

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова»**

**ЭКОНОМИКА. СЕРВИС. ТУРИЗМ. КУЛЬТУРА
(ЭСТК-2013)**

**XV МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

30 МАЯ 2013 Г.

СБОРНИК СТАТЕЙ

Изд-во АлтГТУ
Барнаул • 2013

ББК 65.9(2)49+65.9(2)441.357

ЭКОНОМИКА. СЕРВИС. ТУРИЗМ. КУЛЬТУРА (ЭСТК-2013): XV Международная научно-практическая конференция : сборник статей / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2013. – 300 с.

ISBN 978-5-7568-1008-0

В сборник включены статьи, обобщающие отечественный и зарубежный опыт по проблемам развития сферы туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса, курортного дела, рекламы и других смежных направлений, а также вопросы подготовки специалистов для сферы сервиса и туризма.

Рекомендуется ученым, преподавателям, аспирантам, студентам, работникам туриндустрии.

Организаторы конференции:

УМО «Сервис и туризм» РГУТиС;

Администрация Алтайского края;

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова»;

ФГБУ «Алтайский государственный природный биосферный заповедник»;

Новосибирский государственный университет экономики и управления;

Ольборгский университет (Дания);

Ховдский университет (Монголия);

Алтайское краевое отделение Русского географического общества

Редакционная коллегия:

Бовтун В. С., д.и.н., профессор АлтГТУ;

Ревякин В. С., д.г.н., профессор АлтГТУ;

Исаев В. В., к.и.н., доцент АлтГТУ;

Дунец А. Н., д.г.н., профессор АлтГТУ.

ISBN 978-5-7568-1008-0

© Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Капилевич Л. В., Карвунис Ю. А. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	9
Алёхин Ю. П. О ПРОБЛЕМАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ Г. ЗМЕИНОГОРСКА В ТУРИЗМЕ.....	12
Андреева И. В., Андреев Н. Р. ПРИРОДНЫЙ ПАРАТУРИЗМ И ЕГО ВИДЫ.....	19
Юрзина Т. А. ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	23
Ковалева Н. М. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЗАБАЙКАЛЬСКОМ КРАЕ.....	28
Добрыднева Т. С. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ.....	32
Мамешина Н. С., Кротов А. В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ.....	36
Ермакова Ж. А., Тетерятник О. П. МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА «СОЛЕННЫЕ ОЗЕРА» (ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ).....	42
Штейнгольц Б. И., Третьякова Е. В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ: МЕТОДЫ АКТИВНОГО ТУРИЗМА.....	50
Андреева И. В., Лубинец Л. Ф., Николаева О. П. ПРИРОДНЫЙ ПАРАТУРИЗМ КАК ОСОБЫЙ ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН.....	56

Асташина Л. Н., Ли Хунли ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ МЕДИЦИНЫ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ.....	58
Блинова Ю. В. О ЗАКОНОТВОРЧЕСТВЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ВОПРОСАМ ТУРИЗМА.....	63
Зайцев Г. С. АТАМАН ЕРМАК КАК БРЕНД РОССИИ: ТЮМЕНСКИЙ РЕГИОН.....	68
Столяров С. А. ДОРОГИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА ЮЖНОЙ ЧАСТИ ТЕЛЕЦКОГО ОЗЕРА.....	72
Захарова К. В. ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРАЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ.....	77
Иванова Т. Н., Суворова О. В. ШКОЛЬНЫЙ КЛУБ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ «ШЕСТОЙ КОНТИНЕНТ» – ПРОЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, ТУРБИЗНЕСА И КУЛЬТУРЫ.....	85
Кротов А. В., Стародубов А. В. РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КИТАЙСКОГО АЛТАЯ.....	87
Кольцова А. А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ.....	92
Мотуз К. В., Пашкова Е. Ю. ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА.....	96
Negoda N. V., Gushchina M. V., Kravchenko T. K. PECULIARITIES OF DESIGNING AND ORGANIZING A HISTORIC-TOURIST GAME “THE MYSTERIES OF THE EMERALD VALLEY” FOR SCHOOLCHILDREN OF USSURIYSK.....	100

