведено интервьюирование владельцев 29 сельских зеленых домов Алтайского края.

К настоящему времени сельский туризм в Алтайском крае развивается практически во всех его районах, но «поставлен на поток» лишь в десятке: в Алтайском, Ельцовском, Солонешенском, Смоленском, Краснощековском, Чарышском, Красногорском, Змеиногорском, Курьинском, Советском, Солтонском и Шипуновском [На экскурсию в деревню? // Алтайская правда. – 2010. – 22 мая. - № 157. – С. 6.]. По данным краевого Управления по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры, официально сельским туризмом в 2010 году в крае занимались 234 предпринимателя, которые приняли более 12,6 тыс. гостей [Алтайский край примет миллион гостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ratanews/news>].

Организация досуга отдыхающих в зеленых домах является существенным звеном в полноценном сельском туристском продукте. Участие в различных мероприятиях туристов является непременной составляющей успешной деятельности сельской усадьбы.

Под досугом понимается деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой человек восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности [Вишняк, А.И. Формы молодежного досуга [Текст]: Культура молодежного досуга / А. И. Вишняк, В. И. Тарасенко. – Киев : Высшая школа, 1988. – С. 12]. Также досуг рассматривается как деятельность, осуществляемая в русле определенных интересов и целей, которые ставит перед собой человек. Усвоение культурных ценностей, познание нового, любительский труд, творчество, физкультура и спорт, туризм, путешествия – вот чем и еще многим другим может быть занят он в свободное время [Ковалева А.И. Концепция социализации молодежи: Нормы, отклонения, социализационная траектория / А.И. Ковалева // Социс. – 2003. – № 61. – С. 6].

Анализируя различные факторы, влияющие на формирование досуговой деятельности в сельских зеленых домах, и которые были нами выявлены в результате опроса, мы хотели бы заострить внимание на следующих.

Во-первых, мотивацией деревенского отдыха являются (здесь учитывалось мнение респондентов из числа жителей г. Барнаула, которые рассматривались нами как потенциальные клиенты сельских «зеленых» домов): единение с природой (61%), чистый воздух (61%), экологически здоровые продукты питания (54%), отсутствие скученности населения, иной образ, распорядок и культура жизни (32%), возможность участия в сельскохозяйственных работах и садоводстве, уход за животными, участие в сборе даров природы (22%) и, разумеется, что немаловажно, дешевизна отдыха (79%). Сельский отдых – кардинальная смена обстановки, позволяющий снять стресс, накопившийся за год работы в напряженных городских условиях, и получить свою порцию здоровья и психологическую разгрузку.

Во-вторых, в сельской местности туристский спрос носит ярко выраженный сезонный характер. Наиболее предпочтительное время отдыха для большинства туристов для нашего региона – лето (76%), на втором месте – зима. Весна и осень, как правило, наименее востребованное время отдыха. Сельских усадеб, действующих круглогодично, по данным опроса, – около половины из общего числа (48%). Это, например, гостевой дом «Тигиевых» в Курьинском, «У Кузнецова Якова Витальевича», «Таёжный Край», гостевой дом «Верещагиных» в

Заринском, усадьба «Производственная база» в Мамонтовском, усадьба «Белоцерковец» в Шипуновском районах и др.

В-третьих, наибольшее влияние на формирование содержания сельского отдыха оказывают географическое положение и природные условия. Алтайский край сочетает практически все природные зоны России — степь и лесостепь, тайгу и горы. Подробный анализ рекреационных возможностей крестьянских (фермерских) хозяйств и их окрестностей позволит предложить клиентам широкий спектр экологических, познавательных и активных туристских услуг. Выгодное месторасположение имеют более 50% действующих усадеб, которое привлекает путешественников, например, близость водоема, леса, горных массивов и др. Так, например, поблизости с усадьбой «Галины Ивановны» находится знаменитое в крае озеро Колыванское. Теплое озеро является главной достопримечательностью окрестностей, местом купания и рыбной ловли. В 150 метрах от «ЛПХ Тетерина В.В.» в Солонешенском районе протекает река Ануй, где отличная рыбалка на хариуса. Гостевой дом «Верещагиных» расположен в 500 м от лесного массива, в котором много грибов и ягод.

В-четвертых, важно учитывать половозрастную и социальную структуру потребителей при организации мест проведения досуга отдыхающих. Основными потребителями сельского турпродукта являются семейные пары с детьми (их число преобладает среди групп потребителей и составляет 91%), пожилые люди (15%), спортсмены, либо просто любящие активный отдых туристы (42%). Учитывая их специфические потребности в проведении досуга, владельцы усадеб создают спортивные площадки, детские уголки, организуют прокат инвентаря. Но пока еще такие услуги предоставляются лишь 36% опрошенных владельцев усадеб. Среди отдыхающих мужского пола пользуются спросом принадлежности для активного отдыха: рыболовные или охотничьи снасти, прокат велосипедов. Женщины предпочитают экскурсионные программы, посещение мастер-классов. Пожилые люди интересуются садовыми посадками, проявляют интерес к сельскохозяйственным работам, которые хозяева организуют на приусадебном участке.

В-пятых, любая отрасль экономики может успешно развиваться только при условии наличия подготовленных и квалифицированных кадров, в том числе и в сельском туризме. Часто для проведения экскурсий привлекаются опытные гиды-проводники, экскурсоводы. В рамках государственной целевой программы «Развитие сельского туризма в Алтайском крае на 2009-2012 гг.» для владельцев зеленых домов организуются обучающие курсы, проводятся семинары, посвященные развитию сельского туризма в крае. Также было подготовлено «Практическое руководство по организации сельского туристского бизнеса в Алтайском крае» – результат совместной работы кафедры «Сервис и туризм» АлтГТУ, «Центра сельского туризма Алтайского края» и ГУСХ. Методическое пособие посвящено различным аспектам организации агротуристских услуг, экземпляры были распространены среди организаторов сельского турбизнеса.

В-шестых, культурно-исторический потенциал края обладает широкими возможностями разнообразить отдых туристов в зеленых домах. Организованное с целью просвещения свободное время туристов включает в себя ознакомление с культурной жизнью региона, ценностями науки, искусства, изучение истории края, посещение объектов туристского показа (были заинтересованы 68% опрошенных городских жителей), мастер-классов (23%), участие в праздничных мероприятиях (61%) и т.д. Необходимо, чтобы турист отдыхал в сельской местности не только ради удовольствия, но стремился понять ее особенности, познакомиться с бытом, эпохой, культурными ценностями малых народов и коренного населения, проживающих в регионе. Эстетическое воспитание играет важную роль в организации досуга в зеленых домах.

Таким образом, значимыми факторами, влияющими на содержание досуга в сельских зеленых домах, являются мотивация сельского отдыха, сезонность, физико-географические и климатические особенности, половозрастная и социальная структуры туристов, наличие обученных и подготовленных кадров в сфере сельского туризма, культурно-исторический потенциал сельской местности. В данной работе перечислены далеко не все факторы, кото-

рые оказывают влияние на организацию досуговых программ в сельских усадьбах. Существуют также специфические для каждой местности, и каждой усадьбы, в частности, особенности, которые можно использовать при формировании развлечений для туристов. Создавая условия для удовлетворения потребностей в активном и полноценном отдыхе, способствующем укреплению здоровья, приобщению к культурным и историческим ценностям и местному укладу жизни, сельский туристский продукт будет пользоваться постоянно возрастающим спросом у путешественников.

ТУРИЗМ ПОД ВЛИЯНИЕМ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА: РОССИЯ

Морозова Н.С. – студент, Л.И. Донскова – д.э.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В статье рассматривается качество влияния мирового экономического кризиса 2008 г. на туризм в России. Мировой финансовый кризис 2008 г. – это финансово-экономический кризис, проявившийся в 2008 г. в форме очень сильного ухудшения основных экономических показателей в большинстве развитых стран: повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырье, росте безработицы. Таким образом, влияние кризиса отразилось на населении, на всех отраслях экономики многих стран, в том числе и на секторе туризма.

Проанализированные последствия кризиса 2008 г. могут служить основой для принятия эффективных решений правительствами различных стран, а также непосредственно участниками туристского рынка в области предотвращения или смягчения негативных последствий на сектор туризма со стороны внешних факторов, в частности – экономического.

Мировой финансовый кризис оказал влияние и на функционирование российского туристского сектора. Прежде всего, это влияние испытали авиакомпании, туроператоры и, как следствие, изменилось число въездных и выездных потоков.

Анализ литературы показывает отсутствие системных исследований в сфере туризма в России. Кроме того, проведение исследований затруднено еще и недостаточными статистическими данными, что можно объяснить, прежде всего, спецификой российской экономики («теневая экономика»).

Как уже отмечалось, в связи с резким снижением цен на нефть, значительно возросла стоимость авротоплива. К примеру, воспользуемся данными Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) и Интернет-ресурсами, согласно которым, за первое полугодие 2008 г. обанкротилось более 20 авиакомпаний по всему миру. Топливный кризис также отразился на российской туристической индустрии. В августе 2008 г. из-за большой задолженности перед топливно-заправочными компаниями авиационный альянс AiRUnion был вынужден приостановить полеты своих авиакомпаний: у нескольких компаний альянса – «Самара», «Домодедовские авиалинии» и «КрасЭйр» были отозваны лицензии.

Не обошлось без банкротств и среди российских туроператоров. Несостоятельным был признан туроператор «Детур», внезапно прекративший свою деятельность в начале июля 2008 года. Банкротство компании было вызвано несостоятельностью турецко-австрийского туроператора «Vasco», дочерней фирмой которого являлась фирма «Детур». Долги туроператора составили около 20 млн. руб. Следует отметить, что в 2008 г. в соответствии с законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» были предусмотрены компенсации туристам со стороны страховых компаний лишь в размере 10 млн. руб. Как отмечают специалисты, именно в связи с этим прецедентом на рассмотрение Госдумы было внесено предложение поднять сумму финансового обеспечения для туроператоров, занимающихся международным туризмом, до 100 млн. руб.

Летний сезон 2008 г. был для туроператоров неудачным, осталось много непроданных туров. Специалисты туристских компаний объясняют низкий спрос тем, что российские туристы ожидали наступления финансового кризиса в России уже в августе и решили отложить

свой отдых. Кроме того, сыграли свою роль в снижении доверия к туристской отрасли авиационный кризис, волна банкротств, а также подорожание зимних туров в 2009 г. на 20-30 %.

Ниже приведен анализ данных Росстата по выездному туризму в России. Для более полного представления влияния кризиса на туризм в нашей стране рассматриваются данные о количестве турпоездок российских граждан за последние 4 года (см. рис.1) [Федеральное агентство по туризму. – Режим доступа : <http://russiatourism.ru>].

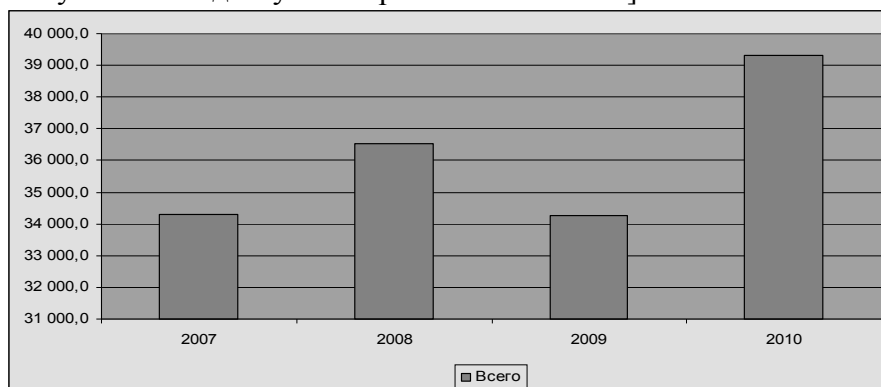


Рисунок 1. Количество российских граждан, выехавших за рубеж (тыс.чел.)

После спада туристского потока в 2009 г., в 2010 г. произошло резкое увеличение числа турпоездок практически по всем популярным у россиян направлениям, что привело не только к возврату значений рассматриваемых показателей к уровню докризисного (2008 г.), но иногда и значительному их превышению над анализируемыми значениями.

Наиболее любимые россиянами страны для отдыха остаются неизменными на протяжении последних нескольких лет – Египет, Турция и Китай. Среди них, наибольшее увеличение турпотока коснулось Египта, в который въехало в 1 полугодии 2010 г. более 2 млн. россиян. На сегодняшний день эта страна не имеет себе равных по популярности у российских туристов. Привлекательные цены в сочетании с благоприятным климатом и практически круглогодичной доступностью для всевозможных видов отдыха работают на все возрастающее увеличение турпотока в эту страну.

Китай, после значительного спада в 2009 году, связанного, в основном, с ужесточением таможенного режима с российской стороны, начинает быстрыми темпами возвращать утраченные позиции.

Турция также не сдает свои позиции и после относительно неблагоприятного периода в 2009 году, возникшего из-за нежелания турецких туроператоров снижать цены во время кризиса, опять приобретает утраченную популярность, немного уступая при этом Египту [Статистика туризма в России в 1 полугодии 2010 года. – Режим доступа : <http://tourest.ru>].

В целом, как видно из графика, наименьшее количество российских туристов выехало за рубеж в 2009 г., и уже к 2010 г. ситуация значительно изменилась в сторону увеличения числа поездок.

Что касается спроса в области въездного туризма, то здесь показатели не столь оптимистичны, как по выездному. Ниже приведен анализ, аналогичный предыдущему, по показателям въездного туризма (см. рис.2) [Федеральное агентство по туризму. – Режим доступа : <http://russiatourism.ru>].

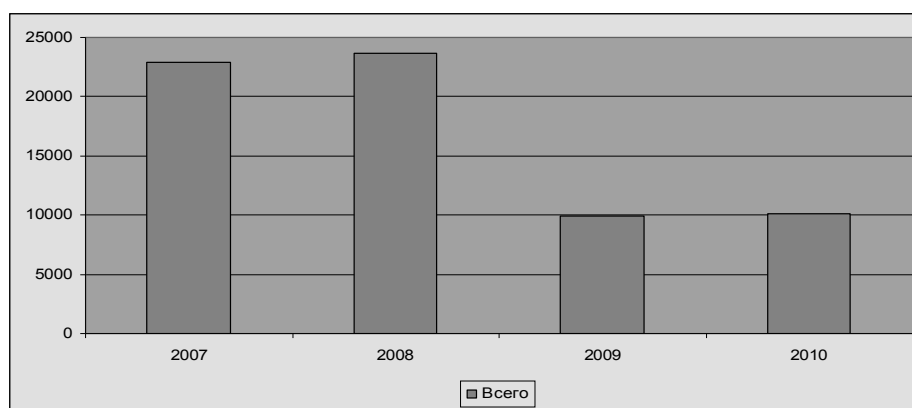


Рисунок 2. Количество иностранных граждан, посетивших Россию (тыс.чел.)

По-прежнему, неизменным спросом пользуется Россия у граждан Германии, Финляндии, Китая, США, Франции, Великобритании и Италии. Более всего возрос интерес к нашей стране у жителей Китая, Турции, Израиля, Малайзии, Египта, Туниса и Филиппин. Турпоток из этих стран возрос более чем на 30%.

В то же время более чем на 20% снизилось количество туристов из США, Великобритании, Испании, Канады, Австрии и Мальты [Статистика туризма в России в 1 полугодии 2010 года. – Режим доступа : <http://tourest.ru>].

Как видно из графика, количество иностранных туристов, посетивших Россию в рассматриваемый период, имело максимальное значение в 2008 г., а в 2009-2010 гг. – сократилось более чем в 2 раза. Это можно объяснить тем, что внимание путешественников со всего мира было приковано к чемпионату Европы по футболу и Олимпийским играм, что также вызвало перераспределение турпотоков [Максимова, Л.М. Мировой финансовый кризис и его влияние на развитие туризма / Л.М. Максимова. – Режим доступа : <http://doctorado.ru>].

Сравнение докризисного (2007, 2008 гг.) и послекризисного (2010 г.) состояния показателей выезда российских граждан за рубеж и въезда иностранцев в Россию дает следующие результаты: в 2007 г. зарубежные страны посетило 34 285 тыс. россиян, в свою очередь Россию посетило 22 900 тыс. иностранных граждан. Относительно 2010 г. – из России за рубеж выехало 39 323 тыс. российских граждан, что на 13 % превышает показатели 2007 г. А число иностранных граждан, посетивших Российскую Федерацию в 2010 г. равно 10 071 тыс. чел. – меньше на 45 %. Таким образом, увеличилось количество поездок россиян за рубеж в 2010 г., по сравнению с 2007 г. А относительно въезда в Россию иностранцев – значительное ухудшение показателей в рассмотренные периоды.

Основные причины низкой привлекательности российского туризма год от года не меняются. В числе причин, названных большинством туристских компаний критическими, такие как: рост цен на основные услуги, входящие в турпакет для иностранных туристов; недостаточность рекламы туристских возможностей России за рубежом; дефицит современных гостиниц туркласса в регионах, Москве и Санкт-Петербурге; дефицит необходимой для зарубежных туристов информации на иностранных языках в самой России (карт, буклетов, уличных указателей); дефицит современных туристических автобусов и круизных судов и так далее [Максимова, Л.М. Мировой финансовый кризис и его влияние на развитие туризма / Л.М. Максимова. – Режим доступа : <http://doctorado.ru>].

Таким образом, мировой финансовый кризис оказал достаточно сильное негативное влияние на состояние туризма в России.

ТУРИЗМ ПОД ВЛИЯНИЕМ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА: ЕВРОПА

Нестеренко А.Ю. – студент, Донскова Л.И. – д.э.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В статье рассматривается качество влияния мирового экономического кризиса 2008 г. на туризм в странах Европы.

Мировой финансовый кризис 2008 г. – это финансово-экономический кризис, проявившийся в 2008 г. в форме очень сильного ухудшения основных экономических показателей в большинстве развитых стран: повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырье, росте безработицы. Таким образом, влияние кризиса отразилось на населении, на всех отраслях экономики многих стран, в том числе и на секторе туризма.

Проанализированные последствия кризиса 2008 г. могут служить основой для принятия эффективных решений правительствами различных стран, а также непосредственно участниками туристского рынка в области предотвращения или смягчения негативных последствий на сектор туризма со стороны внешних факторов, в частности – экономического.

Влияние Мирового финансового кризиса 2008 г. на мировой туризм было неравномерным. В этом можно убедиться на примере основных туристских показателей в различных странах Европы.

По отчетам Всемирной туристской организации (ВТО) в результате общего ухудшения экономического климата существенно сократилось количество международных туристских поездок во второй половине 2008 года. Значительнее всего от мирового финансового кризиса пострадал туристский сектор в Европе.

Согласно полученным данным начиная с 2008 г. общемировой показатель туристских поездок уменьшился на 1,25% по сравнению с предыдущим годом, тогда как для стран Европы снижение произошло на 2,5%. Среди экспертов, опрошенных ВТО в октябре 2008 г., около 44,7% заявили, что для стран Европы будет характерно снижение активности туристских поездок, а 26,6% опрошенных считали, что ситуация улучшится. В январе 2009 года доля тех экспертов, кто ожидал ухудшения в течение ближайших нескольких месяцев, выросла до 65,7%, тогда как только 9,3% высказались за улучшение.

По сравнению с 2008 годом, в первой половине 2009 действительно значительно упала активность поездок туристов в страны Европы. Так, к примеру, количество туристских путешествий в Грецию и Словакию сократилось на 20%, в остальных странах - на 8 - 18%. Относительно высокую устойчивость к кризису продемонстрировали Австрия и Швеция, снижение зарубежного туристского потока в которых составило менее 5%.

Внутренний туризм также не мало пострадал от финансового кризиса. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. наблюдалось снижение активности внутреннего туризма практически по всем направлениям. Особенно сильное влияние кризис оказал на жителей Латвии и Литвы, где резко сократилось число поездок жителями в пределах своей страны – 40% и 28% соответственно. И только в Словении, Австрии, Лихтенштейне и на Мальте наблюдалось некоторое оживление внутреннего туризма.

Значительный спад, по сообщениям СМИ, туристская отрасль пережила в бронировании пляжных и познавательных поездок. Деловой сегмент туротрасли также понес потери, его объем в Европе упал на треть. Такое уменьшение напрямую связано с сокращением расходов на бизнес-поездки, а также с сокращением персонала во многих компаниях.

Вследствие этого значительные потери понесли авиакомпании, различные средства размещения, туроператоры. Авиалинии уменьшали мощности и отменяли маршруты в связи с низкой загрузкой самолетов, связанной со слабым спросом. По данным Международной Ассоциации Воздушного транспорта (ИАТА) авиалинии понесли весомые потери в размере \$2,5 миллиарда в 2009 г.

В конце 2008 г. загрузка 4-5-звездочных отелей упала на 1/3, потому что туристы предпочитали отели эконом-класса. Аналогичная тенденция сохранилась и в 2009 г.

Воздействие финансового кризиса на туристскую индустрию в Европе заключалось не только в снижении туристской активности в целом, но и в изменении межрегиональных туристских потоков. Это заключается в том, что туристы из Западной Европы все чаще выбирают для отдыха менее отдаленные страны, чтобы сэкономить на авиабилетах. То есть, восточноевропейские страны, и страны Средиземноморского региона представляют особый интерес.