Чипура С. В. ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ГПЗ «СТОЛБЫ»)	105
Сазыкин А. М. ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ	109
Шаховалов Н. Н. ОРГАНИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА	114
Чернаков А. А., Кориневская Е. М. «БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ» И ПЕРИФЕРИЙНЫЙ (СЕЛЬСКИЙ) ТУРИЗМ НА АЛТАЕ: ПАРТНЁРЫ ИЛИ КОНКУРЕНТЫ?	119
Холодидина Ю. Е. ФОРМИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ НАУЧНОГО ТУРИЗМА НА ЛОКАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ	123
Тихонова В. В., Белая И. А. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КАК ИСТОЧНИК ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)	127
Полякова И. Л. ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ НА ТЕРРИТОРИИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ	133
Николаева О. П. СОВРЕМЕННОЕ РЕКРЕАЦИОННОЕ ОСВОЕНИЕ ЧЕМАЛЬСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ	143
Кротов А. В., Насонова О. К. К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕГИОНАХ БОЛЬШОГО АЛТАЯ	147
Соколов С. Н. РЕКРЕАЦИОННО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ	152

Скульмовская Л. Г. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА.....	157
Донскова Л. И., Унгефуг И. ИССЛЕДОВАНИЕ СЕРВИСА В РОССИИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	160
Владимирская Е. Ю., Гаряева Ю. М., Смолярук А. А. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	166
Асташина Л. Н., Ху Инин ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ.....	170
Комаристый И. В. СПЕЦИФИКА ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕРВИСЕ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ.....	174
Петракова Т. Г. РОЛЬ РОССИЙСКИХ АССОЦИАЦИЙ РЕСТОРАТОРОВ В РАЗВИТИИ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА.....	180
Саликжанов Р. С., Коновалов А. П., Бердешова И. А. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ: ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ПОВСЕДНЕВНОСТИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА ЖИТЕЛЕЙ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	185
Коржнев В. Н., Коржнева С. И. ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ГЕОГРАФОВ К ТУРИСТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ.....	192
Волохова Е. А., Соцердотова Г. В. РАЗВИТИЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ТЕРРИТОРИЯХ.....	195
Ротанова И. Н. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТРАЕКТОРИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ.....	200

Ганчев Ж. Д. ИННОВАЦИИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ ДЛЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	206
Битгер Н. В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....	211
Минченко Т. П. ФОРМИРОВАНИЕ РЕЛИГИОВЕДЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ СЕРВИСА И ТУРИЗМА.....	215
Баярхуу Б. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ.....	222
Антипина Е. А. БРЕНД ГОРОДА БАРНАУЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ.....	229
Даваасурэн Л. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ТУРИЗМА В МОНГОЛИИ.....	235
Боечко Е. А., Бовтун В. С., Альховик Я. С., Романовская И. В., Бовтун О. П. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СИБИРИ.....	240
Лхагвасурэн Ч., Сайран Б. РЕКРЕАЦИОННАЯ ОЦЕНКА РЕЛЬЕФА МОНГОЛЬСКОГО АЛТАЯ.....	243
Бовтун В. С., Гооге О. А., Романовская И. В., Бовтун О. П. СТРАТЕГИЯ АКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....	247
Наранхуу Э. КАМЕННЫЕ СТАТУАРНЫЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ТЮРКСКОГО ВРЕМЕНИ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ (НА ПРИМЕРЕ БАЯН-УЛЬГИЙСКОГО АЙМАКА).....	250

Локтев Р. И., Бовтун В. С., Романовская И. В., Бовтун О. П. ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ.....	253
Платонова С. Г., Лхагвасурэн Ч. ПЕРСПЕКТИВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ И РОССИИ).....	257
Горбачева Н. И., Орлова А. В. РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА АЛТАЕ: КРАСНОЩЁКОВСКИЙ РАЙОН КАК ПРИМЕР ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ.....	260
Колупанова И. А. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В РОССИИ ЗА 2001-2012 ГГ.....	265
Исаев В. В. СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ СИБИРСКОГО КАЗАЧЕСТВА НА АЛТАЕ В КОНЦЕ XIX-НАЧАЛЕ XX ВВ.....	270
Кочеткова А. А., Дунец А. Н. ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ АГРОТУРИСТСКИХ КОМПЛЕКСОВ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ.....	279
Дунец А. Н., Исаев В. В. РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРАВОБЕРЕЖЬЯ ОБИ У ГОРОДА БАРНАУЛА.....	283
Монхнасан С., Цэдэв Х. Наваанзоч К ВОПРОСУ О НЕКОТОРЫХ ФОРМАХ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИЗМА В МОНГОЛЬСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ.....	290
Панин Е. Л., Невструева С. Е. АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЕЛЕНИЯ ВОССТАНОВИТЕЛЬНОГО ЛЕЧЕНИЯ БОЛЬНЫХ ОБЩЕТЕРАПЕВТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ НА БАЗЕ ЕГОРЬЕВСКОЙ ЦРБ.....	292
Панин Е. Л., Сигедина К. Р., Панина Е. А. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ В ГОСТИНИЦАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....	297

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Л. В. Капилевич, Ю. А. Карвунис

*Национальный исследовательский Томский государственный
университет*

Томская область обладает значительным природным и историко-культурным туристским потенциалом. Регион отличается уникальностью природных, архитектурных и археологических памятников, что открывает широкие возможности для развития туризма [1, 2]. Территория Томской области относится к Обско-Алтайской федеральной туристской зоне. Здесь насчитывается 165 особо охраняемых природных территорий (ООПТ), занимающих 4,6 % ее площади: 18 заказников, один из которых федерального значения, 1 территория рекреационного назначения, 145 памятников природы (21 геологический, 26 водных, 92 ботанических, 6 зоологических, 1 ботанический сад) общей площадью 15,1 га. Часть городской и пригородной территории Томска (правобережье р. Томи) объявлена ООПТ рекреационного назначения «Береговой склон» [4,6].

Сегодня наиболее освоенная в туристском отношении территория – это Обь-Томское междуречье. Здесь сложилась целая система охотничьих заимок. Наиболее высокий уровень сервиса предоставляет Хардикова заимка. Помимо охотничье-рыболовных ресурсов Томская область располагает большими запасами дикоросов (грибы, ягоды, орехи), сбор которых может служить одной из целей туризма. Объекты природного наследия расположены на территории области неравномерно, большинство из них сосредоточено в 60-километровой зоне областного центра. Это позволяет развивать природно-ориентированный и экологический туризм в пригороде Томска, повышая тем самым вариативность туристского продукта [3,5].

Среди наиболее привлекательных и перспективных объектов для организации экологического туризма можно выделить водный памятник природы «озеро Кирек». Красивейшее озеро Томского края расположено в окрестности деревни Кирек Томского района. Берега озера покрыты лесом. В Киреке водятся линь, чебак, щука, окунь. Вода до такой степени прозрачная, что в тихую погоду, плывя на лодке, можно увидеть среди водорослей плавающую рыбу. Славится озеро не только чистой теплой водой, но и 7-метровым слоем сапропелевого целебного ила и лечебных грязей. В состав донных отложений озера входят три

типа сапропелей: органический, карбонатный и торфосапропелевый. Является государственным памятником природы областного значения.

Еще один значимый водный памятник – озеро Песчаное (с 1962 г.). Оно находится рядом с п. Тимирязевский, площадь – от 1,3 га до 4,3 га (зависит от времени года). Озеро имеет почти правильную округлую форму и пологие берега, на северном и восточном берегах находятся песчаные пляжи. Рельеф, который образовался во время ледникового периода, представлен необычными формами – подковообразными песчаными дюнами, дюнными цепями, закрепленными растительностью. Глубина озера – не более 1,5 м. Вода интенсивно-желтого цвета, имеет небольшую прозрачность. Флора и фауна типичны для таежных озер дюнного рельефа.