Таким образом, финансовый кризис оказал значительное влияние на европейский туризм. С целью стабилизации туристского сектора в Европе сотрудниками Австрийского

Университета Экономических Исследований были разработаны рекомендации по поддержке европейского туризма:

- в экономически трудные времена потенциальные туристы склонны предпочитать отечественные и зарубежные направления, которые находятся ближе к их дому. Количество путешествий, связанных с полетами существенно уменьшается. В связи с этим более перспективными являются места назначения, которых легко достигнуть на автомобиле (например, Центральная Европа). Поэтому интенсивное внимание к местным туристским рынкам - наиболее подходящий способ смягчить нехватку спроса;
- во времена кризиса, спрос на турпакеты «все включено» растет, поэтому европейским странам необходимо создавать туры, различные по продолжительности и качеству;
- ценовое давление продолжается, однако европейским странам нужно избегать значительных скидок, поскольку как только начнется восстановление туристского сектора, Европе будет очень сложно восстановить первоначальный уровень цен;
- новшества и новые интерпретации турпродукта в этом случае помогут европейским странам получить новых клиентов;
- периоды очень низкого спроса являются хорошей возможностью выполнить внутренние структурные реформы и внедрить новые концепции обслуживания;
- проведение системы мотивации персонала улучшает качество обслуживания и повышает удовлетворенность клиентов, что является важной мерой, чтобы повысить свою конкурентоспособность и противостоять кризису [Egon Smeral. The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism / Egon Smeral // Journal of Travel Research. – 2009. – №1].

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Нестеренко А. – студентка, Донскова Л.И. – д.э.н., профессор

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова.

В последние годы в туристской сфере бизнеса как отдельное направление выделился экологический туризм. Значение экотуризма в мире достаточно велико: обеспечение сохранения природного, социального и культурного разнообразия, воспитание экологического сознания широких масс людей, участие населения в развитии туризма, а также привлечение денежных средств в местные бюджеты.

Экологический туризм составляет 10–20% от всего рынка мирового туризма и продолжает динамично развиваться. По мнению экспертов это связано с тем, что туризм превратился в крупнейшую отрасль мировой экономики, способную нанести серьезный ущерб природным экосистемам, поэтому в настоящее время в устремлениях туристов происходит смена приоритетов, в основе которых теперь лежит сохранение естественной и культурной среды.

1. В литературе можно встретить разные определения экотуризма. Чаще всего: «под экологическим туризмом понимают туризм, включающий все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе (ВТО, 2001)». [Экологический туризм. – Режим доступа: <http://eu-turist.com/23-.html>.]

Экологический туризм нередко отождествляют с понятиями «зеленый», сельский, фермерский или агротуризм.

Выделяются несколько классификаций видов экологического туризма. Наиболее распространенной является классификация экотуризма в зависимости от целей, которые преследует турист:

1. научный туризм (туристскими объектами выступают особо охраняемые природные территории, заповедники, заказники, национальные парки);
2. природно-исторический туризм (учебные, научно-культурные и туристские экскурсии, пролегающие по специально образованным экологическим маршрутам, по туристским территориям и акваториям);

3. приключенческий туризм (путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе: спелеотуризм, горный и пешеходный туризм, водный, конный туризм);

2. 4. путешествия в природные заповедники и резервации (экологические экскурсии, показ природных объектов). [Национальные парки, заповедники и резервации. – Режим доступа: <http://turvids.ru/ekologicheskij-turizm/zapovedniki.html>.]

3. Несмотря на бурное развитие экологического туризма на сегодняшний день в мире не устоялось точное определение этого понятия, которое бы конкретизировало все входящие в него виды и подвиды. [Экологический туризм на особо охраняемых природных территориях России: проблемы и перспективы. – Режим доступа: <http://ecoedu.ru/index.php?r=10&id=6>.] До сих пор ученые пытаются определить, можно ли отнести к данному виду туризма фестивали дикой природы. Фестивали дикой природы - массовые тематические мероприятия, объектами которых являются различные представители животного мира (птицы, млекопитающие, рептилии, насекомые и т.п.).

На первый взгляд очевидно близкое родство этих понятий из-за взаимного акцента на природоохранительные взаимодействия с дикой природой, однако неясно, является ли это предположение оправданным. Чтобы доказать или опровергнуть выдвинутое предположение, в 2009 г. в США было проведено исследование.

В качестве объекта были выбраны «фестивали птиц» как доминирующий тип природоохранительного события, основанного на дикой природе.

В первую очередь ученые выделили три критерия, которым должен соответствовать каждый вид экологического туризма.

Первый критерий: достопримечательности экологического туризма, прежде всего, включают природную окружающую среду или некоторый элемент этого. Это подразумевает либо наличие специфической экосистемы (например, пустыня или тропический лес), либо одна или более разновидностей необычной флоры (красное дерево в Калифорнии) или фауны (кенгуру и коалы в Австралии) в пределах специфической экосистемы или мегалита (гора Фуджи Япония).

Второй критерий: взаимодействие между экотуристом и достопримечательностью связано с повышением уровня знаний и изучением природы. Это отличает экологический туризм от других форм основанного на природе туризма, такого как «3S туризм» (*sea* - море, *sand* - песок, *sun* - солнце) и приключенческого туризма, где посредством окружающей среды выполняются другие задачи.

Третий критерий: экологический туризм – единственный продукт туризма, под которым подразумевают экологическую и социально-культурную устойчивость, т.е. он не позволяет ухудшиться текущей экологической ситуации, а также изменяет ее к лучшему, например, через восстановление среды обитания, пожертвования.

Чтобы выяснить насколько фестивали птиц соответствуют критериям экологического туризма, исследователи провели анкетирование среди организаторов фестивалей птиц. В первой части анкеты выявлялись общие особенности каждого фестиваля (например, год начала проведения, продолжительность) и его формальная ассоциация с экологическим туризмом (через членство в соответствующих организациях). Вторая часть анкеты содержала вопросы о потенциальных целях фестивалей птиц, каждая из которых соответствовала определенному критерию экологическому туризму. Ответы на эти утверждения определили, были ли важные критерии соблюдены или нет.

Результаты опроса среди фестивальных организаторов таковы:

– Только 25% из всех целей наиболее полно реализуются в концепции фестивалей птиц, в том числе 15% из них связаны с критерием, основанным на природе (1), а остальные соответствуют обучающему критерию (2) и критерию устойчивости (3).

– Также, относительно высокие показатели соответствия целей критериям экотуризма характерны для 35% целей.

– Среди организаторов 38% заявили, что их фестиваль продвигается

как событие экологического туризма, хотя ни один из них не указал членство в специализированных организациях экотуризма.

4. В целом, результаты данного исследования подтверждают, что фестивали птиц, проходящие в США, соответствуют основным критериям экологического туризма. Однако ни один из фестивалей не является всесторонним с точки зрения удовлетворения более строгих стандартов для всех трех критериев. Также можно выделить формальное присоединение к экологическому туризму, поскольку организаторов, представляющих фестивали птиц как событие экотуризма, меньшинство, и ни один фестиваль не имеет отношения к специализированным экотуристским организациям. [Laura J. Lawton. Birding Festivals, Sustainability, and Ecotourism. An Ambiguous Relationship. / Laura J. Lawton // Journal of Travel Research. – 2009. – №2.]

Сегодня в России наблюдается тенденция к развитию экологического туризма в Центральной России, Сибири, на Урале, Дальнем Востоке, Камчатке и Алтае. Данные регионы обладают наиболее высоким экотуристским потенциалом благодаря удачному сочетанию обширных малоосвоенных территорий, в том числе государственных заповедников, а также уникальному набору рекреационных ресурсов (горы, леса, лугово-болотные, степные территории, побережья и акватории рек и озер и т.п.)

В России также проводились исследования по экологическому туризму, объектом которых являлись заповедники. Ситуация с развитием экологического туризма в заповедниках России всегда была проблематична. Долгое время велись дискуссии, касающиеся вопроса: быть или не быть экологическому туризму в заповедниках. Многие представители научной общественности настаивали, что для заповедников это неприемлемо. При этом основными аргументами выступали следующие:

- исторически российские заповедники шли особым путем, не предусматривая самой возможности экотуризма, на их территории допустимы лишь научные исследования и так было заведено всегда;
- развитие массового экологического туризма в заповедниках негативно отразится на нетронутой природе заповедников;
- деятельность в области экотуризма в заповедниках России отличается исключительной мелкомасштабностью. Счет идет на десятки, сотни, реже на тысячи посетителей в год. Поэтому развитие в них экологического туризма является нерентабельным.

На сегодняшний день заповедников в нашей стране в 3 раза больше, а существующая сеть национальных парков не сможет даже в перспективе реализовать желание многих людей увидеть многообразие дикой природы в различных регионах. Поэтому сторонники развития ограниченного познавательного экотуризма в заповедниках считают, что потенциал экологического туризма в современной России не может быть заменен потенциалом национальных парков. Кроме того, щадящий познавательный и регламентированный туризм в заповедниках, с учетом их размеров, специфики, традиций поднимет рейтинг заповедного дела, повысит их социальную значимость. Это будет способствовать росту авторитета в глазах населения, а также может стать дополнительным и веским аргументом против непрекращающихся попыток вовлечь природные ресурсы заповедных территорий в иные формы хозяйственной деятельности.

В результате обширных дискуссий за последние 10 лет около 80 заповедников из 100 объявили о своем интересе к экологическому туризму. Однако на сегодняшний день лишь несколько из них осуществляют конструктивные шаги на пути его развития. В их числе заповедники Лазовский и Дальневосточный морской в Приморском крае, «Шульган-Таш» в Башкирии, Астраханский в дельте Волги, Саяно-Шушенский в Красноярском крае, Лапландский в Мурманской области, Катунский в Республике Алтай.

5. Что касается действующего законодательства в области особо охраняемых природных территорий: с одной стороны оно не препятствует развитию щадящего познавательного туризма в заповедниках, с другой – не ставит им эту деятельность в обязанность в качестве на-

правления работы. [Национальные парки, заповедники и резервации. – Режим доступа: <http://turvids.ru/ekologicheskiy-turizm/zapovedniki.html>.]

Таким образом, экологический туризм является наиболее важным в социальном плане и перспективно развивающимся видом туризма (в экономическом плане), на сегодняшний день в мире не устоялось его точное понятие и классификация. В связи с этим невозможно конкретизировать все входящие в него виды и подвиды. Для того чтобы заполнить данные пробелы, ученые многих стран проводят исследования в области экологического туризма, результаты которых важны для каждой страны, развивающей экотуризм.

ТУРИЗМ ПОД ВЛИЯНИЕМ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА

Носырева Е.А. – студент, Донскова Л.И. – д.э.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В статье рассматривается качество влияния мирового экономического кризиса 2008 г. на туризм в Северной Америке. Информация для статьи была взята преимущественно из нескольких статей, опубликованных в зарубежном журнале «Journal of Travel Research» по итогам 20-ой ежегодной конференции Международной Академии Туризма (Академия), 2009 г. (Майорка, Испания). Академия является специальной группой из 75 ученых более чем из 20 стран. Ученые подготовили свои исследования для конференции (результаты этих исследований были изданы в вышеуказанном журнале), материалы которой являлись основой нашего исследования.

Мировой финансовый кризис 2008 г. – это финансово-экономический кризис, проявившийся в 2008 г. в форме очень сильного ухудшения основных экономических показателей в большинстве развитых стран: повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырье, росте безработицы. Таким образом, влияние кризиса отразилось на населении, на всех отраслях экономики многих стран, в том числе и на секторе туризма.

Проанализированные последствия кризиса 2008 г. могут служить основой для принятия эффективных решений правительствами различных стран, а также непосредственно участниками туристского рынка в области предотвращения или смягчения негативных последствий на сектор туризма со стороны внешних факторов, в частности – экономического.

Влияние Мирового финансового кризиса 2008 г. на мировой туризм было неравномерным. В этом можно убедиться на примере основных туристских показателей Северной Америки. В рамках исследований, проведенных учеными Академии, были проанализированы три страны Северной Америки: Канада, Мексика и США.

Согласно данным 2008 и начала 2009 г., экономический кризис оказал значительное влияние на функционирование канадского сектора туризма. В связи с ухудшением экономической ситуации, произошло снижение количества поездок канадцев за границу. В выпуске пресс-центра Канадской комиссии по туризму (ККТ) от 6 июля 2009 г., было подчеркнуто, что спад в финансовой сфере – наиболее важный из факторов в планировании канадцами своих отпусков. Это подтверждают данные доклада, подготовленного ККТ, согласно которым в 2008 г. расходы канадцев при поездках в США упали до 4,1 млрд. долл., а относительно международных путешествий – они потратили почти 8 млрд.долл., что на 6 % меньше, чем за тот же период 2007 г. (см. рис.1)

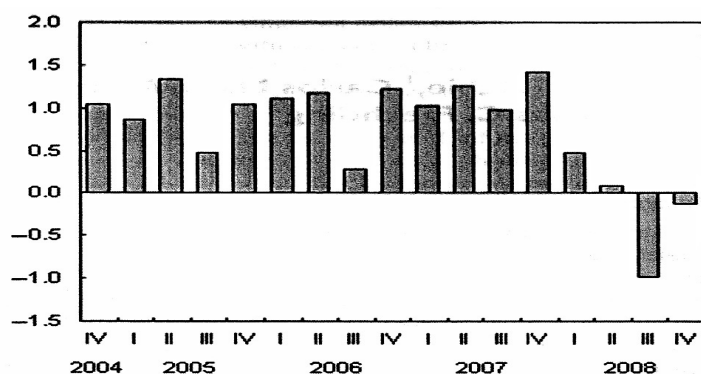


Рисунок 1. Расходы канадцев на путешествия (%-ое соотношение)

Согласно докладу ККТ: влияние кризиса проявилось и на снижении уровня расходов иностранных туристов и путешественников из США, однако незначительном. Ученые отмечают, что в 2008 г. наблюдалось первое снижение данного показателя за предыдущие пять лет, то есть с 2003 г., когда канадский туризм пострадал от атипичной пневмонии (острый дыхательный синдром). В период кризиса, общий объем денежных поступлений от туристов, прибывающих в страну, упал до 3 млрд.долл., а всего прибывших в Канаду из-за рубежа и Соединенных Штатов снизилось на 2,5 %, по сравнению с показателями 2007 г. (см. рис.2)

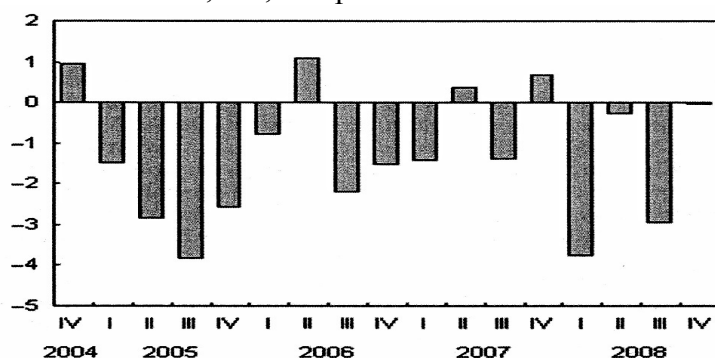


Рисунок 2. Расходы иностранных туристов в Канаде (%-ое соотношение)

Значительное влияние на сокращение данных показателей оказали финансовые затруднения и беспокойство о здоровье, которые по прежнему рассматриваются путешественниками как потенциальные угрозы.

На туризм в Мексике, согласно исследованиям ученых Академии, глобальный экономический кризис оказал незначительное влияние. Это влияние проявилось в основном в сокращении расходов туристов, вызванном, прежде всего, девальвацией мексиканского песо по отношению к доллару (27 % в 2008 г.). Ученые отмечают, что мексиканское правительство получает доход в первую очередь от нефти, не уделяя должного внимания развитию туристского сектора. Характерными особенностями, присущими Мексике, являются: несовершенство трудового и налогового законодательства; существование государственных и частных монополий; отсутствие профессионализма участников туристской отрасли; незначительное использование культурных и природных достопримечательностей, которые есть в стране; недостаточная поддержка существующих туристских предприятий; тенденции к использованию торговых стратегий, основанных на низких ценах, а не качестве и конкурентоспособности.

Официальные сообщения ВТО (Барометр Туризма) показывают, что Мексика по числу прибывающих туристов (см. рис.3), как правило, входит в число 10-ти стран, переходя между седьмой и десятой позициями. Тем не менее, по объему денежных поступлений от туристов, она никогда не входила в число 10-ти ведущих стран.

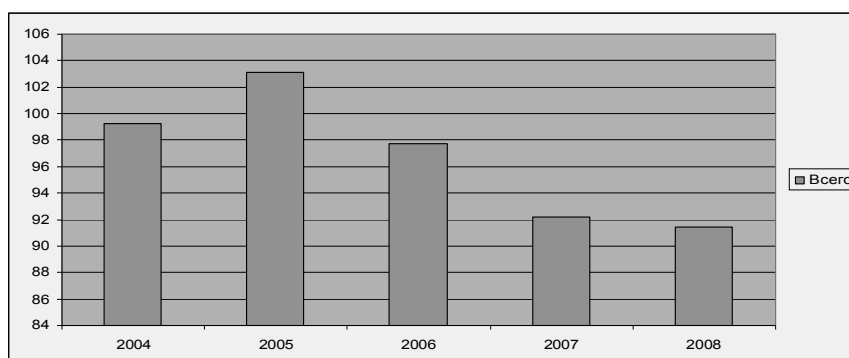


Рисунок 3. Количество путешественников, посетивших Мексику (тыс.чел.)

Умеренное влияние экономического кризиса 2008-2009 гг. подтверждается также финансовыми показателями мексиканских компаний, которые имеют отношение к туристской сфере. Ученые Академии изучили 10 компаний, котирующихся на мексиканской фондовой бирже: 2 из которых заняты в пищевой промышленности и производстве напитков, 1 – в сфере развлечений, 4 в сфере размещения, и 3 – авиаперевозки. В период между 2007 и 2008 г. из 10 предприятий, только 2 (размещение и развлечения) сообщили о чистых убытках, 3 – сообщили о снижении их чистой прибыли в 2008 году, но без убытков, а другие пять компаний – о росте доходов.

Исследователи отмечают, что более значительное влияние на сектор туризма в Мексике оказали такие стихийные бедствия, такие как ураган «Вильма» и «Дин». Напомним, что эти ураганы опустошили обширные площади в районе курортного города Канкун и круизный порт Майахуал (полуостров Юкатан) в ноябре 2005 и августе 2007 годов соответственно. Именно в эти периоды были зарегистрировано значительное сокращение числа посетителей в Мексику.

Относительно туристского сектора в США, исследования проводились по трем направлениям: спрос в туристской сфере, цены на путешествия и занятость в туризме. Данные рассматривались с 1998 по 2009 г. Рассмотрим основные результаты, характерные для этих параметров.

Сравнительный анализ проводился для двух периодов: 1998 – 2001 гг. и 2001 – 2008 (09) гг.

Начиная с 1998 г., спрос в секторе туризма неуклонно рос в среднем на 3,3 % ежегодно вплоть до 2000 года, когда спрос начал медленно снижаться. В 2001 году спрос значительно сократился в результате террористических нападения 11 сентября на Всемирный торговый центр. Затем реальный спрос в туризме рос со скоростью 3,7 % в год вплоть до 2008 года, когда он начал сокращаться. К концу января 2009 года, реальный спрос на путешествия упал на 6 % - это падение, как отмечают эксперты, было значительно слабее чем то, что произошло после нападения 11 сентября 2001 г. («11 сентября»).

Что касается цен на путешествия, начиная с 1998 г. курсы цен на продукцию туризма росли довольно устойчиво – 2,3 % в год в течение 9 лет. Затем цены упали на 3 % (включая цены на транспорт) в 2001 году после бедствий «11 сентября». Как только после катастрофы «11 сентября» начались восстановления, цены на путешествия неуклонно росли на 4,2 % в год до 2008 года. Это было обусловлено, в первую очередь, ростом транспортных расходов, зависящих от цен на нефть – отсюда и неустойчивость цен на путешествия. В конце 2008 г. цены упали сразу на 7,1 %, совместно с 20%-ным снижением стоимости бензина.

И последний показатель, изученный учеными Академии, - это прямая занятость в сфере туризма. До 2001 г. показатели занятости в туризме росли (5, 860 млн. чел.), затем наблюдалось их сокращение (5, 560 млн. в 2003 г.). В период с 2003 – 2008 гг. количество занятых увеличилось до 5, 96 млн. рабочих мест, причем в восстановительный период (после «11 сентября») занятость в сфере туризма опережает общий экономической рост занятости в США. В 2009 г., спрос на рабочие места упал на 3,6 % относительно 2008 г., т.е. примерно на 200 тыс. рабочих мест.

Таким образом, кризис, конечно, оказал влияние на туристскую сферу США, но незначительное. Согласно выводам ученых Академии относительно воздействия мирового финансового кризиса на туризм в странах Северной Америки, представляется очевидным его неравномерность. Проведенная историческая ретроспектива показала, что кризис 2008-2009 гг. не оказал столь существенного влияния, как другие события, имевшие место в этих странах, за исключением Канады. Гораздо большее влияние имели место события «11 сентября» – в случае с Соединенными Штатами, а в случае с Мексикой – это были стихийные бедствия (ураганы «Вильма», «Дин») [J.R. Brent Ritchie, Carlos Mario, Amaya Molinar, Douglas C. Frechtling Impact of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: North America / J.R. Brent Ritchie, Carlos Mario, Amaya Molinar, Douglas C. Frechtling // Journal of Travel Research. – 2010. – №1].