Самое крупное озеро Томской области – озеро Мирное, которое образовалось более 5400 лет назад. Имеет площадь 18,3 км² и находится в бассейне р. Чузика к северо-западу от с. Пудина на территории Парабельского района, среди болот. Озеро мелкое, преобладают глубины 2-4 м, берега водоема низкие, сложены песком и торфом.

Пожалуй, самый популярный среди начинающих туристов объект – Таловские чаши – расположены на территории Томского выступа палеозоя. Известковые образования, по форме похожие на чаши, достигают в высоту 1 м и состоят из известнякового туфа (травертина). Чаши сформировались благодаря выходу на поверхность земли вод, насыщенных известью. В состав стенок чаш также входит бернессит, придающий им землистый цвет. Бернессит – достаточно редкий минерал, представляющий собой оксид марганца сложного состава. Это вторая достоверная находка бернессита на территории России.

Среди студенческой молодежи особой популярностью пользуется спортивно-оздоровительный туризм. Региональная общественная организация «Томская федерация спортивного туризма» создана в 1978 году, является коллективным членом Туристско-спортивного союза России. Основной своей целью организация ставит развитие самостоятельного и спортивного туризма, поддержку самостоятельного туристского движения. В Томской области регулярно проводятся соревнования по спортивному туризму, слёты туристов. Многочисленные туристские клубы объединяют любителей спортивно-оздоровительного туризма и туристов-спортсменов.

В качестве туристских полигонов – мест массовых занятий туристов – в черте города используются скала «Дюймовочка» (р-н ДСК и поймы реки Ушайки), склоны «Толстого мыса» (имитация перевала в районе пос. Новокарьерный и пос. Степановка), склоны древнего Ба-

сандайского городища и прилегающие поля (устье реки Басандайка). Для занятий водным туризмом и проведения соревнований используются «Большая петля» на реке Киргизка (2 км выше по течению от пос. Копылово), «Малая петля» (на реке Ушайка под Академгородком), устьевая часть реки Басандайки.

В перечне маршрутов выходного дня Томского клуба туристов вокруг Томска разработано 15 маршрутов. Наибольшей популярностью пользуются уже упоминавшиеся выше Таловские чаши (это самый посещаемый одно-двухдневный маршрут, число посетителей в год – 5-7 тыс.). Так же популярны у школьников однодневный маршрут «В Заварзинскую лесную дачу, к самому большому муравейнику»; «К Синему Утесу», вдоль реки Томи, с осмотром террас древнего городища Шеломок и древнего Басандайского городища (памятник археологии).

Для туристов, имеющих опыт, предлагаются трех-пятидневные маршруты на правобережном Притомье («Иткаринский водопад» – Иткара – Бойцов камень – Ярское, 35 км, 3 дня) в Томь-Обском междуречье («Таежными тропами» – Озеро Кирек – Нижние озера – Молчаново – Киреевск, 45 км.; «Таежный зигзаг», Кирек – Нижние озера – Могильники – Борики – Киреевск, 65 км.; «Таежный треугольник», Киреевск – Молчаново – Нижние озера – Могильники – заимка Борики – Молчаново – Киреевск, 85 км).

Открытые походы выходного дня проводятся круглогодично, анонсируются на сайтах, посвященных активному отдыху и туризму.

Подводя итог сказанному, можно заключить, что благодаря сочетанию природных условий и историко-архитектурных памятников Томская область обладает значительным потенциалом развития различных видов туризма, в том числе спортивно-оздоровительного, экологического, а также различных видов активного и экстремального отдыха.