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПРОГРАММЫ В ПОДДЕРЖКУ РЕФОРМ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Панина А. – студентка, О.В.Евстигнеева – доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Устойчивое функционирование жилищно-коммунального хозяйства является составляющей социальной безопасности граждан и стабильности в стране. Жилищно-коммунальные услуги имеют для населения особое значение и являются жизненно необходимыми. От их качества и стабильности зависит не только комфортность, но и безопасность проживания граждан в своем жилище. В последние годы проблемы, связанные с функционированием ЖКХ, стали объектом всестороннего пристального внимания. Наблюдается ухудшение как технического, так и финансового положения этого многоотраслевого комплекса. В настоящее время ЖКХ характеризуется отсутствием эффективных экономических отношений и низким качеством предоставляемых услуг. Следовательно, системный характер проблем в ЖКХ и объясняет объективную важность государственного регулирования.

Одной из первых государственных целевых программ, направленных на поддержку реформ ЖКХ стала программа «Жилище», утвержденная Постановлением РФ от 20.06.1993 N 595, срок реализации которой был продлен на 2001 год Постановлением Правительства РФ от 30.12.2000 N 1034. Основными целями этой программы являлись создание правовой базы в целях осуществления жилищной реформы, преодоление сокращения объемов жилищного строительства совершенствование системы эксплуатации, ремонта и финансирования жилищно-коммунального хозяйства и др.

Во исполнение государственной целевой программы «Жилище» органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления были даны рекомендации разработать соответствующие региональные программы, руководствуясь основными направлениями данной программы.

Постановлением от 17 сентября 2001 года № 675 была утверждена очередная Федеральная целевая программа «Жилище» на 2002 – 2010 гг., в которой было продолжено решение вопросов по основным направлениям реформирования ЖКХ.

Цель программы - комплексное решение проблемы перехода к устойчивому функционированию и развитию жилищной сферы, обеспечивающее доступность жилья для граждан, безопасные и комфортные условия проживания в нем.

Задачами программы являлись: создание условий для развития жилищного и жилищно-коммунального секторов экономики и повышения уровня обеспеченности населения жильем путем увеличения объемов жилищного строительства и развития финансово-кредитных институтов рынка жилья; создание условий для приведения жилищного фонда и коммунальной инфраструктуры в соответствие со стандартами качества, обеспечивающими комфортные условия проживания; обеспечение доступности жилья и коммунальных услуг в соответствии с платежеспособным спросом граждан и стандартами обеспечения жилыми помещениями.

За период 2002-2010 годы была сформирована нормативная правовая база, являющаяся основой регулирования вопросов, связанных с жилищным строительством, жилищно-коммунальным хозяйством, обеспечением прав собственности в жилищной сфере в условиях развивающихся рыночных отношений.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2010 № 1050 срок реализации Федеральной целевой программы "Жилище" и входящих в ее состав подпрограмм продлен на период 2011 - 2015 годов.

Наряду с ранее действующими программами и мероприятиями добавились новые направления жилищного обеспечения, а также решения проблем жилищно-коммунального хозяйства, таких как: формирование рынка доступного жилья эконом класса, отвечающего требованиям энергоэффективности и экологичности; выполнение государственных обязательств по обеспечению жильем категорий граждан, установленных федеральным законодательством и др.

Особое значение в реформировании ЖКХ имеет целевая программа "Комплексная программа модернизации и реформирования жилищно-коммунального хозяйства» на 2010-2020 годы, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 02.02.2010 № 102-р.

В программе определены основные цели и приоритетные направления реформирования ЖКХ: обеспечение к 2020 г. собственников многоквартирных домов коммунальными услугами нормативного качества и по доступной цене; совершенствование конкурентных отношений в сфере управления и обслуживания жилищного фонда (создание ТСЖ и управляющих организаций); развитие управления имуществом комплексом коммунальной сферы на основе частно-государственного партнерства, концессионных соглашений (вовлечение бизнеса); перевод льгот и субсидий по оплате жилья и коммунальных услуг в денежную форму (монетизация льгот); развитие системы ресурсо- и энергосбережения (приборы учета).

В субъектах федерации в рамках реформирования ЖКХ также был принят ряд различных программ. Например, в Алтайском крае Постановлением Администрации края № 38 от 01. 02. 2011 утверждена ведомственная целевая программа «Энергоресурсосбережение на основе модернизации объектов коммунальной инфраструктуры Алтайского края» на 2011 - 2013 годы

Программа нацелена на рациональное использование энергоресурсов и снижение потерь тепловой энергии.

Среди ее задач – повышение надежности и эффективности функционирования источников тепла, перевод котельных на работу с использованием альтернативного топлива; оптимизация систем теплоснабжения с закрытием малых неэффективных котельных. Также ставится задачей снижение потерь теплоносителя в тепловых сетях, учет и регулирование потребления тепловой энергии.

На финансирование программы за три года планируется выделить 305 млн. рублей, в том числе в 2011 году – 12 млн. рублей.

Реализация мероприятий по энергоресурсосбережению позволит снизить затраты на приобретение топлива и покупку электроэнергии. Расход твердого топлива снизится на 58 тыс. тонн, расход электроэнергии – на 10,7 тыс. кВт, потери тепловой энергии – почти на 33,3 тыс. Гкал. и как следствие можно ожидать - сокращение затрат на содержание и эксплуатацию объектов коммунальной инфраструктуры, смягчение для населения процесса реформирования системы оплаты коммунальных услуг при переходе отрасли на режим безубыточного функционирования. Снижение издержек при оказании коммунальных услуг является важнейшим звеном реформирования жилищно-коммунального хозяйства.

Контроль над реализацией программных мероприятий осуществляется управлением края по жилищно-коммунальному хозяйству.

Таким образом, учитывая особую значимость стабильности функционирования ЖКХ как системы жизнеобеспечения, дальнейшего повышения качества коммунальных услуг, можно сделать вывод, что государственная поддержка реформирования жилищно-коммунального хозяйства является одним из важнейших механизмов регулирования дея-

тельности ЖКХ, так как качество нормативной правовой основы, ее полнота и степень соответствия особенностям регулируемого объекта обуславливают эффективность реформ ЖКХ.

ТУРИСТСКИЕ ФОРМАЛЬНОСТИ КАК СДЕРЖИВАЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

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

Туризм вошел в XXI век как феноменальное явление мировой экономики. Это динамично развивающаяся отрасль, создающая экономическое единство и культурное разнообразие государств и регионов мира. Туристская индустрия охватила не только Европу, но и большинство стран Америки, Азии, Африки, Австралии, даже Антарктиду. В опубликованном Всемирной туристской организацией прогнозе развития туризма до 2020 г. ежегодный прирост объемов мирового туризма будет составлять 4,3-4,4% [Современный туризм [Текст] / В. В. Евстигнеев, В. С. Бовтун, В. Ю. Яковлев // Экономика. Сервис. Туризм. Культура. – Сборник статей. – Барнаул, 2006. – С. 15].

В процессе путешествия любой турист неизбежно сталкивается с различного рода формальностями, исполнение которых является обязательным условием при пересечении им государственной границы. На современном этапе развития туризма существует острая практическая необходимость обосновать сущность и роль туристских формальностей в туристском бизнесе.

Формальности – это разновидности юридических фактов, представляющих собой правомерные действия, равно как и правомерное бездействие граждан и юридических лиц, направленные на исполнение предписаний правовых норм преимущественно публично-правового характера. Данные нормы устанавливают допустимые правом запреты, ограничения и обременения (организационного, социального, технического, правового и иного характера) прав и свобод человека и гражданина, пределы (границы) дозволенного поведения субъектов права (модели поведения), целью которых является обеспечение безопасности личности, общества и государства, а также охрана иных публичных интересов.

В свою очередь туристские формальности – это введенные законодательством той или иной страны или группой государств одновременно строго обязательные нормы, которые должны выполняться туристом, туристской фирмой, и всеми другими организациями, имеющими отношение к подготовке и проведению туристской поездки, тем более, если она совершается в другое государство.

Туристские формальности подразделяются на несколько больших разделов и включают в себя: паспортные и визовые формальности, таможенные правила, валютный контроль и порядок обмена валюты, санитарные правила, режим въезда-выезда, особенности пребывания и передвижения иностранных туристов в стране временного пребывания, иммиграционные правила и некоторые другие процедуры [Бгатов, А.П. Туристские формальности [Текст] / А. П. Бгатов, Т. В. Бойко, М. В. Зубрева. – М., 2009. – С. 3].

Для подтверждения важности туристских формальностей и необходимости их упорядочения и упрощения можно привести выдержки из ряда основополагающих международных документов.

- Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе (Хельсинки, Финляндия 1975 г.): "Государства - участники Соглашения выражают намерение поощрять развитие туризма путем рассмотрения в позитивном духе вопросов, связанных с формальностями, требуемыми для поездок за границу";

- Манильская декларация по мировому туризму (Манила, Филиппины 1980 г.): "Всемирная туристская организация включает в программу своего развития вопросы изучения состояния туристских формальностей в мире, существующих норм и текущей практики в данной области, а также выработку общих рекомендаций для их упорядочения и упрощения туристских поездок";

- Гаагская декларация по туризму (Гаага, Нидерланды, 1989 г.): "Одновременно с быстрым ростом объемов путешествий уточняется и расширяется понятие туристских формальностей. Одни из них затрагивают непосредственно туристов, а другие относятся к туристскому бизнесу. Упрощение туристских формальностей переросло свои узкие первоначальные рамки пограничных формальностей и таможенных процедур. Сегодня речь должна идти уже о позитивном стимулировании и поощрении туризма, в частности путем принятия мер, позволяющих каждому человеку участвовать во внутреннем и международном туризме, уделяя особое внимание развитию туризма среди молодежи, пожилых людей и инвалидов";

- Декларация Всемирной конференции министров по туризму (Осака, Япония, 1994 г.): "Правительства ответственны за поступательное развитие туризма, укрепление безопасности путешествий, защиту туристов, упрощение туристских формальностей и процедур, превращение туризма в "индустрию гостеприимства" при бережном отношении к туристским ресурсам и окружающей среде";

- Международная конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях (Эстерсунд, Швеция, 1995 г.): "Вопросы упрощения туристских формальностей должны находиться в неразрывной связи с обеспечением безопасности в туризме и выработкой взаимоприемлемых и согласованных вариантов решения проблем данной сферы".

За последние десятилетия в сфере правового регулирования туризма развивались две взаимосвязанные тенденции связанные с туристскими формальностями это упрощение и унификация. Данные тенденции - следствие бурного развития международных туристских связей, в дальнейшем росте которых заинтересовано большинство стран мира [Бирицкая, Н. М. Организация туризма [Текст] / Н. М. Бирицкая. – М., 2008. – С. 384].