Список использованных источников:

1. В краю кедровом. Томская область / под ред. Р.М. Романова. – М. : Планета, 1985. – 275 с.
2. **Евсеева, Н. С.** География Томской области. Природные условия и ресурсы / Н. С. Евсеева. – Томск, 2001. – 223 с.
3. Итоги развития сферы туризма на территории Томской области. – Официальный информационный сервер Томской области. – Режим доступа: <http://tomsk.gov.ru/ru/tourism/>

4. Особо охраняемые территории Томской области: учебно-справочное пособие / А. М. Адам, Т. В. Ревушкина, О. Г. Нехорошев и др. – Томск : Изд-во НТЛ, 2001. – 239 с.

5. Томская область: Путеводитель / сост. А. Юдин; ред. К. Павлов. – М. : Авангард, 2001. – С. 219.

6. **Уткин, Ю.** Травертиновые памятники природы Томской области / Ю. Уткин // Экобандероль. – 2002. – № 22-23. – С. 7.

О ПРОБЛЕМАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ Г. ЗМЕИНОГОРСКА В ТУРИЗМЕ

Ю. П. Алёхин

Рудно-Алтайский научный историко-культурный центр

Змеиногорск известен не только своей славной историей, но и сохранившимися памятниками истории и культуры – остатками объектов горнозаводского производства XVIII-XIX вв., памятниками архитектуры XIX-нач. XX вв., монументальными и мемориальными памятниками XIX-нач. XXI вв. и другими объектами для познавательного туризма. Это историко-культурное наследие всегда привлекало туристов. Теперь же Змеиногорск стал составной частью крупных туристических маршрутов «Большое золотое кольцо Алтая» и «Казачья подкова Алтая». Остановимся на некоторых актуальных проблемах использования местного историко-культурного наследия.

I. Мифотворчество и исторические фальсификации. Как ни удивительно, но до сих пор вместо достоверной исторической информации приезжающим в Змеиногорск туристам нередко приходится довольствоваться мифами, а иногда и воспринимать от некоторых экскурсоводов фальсификации подлинной истории. Вот несколько примеров.

Въезжая в Змеиногорск по Барнаульскому тракту, многие обращают внимание на придорожную информацию о том, что Змеиногорск основан в 1736 г. Экскурсоводы также рассказывают туристам, что Змеиногорск был основан в 1736 г. До сих пор 1736 г. считается официальной датой основания Змеиногорска. И это несмотря на то, что ещё в конце 1990-х гг. барнаульскими историками В. Б. Бородаевым и А. В. Контевым на основе бесспорных архивных данных была установлена подлинная дата основания Змеиногорска как населённого пункта – 1744 г. [3, с. 114-115, 117-119].

Змеиногорска в 1736 г. писал и алтайский историк-краевед А. Д. Сергеев: «Наше краеведение, правда, знает немало случаев про-

винциального тщеславия, когда желательное выдаётся за действительное, но от этого история не отменяется» [5, с. 39].

На Алтае очень популярно имя А. Н. Демидова, поэтому ему нередко приписывают события, не имеющие к нему отношения. Например, открытие руд цветных металлов на Алтае, в том числе и на Змеиной горе, хотя эти открытия сделали рудознатоцы С. Г. Костылев и его товарищи: Михаил Волков (первооткрыватель кузнецких угольных месторождений), Леонтий и Макар Останины, Фёдор Комаров [2, с. 71, 176-179]. Другой пример: до недавнего времени (пока мы не указали на это мифотворчество) две пушки, датируемые второй половиной XVIII в. и установленные ныне у Змеиногорского музея, директор этого музея именовала демидовскими... Нередко архитектуру XIX-начала XX вв. экскурсоводы называют «демидовской». Рассказывают о «демидовских монетах» и золотой карете Демидова, затопленной в оз. Белом (в Курьинском районе), о «демидовских каторжниках», якобы работавших на Змеиногорском руднике... И это при том, что сам А.Н. Демидов вообще на Алтае не бывал, да и период его владения алтайскими рудниками и заводами был весьма краток (менее 20 лет с перерывом). Практически все сохранившиеся памятники истории и культуры Змеиногорска относятся к последемидовскому, а не к демидовскому времени.

На 15
Построенная при императоре россии Христиане Сидорове
Спродана в 1744 году владимиром работавшим
в этом месте восточник (Сидоров) употребил
при этом припасы и много стала восточник
Григорий Сидоров

Ответ приказчика Григория Сидорова
на запрос комиссии А. Беэра с указанием
даты (1744 г.) основания крепости на Змеёвой
горе. РГИА. Ф. 468. Оп. 18. Д.47. Л.15. По В. Б.
Бородаеву, А. В. Контеву [3, с. 118].

II. Исторические ошибки в литературе и документах краевых органов охраны памятников. К сожалению, даже в научных трудах встречаются серьёзные ошибки относительно некоторых памятников истории и культуры г. Змеиногорска. Например, в публикациях Т. М. Степанской [7, с. 275, рис. 4], В. А. Моисеева [4, с. 164, рис. 6] и других, а также в официальном списке памятников истории и культуры Алтайского края верхний срез кунштата (каменная камера для водоналивного колеса) Екатерининской шахты в Змеиногорске ошибочно именуется «входом в Екатерининскую шахту». Впервые на эту ошибку обратил внимание Змеиногорский геолог и краевед А. Ф. Черных.



Срез верхней части кунштата Екатерининской шахты.
Современный вид.

Среди змеиногорских памятников архитектуры XIX-начала XX вв. имеется несколько зданий, которые в литературе и официальном списке памятников истории и культуры Алтайского края именуется неправильно.

1. Дом купца А. В. Огурова (ул. Семипалатинская, 1а), неправильно именуемый как «дом мещанки Огаревой». В Змеиногорске в конце XIX-начале XX вв. вели торговлю и проживали бийский II гильдии купец Александр Васильевич Огуров и купчиха Анастасия Ива-

новна Огурова (вероятно, родственники), которые имели лавки на Торговой площади [8, с. 46, 47]. На наличниках дома-памятника резная фигурная монограмма с инициалами владельца – «АВО». Именно так до реставрации здания читала искусствовед Т. М. Степанская, хотя ошибочно, следуя традиции, переводила как инициалы «мещанки А. В. Огаревой (Огуровой)» [7, с. 289]. Таким образом, необходимо правильно именовать памятник деревянного зодчества как «Дом купца А. В. Огурова».



Дом купца А. В. Огурова после реставрации

2. Две лавки купца П. В. Воробьевского (ул. Семипалатинская, 1 и пер. Горный, 3), неправильно именуемые как «лавки купца Воробьева». Такое неправильное наименование этих памятников архитектуры закрепилось в литературе [6, с. 26, 27] и официальном списке памятников истории и культуры Алтайского края.

По документам, выявленным М. А. Целищевой, в Змеиногорске с 1877 г. обосновался бийский купец П. В. Воробьевский, которому и принадлежали торговые лавки в исторической части Змеиногорска на тогдашней базарной площади. Сначала эти лавки были деревянные, а затем вместо них, не ранее конца XI-начала XX вв., – кирпичные [8, с. 46, 47]. «Купец Воробьев» в документах не упоминается. Таким образом, два памятника архитектуры, неправильно именуемые в публикациях и памятникоохранительной документации как «лавки купца Воробьева», надо именовать «лавки купца П. В. Воробьевского» и датировать их концом XIX-началом XX вв. (а не второй половиной XIX в., как считалось ранее).