Национальные туристские администрации и многие международные организации включили упрощение формальностей в перечень главных своих задач. Одной из первых к этой проблеме обратилась Международная организация гражданской авиации (ИКАО), которая еще в 1944 г. на Чикагской конференции предложила унифицировать заграничные паспорта. Позднее, в 50—90-е годы, вопросы пограничного, таможенного, медицинского контроля нашли отражение в важнейших документах Совета таможенного сотрудничества (СТС), Международной морской организации, Всемирной организации здравоохранения, Международной организации труда и др.

ВТО, придавая особое значение упрощению туристских формальностей, разработала и приняла соответствующий пакет рекомендаций в части:

- паспортных формальностей: децентрализация паспортных служб; сокращение сроков и упрощение процедуры оформления заграничных паспортов; введение разумного сбора; установление срока действия паспорта не менее пяти лет с неограниченным числом поездок; хранение заграничного паспорта у владельца без права его конфискации; приведение паспортов в соответствие со стандартами ИКАО, позволяющими осуществлять проверку с помощью компьютерных систем;

- визовых формальностей: безвизовый въезд на срок до трех месяцев; распространение действия визы сроком на 12 месяцев на один или несколько въездов во все пункты и по всем маршрутам, открытым для туристов, с использованием любого вида транспорта; взаимное признание визы рядом государств; в исключительных случаях выдача разрешения на въезд на контрольно-пропускном пункте; установление единого консульского сбора независимо от гражданства туриста;

- валютных формальностей: разрешение ввоза валюты в размере, указанном в таможенной декларации; предоставление полной информации потенциальным посетителям и туристам о правилах и текущем курсе обмена валюты; размещение соответствующей информации в обязательном порядке на контрольно-пропускных пунктах въезда; обеспечение возможности обратного обмена валюты при выезде из страны пребывания; обмен ввозимой валюты только на добровольной основе; предоставление права туристам иметь при выезде достаточные суммы в национальных денежных единицах для обратной поездки по своей стране;

- таможенных формальностей: обложение туристов налогами, сборами, пошлинами при въезде/выезде, кроме таможенных пошлин и налогов на добавленную стоимость по отдельным видам товаров и определенному их количеству; включение некоторых налогов и сборов на содержание и обновление туристских объектов в структуру косвенного налогообложения, в стоимость билетов, путевок, туров, вместо прямого сбора валюты с посетителей;

- медицинских формальностей и оказания медицинской помощи туристам: расширение сотрудничества национальных туристских администраций с органами здравоохранения в деле предоставления исчерпывающей туристской информации медицинского характера всем заинтересованным лицам; заключение двусторонних и многосторонних государственных договоров по медицинскому страхованию и оказанию медицинской помощи туристам; предоставление неотложной медицинской помощи всем без исключения туристам; в случае заболевания в острой форме или смерти незамедлительное извещение консульства и родственников; перевозка тела на родину или его захоронение; быстрое оформление требуемых документов.

Таким образом, упрощение формальностей оказывает прямое воздействие на международные туристские потоки, облегчая (или, наоборот, затрудняя) передвижение людей.

Несмотря на явные преимущества при упрощении туристских формальностей во многих странах, в том числе и в России, процедура оформления выездных документов, нарушение установленных сроков их рассмотрения или произвольное их отклонение, чрезмерно высокий сбор всевозможных государственных пошлин, а в сфере валютного контроля — введение жестких ограничений на обмен валюты, от которого зависит уровень потребления товаров и услуг туристами все еще очевиден. Выше перечисленные доводы явно не способствуют росту туристских путешествий и выступают в качестве сдерживающего начала, что приводит к сокращению туристских поездок.

И очень важно в сложившейся ситуации, чтобы Правительства всех стран осознавали действие на развитие туризма своих законов и правил и признавали растущее влияние и значение международных путешествий в качестве всемирного экономического и политического фактора, снижали барьеры (туристские формальности), которые мешают туристскому потоку, а также стремились бы унифицировать нормы и стандарты, которые способствовали бы бурному его развитию.

МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ ИГОРНЫХ ЗОН

Рей Т.В. - магистрант, Бовтун В.С. - д.и.н., профессор, Романовская И.В. – к.и.н., доцент,
Бовтун О.П. – к.и.н., доцент

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

С 1 января 2007 года вступил в силу Федеральный закон от 29 декабря 2006 года №244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», кардинально изменивший систему государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории России. Соответствующие изменения внесены названным Законом во вторую часть Налогового кодекса РФ и Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности». В соответствии с Федеральным законом №244-ФЗ было введено такое понятие, как игорная зона.

Игорная зона - часть территории Российской Федерации, которая предназначена для осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр и границы которой установлены в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Данный Федеральный закон содержит порядок создания и ликвидации игорных зон, порядок управления игорными зонами, критерии отбора земельных участков для создания игорных зон.

На территории Российской Федерации создаются четыре игорные зоны. На территории одного субъекта РФ может быть создано не более одной игорной зоны. В случае если игор-

ная зона включает в себя части территорий нескольких субъектов РФ, на территориях соответствующих субъектов РФ не могут быть созданы другие игорные зоны.

Порядок создания и ликвидации игорных зон, а также их наименования, границы, иные параметры игорных зон определяются Правительством РФ. Решения о создании и ликвидации игорных зон принимаются Правительством РФ по согласованию с органами государственной власти субъектов РФ. При этом границы игорных зон определяются на основании предложений органов государственной власти субъектов РФ, вносимых в Правительство РФ. Предложения о границах игорных зон, включающих в себя части территорий нескольких субъектов РФ, вносятся в Правительство РФ на основании соглашения, заключаемого между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ. Порядок управления игорными зонами, включающими в себя части территорий нескольких субъектов РФ, порядок реализации в таких игорных зонах прав, предоставленных субъектам РФ законодательством РФ о налогах и сборах, порядок распределения между бюджетами соответствующих субъектов РФ средств от уплаты налогов и сборов, подлежащих зачислению в бюджеты субъектов РФ, определяются на основании соглашения, заключаемого между органами государственной власти соответствующих субъектов.

Срок действия игорных зон не может быть ограничен. Решение о ликвидации игорной зоны не может быть принято Правительством РФ до истечения десяти лет с даты ее создания. В решении о создании игорной зоны могут быть установлены дополнительные требования к отдельным видам игорных заведений и иные ограничения.

Управление игорными зонами осуществляется уполномоченными органами государственной власти субъекта РФ (далее - органы управления игорными зонами). Органы управления игорными зонами, включающими в себя части территорий нескольких субъектов РФ, определяются на основании соглашения между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ.

Органы управления игорными зонами:

1) осуществляют функции по организации взаимодействия органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаторов азартных игр, а также иных лиц в связи с осуществлением государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр;

2) в порядке, установленном законодательством субъекта РФ (соглашением между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ), передают организаторам азартных игр, а также иным лицам в собственность или аренду земельные участки, расположенные в игорных зонах;

3) осуществляют функции по выдаче, переоформлению и аннулированию разрешений на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорной зоне;

4) осуществляют контроль за соблюдением организаторами азартных игр, а также иными лицами положений законодательства о государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр.

Организаторы азартных игр в игорных зонах вправе создавать некоммерческие организации, задачей которых является организация взаимодействия организаторов азартных игр и органов управления одной игорной зоной, а также иных органов государственной власти и органов местного самоуправления (далее - объединения организаторов азартных игр).

Часть функций органов управления игорными зонами может быть передана объединению организаторов азартных игр на основании соглашения, порядок заключения которого устанавливается законодательством субъекта РФ (соглашением между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ). В целях осуществления контроля за соблюдением организаторами азартных игр требований Федерального закона и иных нормативных правовых актов РФ органы управления игорными зонами обязаны предоставлять отчетность, содержание и порядок предоставления которой устанавливаются уполномоченным Правительством РФ федеральным органом исполнительной власти.

Каковы же критерии отбора земельных участков для создания игорных зон?

На момент создания игровой зоны земельные участки, ее образующие, не должны находиться во владении и (или) в пользовании граждан, юридических лиц, за исключением земельных участков, которые предоставлены для размещения и использования объектов инженерной инфраструктуры и на которых размещены такие объекты. На момент создания игровой зоны на земельных участках, ее образующих, могут быть расположены только объекты, находящиеся в государственной собственности, в муниципальной собственности и не находящиеся во владении и (или) в пользовании граждан, юридических лиц, за исключением объектов инженерной и транспортной инфраструктур.

Земельные участки игровых зон и (или) расположенные на них объекты (за исключением объектов инженерной и транспортной инфраструктур, а также земельных участков, на которых размещены такие объекты) передаются в собственность или аренду организаторам азартных игр либо иным лицам. Передача организаторам азартных игр либо иным лицам в собственность или аренду земельных участков, расположенных в игровых зонах, осуществляется органами управления игровыми зонами в порядке, определенном законодательством субъекта РФ (соглашением между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ).

Разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игровой зоне предоставляет организатору азартных игр право осуществлять деятельность по организации и проведению азартных игр в игровой зоне при соблюдении требований и ограничений, установленных решением о создании соответствующей игровой зоны. Разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр выдается органом управления игровой зоной в соответствии с законодательством субъекта РФ (соглашением между органами государственной власти соответствующих субъектов РФ), в том числе путем проведения аукциона или конкурса. Разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр выдается без ограничения срока действия и действует до момента ликвидации соответствующей игровой зоны. Разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игровой зоне может быть аннулировано органом управления игровой зоной в следующих случаях:

- 1) ликвидация в установленном порядке юридического лица, являющегося организатором азартных игр;
- 2) несоответствие игрового заведения требованиям, установленным настоящим Федеральным законом;
- 3) нарушение организатором азартных игр установленного настоящим Федеральным законом порядка осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр, в том числе в случае осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр вне игровой зоны;
- 4) неоднократное нарушение организатором азартных игр установленного порядка предоставления информации, предусмотренной настоящим Федеральным законом, или выявление фактов недостоверности такой информации;
- 5) заявление организатора азартных игр.

В случае если в течение трех лет с даты получения разрешения на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр, деятельность по организации и проведению азартных игр так и не началась в зоне, данное разрешение аннулируется. Решение об отказе в выдаче, переоформлении или об аннулировании разрешения на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игровой зоне может быть обжаловано в установленном порядке в суд.

Таким образом, нами был рассмотрен механизм создания игровых зон на территории РФ на основе ФЗ от 29 декабря 2006 года №244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации».

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ, РАЗВИТИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИГОРНЫХ ЗОН

Рей Т.В. - магистрант, Бовтун В.С.- д.и.н., профессор, Романовская И.В. – к.и.н., доцент,
Бовтун О.П. – к.и.н., доцент

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

Федеральным законом № 244-ФЗ определяются правовые основы государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории РФ и устанавливаются ограничения осуществления данной деятельности в целях защиты нравственности, прав и законных интересов граждан.

В рамках государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории РФ создаются 4 игорные зоны: Алтайский край, Приморский край, Калининградская область, а также на границе Краснодарского края и Ростовской области.

Данные игорные зоны должны были быть созданы до 1 июля 2007 года (теоретически это было осуществлено). Кроме того до 30 июня 2009 г. согласно данному Федеральному закону предполагалось «перенести» все казино и игровое оборудование (деятельность казино, деятельность по организации и проведению азартных игр и (или) пари, в том числе с использованием игрового оборудования (кроме игровых столов) в игорные зоны, что практически, конечно же не было осуществлено.

Стало очевидным, что установление игорных зон привело к снижению доходов от налогообложения игорного бизнеса в бюджетах субъектов РФ, на территории которых были упразднены игорные заведения.

Еще одним интересным фактом к размышлению стал вопрос о размещении казино в гостиницах, находящихся в государственной и муниципальной собственности

Во многих странах мира, не исключая Россию, система «звезд» положена в основу классификации уровня комфортабельности гостиниц по категориям. В большинстве государств классификация гостиниц и других средств размещения определяется, в том числе, и наличием в них возможностей оказания на высоком уровне услуг иных (не гостиничных) видов деятельности, например, общественного питания, зрелищно-развлекательных мероприятий, игорных и увеселительных заведений. Более того, часто именно «звездность» (определение знака категории гостиницы) позволяет претендовать на право размещения на территории гостиницы игорного заведения. Например, согласно египетскому законодательству об игорном бизнесе, казино могут располагаться исключительно в отелях, категории «5 *****». Законодательство Туниса, Марокко, о. Аруба, Багамских островов, Северной и Южной Кореи также предполагает размещение казино исключительно в гостиницах, основной направленностью которых является размещение туристов из зарубежных стран. Во многих странах мира, в которых легализована деятельность по организации и проведению азартных игр и пари, казино также расположены, прежде всего, в гостиницах (США, Великобритания, Франция, Польша, Болгария, Австралия и т.д.).

В России в соответствии с приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. N 86 «Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения» наличие казино (или зала игровых автоматов) является одним из критериев балльной оценки гостиниц и других средств размещения различных категорий.

С вступлением Закона в силу с 1 января 2007 года, через 6 месяцев у многих гостиниц, здания которых находятся в государственной или муниципальной собственности в результате закрытия функционирующих при отелях казино «теоретически» должна была снизиться категория звездности, что впоследствии привело к снижению бюджетного финансирования гостиниц на следующий год. Так, в Москве в гостиницах не менее 3 звезд было расположено 13 казино, а всего в России, по экспертным данным, при гостиницах расположено до 150 казино. «Практически» снижение категории звездности не произошло...

Следующей важной проблемой видится вопрос о том, кто и на что будет строить в игорных зонах?

Как известно, государство берет на себя строительство необходимой инфраструктуры, а обустраиваются зоны на средства самих резидентов. Они получают лицензию на деятельность сроком на пять лет, причем на деятельность в рамках только одной выбранной зоны. Эту лицензию можно продлить, но не более двух раз.

По данным интернет-журнала "Мир игорного бизнеса", в этой отрасли до вступления в силу Федерального закона работали четыре крупные компании. Прежде всего, это Ritzio Entertainment Group. На втором месте - сеть игровых салонов «Джекпот». Третий лидер - голландский холдинг Storm International и четвертый - концерн «РиО» («Развлечение и отдых»). Ни один из этих «акул игорного бизнеса» мне стал резидентом какой-либо игорной зоны.

За 3 года, после вступления в силу рассматриваемого Федерального закона всех инвесторов игорных зон, как говорится – «можно пересчитать по пальцам».

Если говорить об иностранных инвесторах то большинство из них высказывают свои опасения по поводу инвестиций в игорную отрасль России из-за следующих факторов:

- нестабильность законов об азартных играх;
- коррупция;
- отсутствие прозрачного регулирования в игорной деятельности;
- вовлечение в отрасль организованной преступности (развитие нелегального игорного бизнеса);
- невыгодность предлагаемых условий вложений в игорные зоны.

Международные игорные компании подчеркивают возможность потери лицензий в других юрисдикциях, если будут участвовать в игорной деятельности, характеризуемой вышеперечисленными факторами. Анализ реализации нового закона об азартных играх показывает, что последствия запретов на игорную деятельность более разрушительны для общества, чем легализация азартных игр. Об этом предупреждали эксперты и специалисты, это доказывает и опыт зарубежных стран и история. В результате задачи, поставленные в Федеральном законе об азартных играх, не решены, убытки материальные и моральные очевидны.

В 180 странах и 220 известных разрешена так или иначе игорная деятельность. Во всех этих странах играют только под жестким контролем государства. Если государство справляется со своими обязанностями, то нет необходимости что-либо запрещать и делать вид, что существующие проблемы решены.

Также, анализируя последние новости, происходящие в игорном бизнесе России, можно отметить, что все игорные заведения ушли «в подполье». И какие бы государство не принимало меры, теневой игорный бизнес будет продолжать свое развитие.

Целесообразно отметить и перенос единственно действующей игорной зоны «Азов-Сити», расположенной на границе двух субъектов РФ – Ростовской области и Краснодарского края на территорию, где предполагалось расположить ОЭЗ ТРТ «Новая Анапа» в Краснодарском крае.

В заключении следует отметить, что все вышеперечисленные проблемы это лишь их часть. Развитие игорного бизнеса и игорных зон в России столкнется еще с большим количеством проблем и трудностей, а сами игорные зоны, на наш взгляд, смогут нормально осуществлять свою деятельность лишь через 5-7 лет, так как необходимы огромные вложения и сроки в проектирование, строительство и их дальнейшее развитие.

ТУРИЗМ ПОД ВЛИЯНИЕМ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА:
АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН

Тесля Д.Е. – студентка, Донскова Л.И. – д.э.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Говоря о мировом финансовом кризисе 2008 г., хотелось бы начать с его общей характеристики: это финансово-экономический кризис, проявившийся в форме очень сильного ухудшения основных экономических показателей в большинстве развитых стран.

Предшественником финансового кризиса 2008 г. был ипотечный кризис в США, первые признаки которого появились в 2006 г. в форме снижения числа продаж домов в начале 2007 г. переросли в кризис высоко рискованных ипотечных кредитов. Довольно быстро проблемы с кредитованием ошутили и надежные заемщики. Постепенно кризис из ипотечного стал трансформироваться в финансовый и затронул не только США. Котировки на фондовых рынках резко снизились. Для компаний существенно сократились возможности получения капиталов при размещении ценных бумаг. К началу 2008 г. кризис приобрел мировой характер и постепенно начал проявляться в повсеместном снижении объемов производства, снижении спроса и цен на сырье, росте безработицы.

Одной из отраслей, которую кризис задел непосредственно стала туристская отрасль.

Данная статья содержит информацию о том, каким же образом кризис 2008 г. задел туристские потоки Азиатско-Тихоокеанского региона, который объединяет страны Восточной, Юго-Восточной Азии, Океании и Австралию.

Это самый обширный туристский регион мира. Его отдельные части (субрегионы) значительно удалены друг от друга, что осложняет развитие внутрирегиональных туристских поездок. Кроме того, Азиатско-Тихоокеанский регион удален и от основных туристских рынков мира – Европы и Америки. Однако обширность региона способствовала формированию здесь комплекса разнообразных природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов. В настоящее время отмечается невысокий уровень их использования.

Регион отличается неравномерностью экономического развития. Наряду с высокоразвитыми (Япония, Австралия, Новая Зеландия) и быстро развивающимися (Республика Корея, Сингапур, Китай, Малайзия) государствами, в регионе немало стран, которые отягощены многими проблемами. Камбоджа, Лаос, Вьетнам, страны Океании имеют очень низкие темпы развития экономики, притом, что численность населения растет очень быстро. Отсюда – бедность, подавляющего большинства жителей, не позволяющая им совершать туристские поездки. Неграмотность населения, огромные государственные долги, отсутствие инвестиций, неразвитая транспортная и туристская инфраструктура – все это снижает потенциал туристских ресурсов.

Хотелось бы провести анализ докризисной ситуации данного туристского региона.

Темпы развития туристской отрасли высоки, о чем свидетельствуют следующие показатели: в 2006 г. доля прибытий в Азиатско-Тихоокеанском регионе составила 10 % в 2007 – 16 %, прогнозы к 2020 – 27,3%.

Азиатско-Тихоокеанский регион занимает третье место в мире по числу прибывших туристов.

Однако, финансовый кризис 2008 года немного снизил туристские показатели на 4-6%. Но, как отмечает UNWTO (Всемирная туристская организация World Tourism Barometer), ситуация в 2009-2010 гг. начала выравнивать туристскую отрасль и появилась положительная тенденция к росту турпоездов. Данная тенденция прослеживается на примере следующих стран: Вьетнам-увеличение числа иностранных граждан на 37 % за 2010 г. Тайланд – показатель числа прибывших увеличился на 26%, Малайзия – 11%, Сингапур – 8%, Шри-Ланка и Мальдивы – 5%, Непал – 3%, Австралия-3%, Индия – 1%, Новая Зеландия-0,3%.

Специалисты на рынке туризма говорят об Азиатско-Тихоокеанском регионе, что стабилизация мировой экономики позволяет ожидать улучшения ситуации на туристическом рынке данной территории на период 2010-2020 гг. Однако определенные финансовые риски по-прежнему сохраняются, сообщает компания "Abacus International", работающая на азиатском рынке бронирования и продажи билетов. По мнению аналитиков компании, падение продаж туров в последующие несколько лет (2010-2015 гг.) будет колебаться от 4 до 6%.

Если говорить о видах туризма, предпочтительных в Азиатско-Тихоокеанском регионе в период с 2008-2010 гг., то отметим следующее: особым успехом пользовались экспресс-туры

и туры внутри страны. Однако в сегменте корпоративного отдыха улучшения произошли только в середине 2010 г. Представители всевозможных компаний принимают решения о деловых поездках с большой осторожностью, и стабилизация мировой экономики слабо на это влияет. Следует отметить, что особенно высокий уровень деловых поездок прослеживается в таких туристских единицах, как: Сингапур и Гонконг.

Говоря об общемировых тенденциях, специалисты утверждают, что ситуация выровняется в период с 2010-2020 гг. Об этом свидетельствуют следующие показатели 2010 г.: во всем мире доходы от иностранного туризма принесли прибыль: 852 млрд.дол. Количество путешествий во все регионы составило 119 млн.турпоездок (по данным UNWTO).

Говоря о других странах в период кризиса, отметим, что самыми популярными странами в кризисный период (2008-2009 гг.) являлись: США – 16% турпоездок, Франция – 14,5% поездок, Испания – 10,8% турпоездок.

Проанализировав данные туристских поездок в Азиатско-Тихоокеанском регионе, предлагаем постараться изменить ситуацию при помощи предложенных нами методов:

- со стороны правительств данных государств осуществить более усиленное финансирование туристской отрасли (пример: повысить финансирование примерно на 20% относительно предыдущего года);
- сделать акцент на привлечении инвестиций других стран (Европа, США);
- привлекать внимание туристов за счет значимых событий (пример: выставки, карнавалы, олимпиады);
- более усиленно продвигать туризм Азиатско-Тихоокеанского региона на мировом рынке: маркетинговые (рекламные) компании региона.

ПОПУЛЯРНЫЕ МЕСТА ЛЕЧЕНИЯ И ОТДЫХА ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО АЛТАЯ

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

В дореволюционный период в Сибири популярными местами отдыха и лечения являлись так называемые «кумысолечебные места». По мнению врачей, сочетание чистого воздуха, живописной природы и потребление кумыса давали большой целебный эффект.

В конце XIX в. славу кумысолечебных мест Алтая прочно удерживали: Черный Ануй, Черга и Колывань.

Село Черный Ануй располагалось в пределах Антоньевской волости, Бийского округа. Отдыхающие добирались сюда из Бийска через села Алтайское, Куяган и деревню Тоурак преодолевая в пути 176 верст. Черный Ануй представлял собой небольшое село – 130 дворов, 20 из которых занимали русские переселенцы, в селе имелись церковь и школа. Киргизы, составлявшие большинство населения занимались преимущественно скотоводством; русские – земледелием. Окружающая природа представляла собой гористую местность с обнаженными скалами и лесом, располагавшимся по горным склонам. Среди лесных пород преобладала лиственница, реже встречались кедр, пихта, сосна. Чистый горный воздух, не накаляющийся даже в сильную летнюю жару, богатая растительность и удобные места для купания, привлекали сюда больных, страдающих легочными заболеваниями и малокровием. Большую часть из них составляли чиновники и купцы из Томска, Барнаула, Бийска. Число отдыхающих в летний сезон составляло несколько десятков человек (в 1885 г. здесь отдыхали 40 чел.). Аренда дома обходилась в 1–3 руб. в месяц, ведро кумыса от 1 руб. до 1 руб. 50 коп. (или 10 коп. бутылка), молоко – 3 коп. горшок, яйца – 1 руб. сотня, масло – до 50 коп. безмен, баран – 2 руб. – 2 руб. 50 коп., квартира с готовым столом – 8 руб. в месяц.

Деревня Черга Алтайской волости, Бийского округа, расположенная в 50 верстах от села Алтайского, насчитывала около 100 дворов населенных русскими людьми. Находилась в до-

лине, горные склоны которой были покрыты лиственным, пихтовым и березовым лесом. Из деревни открывался красивый вид на Катунские белки.

Квартира в Черге стоила в среднем 8 руб. в месяц, с полным содержанием 12 руб., ведро кумыса – 2 руб., баран – 2 руб. 50 к., сотня яиц – 1 руб., молоко – 3 – 4 коп. горшок, оседланная лошадь – 25 коп. за день. Летом 1889 г. в Черге побывало более 50 человек, почти все из Томска, Барнаула и Бийска. Как и в Черном Ануе отдыхающая публика была представлена достаточно состоятельными людьми.

Село Колыванское одноименной волости Бийского округа находилось на увале около горы Будки, при реке Белой, в 2-х верстах от речки Локтевки, в 5 верстах от озера Белого, в 45 верстах от станции Курья по Семипалатинскому тракту. Вокруг Колывани располагались горы наибольшую известность, из которых приобрела Синюха, получившая свое название от известного русского исследователя П.С. Палласа, посетившего эти места в 1771 г. и заметившего, что данная гора почти всегда окружена синеватым туманом. Достопримечательностями Колывани являлись озеро Белое с павильоном и лодками для катания, Караульные камни (в прошлом сторожевые посты). Приезжающие в Колывань могли легко найти квартиру и необходимые удобства, квартира с полным содержанием стоила 12 руб. в месяц. Продукты были недорогими: мясо – 3 – 3,5 коп. фунт, яйца – от 80 коп. до 1 руб. сотня. В селе Колыванском находились церковь, 2 училища, 2 фельдшера, лазарет, аптека горного ведомства, 3 лавки и мельница. Летом 1889 г. для дачной жизни и кумысного лечения Колывань посетило до 20. человек, в том числе томский губернатор Булюбаш с семьей.

Наряду с вышеперечисленными местами отдыха и кумысолечения были известны Улала и Чемал. Около границы Алтая с Китаем на высоте 1060 м располагалось живописное место – Котон-Карагай получившее известность как летняя дача семипалатинской и устькаменогорской публики.

В начале XX в. популярность кумысолечения значительно возросла. Согласно данным «Справочника по г. Бийску и Бийскому уезду за 1911 г.» в 1910 г. кумысолечебные места на Алтае посетили 643 чел. Основными местами отдыха и лечения являлись:

| | |
|--|----------|
| Чемал кумысолечебный, курорт..... | 310 чел. |
| Тюдрала – кумысолечебный курорт..... | 96 чел. |
| Эликманар – кумысный и дачный пункт..... | 70 чел. |
| Черный Ануй – кумысный и дачный пункт..... | 65 чел. |
| Анос – кумысный и дачный пункт..... | 40 чел. |
| Черга – кумысный и дачный пункт..... | 30 чел. |
| Узнезя – кумысный и дачный пункт..... | 22 чел. |
| Манжерок – кумысный и дачный пункт..... | 10 чел. |

Наибольший интерес отдыхающие или как их тогда называли «дачники» проявляли к селу Чемал и поселку Тюдрала. Иностранческое село Чемал (66 дворов и 370 жителей) расположенное на берегу Катуня, при впадении в нее реки Чемал на высоте 500 м было основано в 1842 г. крестьянами Смоленской волости и заводскими крестьянами из села Тоурак. Название Чемал происходило от искаженного алтайского слова «чумалу», т. е. «с муравьями» или, «муравейник». Название поселения было связано с тем, что прежде в долине Катуня, где располагалось селение, паслось так много скота, что с окрестных гор оно казалось муравейником. Расположенный на высоком берегу Катуня на сухой, слегка покатой равнине в живописной местности с чистым горным воздухом, Чемал привлекал много дачников для которых киргизы из села Черный Ануй готовили кумыс по цене 60 коп. за четверть. В Чемале располагались православная миссия, церковь, школа. Из Чемала дачники совершали экскурсии в деревню Анос в студию известного алтайского художника Г.И. Гуркина, на высокогорное озеро Каракол, Катунский порог Ельдекпен («послушать рев Алтая»), водопады, образуемые притоками Катуня, Куминские белки, вблизи подножия, которых располагался Чемал. Свое-

образной обзорной площадкой являлась Крестовая гора, с которой открывался вид на гору Белуху, расположенную от Чемала в 170 верстах.

За селом тянулась низкая грива «Бешпек» (пять камней), покрытая молодым сосновым лесом с тенистыми аллеями – любимое место прогулок дачников. Пологий со стороны Чемала лесистый Бешпек обрывался к реке Чемал близ его устья крутыми утесами. Отсюда с так называемой «Чертовой горки» открывался вид на долину реки Чемал. Наиболее высокая скала, у слияния Чемала и Катуня, носила название «Караул - таш» («Караульный камень»). По преданию, во времена междоусобиц между алтайскими племенами, эта скала служила сторожевым пунктом. В 75 верстах от Чемала блистал своей красотой водопад Арасу.

Недостатками Чемала как кумысолечебного курорта являлись неудовлетворительная работа столовых и отсутствие почты. В. Штейнфельд, автор «Справочника по г. Бийску и Бийскому уезду за 1911 г.» отмечал: «Столовых в Чемале две, но в них много грязи и обед не вкусный, хотя цена его довольно высока – 12 руб. в месяц за обед из двух блюд. Почтового отделения в Чемале до сих пор нет, не смотря на то, что сюда ежегодно стекаются из разных мест Европейской России и Сибири сотни дачников, которых здесь называют «воздушники». Дачники вынуждены нанимать особого человека, который бы ездил в ближайшее почтовое отделение (с. Улала) для отправки и получения почты».

Цены на жилье и продукты питания с учетом роста популярности Чемала по сравнению с концом XIX в. заметно возросли. Небольшой дом можно было снять летом за 20 – 25 руб. в месяц, фунт мяса стоил 9 – 10 коп., кумыс – 60 коп. четверть.

Самым красивым и удобным для дачной жизни являлся поселок Тюдрала. Расположенный вдали от Чемала он отличался недорогой жизнью, прекрасными климатическими условиями и хорошим кумысом. Путь в Тюдралу проходил по Уймонскому тракту до села Усть-Кан, от которого селение находилось в 20 верстах.

Первопоселенцем Тюдралы был киргиз Сул-Сиринской волости, Семипалатинского уезда, Сатыбай Джалды поселившийся здесь около 1855 г. Принявший в крещении имя Афанасия он установил на территории будущего поселения большой деревянный крест. Спустя некоторое время к Афанасию и его сыну Федору, стали переселяться алтайцы, принявшие православие. В 1858 г. на собственные средства православное инородческое население построило молитвенный дом. Вскоре к алтайцам стали присоединяться и киргизы, земляки Афанасия. Так образовалось селение, которое было названо Кедралой (от находившегося вблизи молитвенного дома громадного кедра), а в последствие из-за особенностей языка алтайцев Тюдралой.

В 1878 г. в Тюдралу стали прибывать русские переселенцы. В последующие годы между ними с одной стороны и алтайцами и киргизами с другой стали происходить конфликты на почве права распоряжения тюдралинской землей.

В 1906 г. Тюдрала в административном отношении была подчинена Башчелакскому волостному правлению, после чего здесь начались межевые работы. Алтайцы и киргизы, недовольные тем, что наряду с ними землю получают русские крестьяне, покинули поселок. Через несколько лет инородческое население попыталось вернуться, но к этому времени свободной земли в поселке уже практически не осталось.

В 1910 г. в Тюдрале насчитывалось 52 крестьянских двора с 250 жителями. Инородческое население было представлено одной единственной семьей киргиза ямщика Тимерея.

В начале XX в. одним из центров кумысолечения по-прежнему оставался Черный Ануй. В 1910 г. здесь проживало 960 человек (163 двора). Помимо благоприятных природно-климатических условий село славилось хорошими лошадьми которые сдавались для прогулок за невысокую плату – 30 – 40 коп. в день или 6 – 7 руб. в месяц. Свообразным развлечением в окрестностях села являлась охота на диких коз.

В конце XIX – начале XX вв. кумысолечение и отдых на Алтае приобретают все большую популярность среди жителей России. Благоприятные природно-климатические условия, относительная дешевизна услуг предоставляемых местным населением, делают ряд населенных пунктов Алтая притягательными местами отдыха и лечения.