3. Бергамт. Контора Змеиногорского рудника (ул. Ленина, 13). Этот памятник архитектуры первой четверти XIX в. (вероятно, между

1818-1824 гг.) в литературе и официальной памятникоохранительной документации датируется второй половиной XIX в., хотя в этой же литературе отмечается, что здание «связано с деятельностью П. К. Фролова» [6, с. 23-24] (П. К. Фролов уехал с Алтая в 1830 г.). Известно также, что в бергамте в первой половине XIX в. бывали всемирно известные исследователи: К. Ф. Ледебур, К. А. Мейер, А. А. Бунге – в 1826 г.; барон А. фон Гумбольдт – в 1829 г., Г. Розе, Х. Эренбург – в 1829 г.; П. А. Чихачёв – в 1842 г.; Г. С. Карелин, Г. Е. Щуровский – в 1844 г.

III. Змеиногорский музей истории развития горного производства. Этот музей всегда привлекает туристов, чаще всего экскурсии по Змеиногорску начинаются с него. Но ввиду отсутствия профессиональной квалификации у директора этого музея В. Х. Смирновой, ею, зачастую, даётся неправильная историческая информация экскурсантам. Из множества таких случаев достаточно отметить скандальную ситуацию в музее в августе 2012 г., когда музей посетила представительная делегация, презентующая новый туристический маршрут «Казачья подкова Алтая». Вот как эту ситуацию описывает участник делегации, атаман Алтайского отдельского казачьего общества В. И. Трутнев в своём официальном обращении к главе администрации Змеиногорского района (вх. № 2551 от 25.09.2012 г.): «Какое же было удивление участников, а с моей стороны явное возмущение, когда директор музея Смирнова В. Х. заявила о том, что в Змеиногорске казаков никогда не было, и присылались они только для карательных целей «пропустить сквозь строй провинившихся рабочих». А современные казаки – обыкновенные «ряженные». Не думаю, что такая трактовка истории Змеиногорска положительно повлияет на продвижение маршрута. Хотелось бы надеяться, что данные инциденты больше не повторятся...».

Стоит также добавить, что уникальный зал археологии Змеиногорского музея, созданный автором этих строк в 2006-2007 гг., в 2009 г. был испорчен: нарушена авторская концепция создания этого зала, исчезли с витрин некоторые экспонаты и тематический иллюстративный материал, а вместо этого размещен не имеющий отношения к древней и средневековой истории Рудного Алтая малозначимый материал, некоторые раннескифские материалы были перемещены в средневековые экспозиции, в палеолитические экспозиции (эпоха камня) помещен металлургический шлак. По этому залу проводятся некомпетентные экскурсии.

IV. Змеиногорский исторический некрополь. Сохранившиеся исторические некрополи являются не только свидетелями прошлого, памятниками мемориального искусства, но и ценными историческими источниками, объектами интеллектуального туризма. В Сибири со-

хранилось немного некрополей русского периода, имеющих историческое значение. Один из них в Змеиногорске. Здесь сохранилось около 100 дореволюционных погребений, среди которых выявлены надгробия, имеющие историческую значимость: вдовы П. К. Фролова – М. И. Фроловой, княжон А. Е. и Н. Е. Ротеевых, известных горных офицеров и купцов [1].

Из послереволюционных надгробий представляет несомненный интерес памятник с рериховской символикой Альфреду Петровичу Хейдоку (1892-1990 гг.). А. Ф. Хейдок – яркий представитель белой эмиграции, штабс-капитан армии А. В. Колчака, перед эмиграцией служил начальником амурской (Благовещенской) уездной милиции (1919 – нач. 1920 гг.). В эмиграции стал известным писателем-романтиком. В 1934 г. в Харбине встречался с Н. К. Рерихом, после чего стал его последователем. Преподавал в Харбинском медицинском колледже, Гиринском и Шанхайском университетах. В 1947 г. добровольно вернулся в СССР, отбыл заключение в советских концлагерях, полностью реабилитирован, с 1981 г. жил в Змеиногорске, где и умер в 1990 г. В Змеиногорске на доме, где жил А. Ф. Хейдок, ему установлена памятная доска.

Пока посещение туристами Змеиногорского исторического некрополя остаётся проблематичным ввиду его неблагоустроенности, отсутствия указателей. Кроме того, процесс уничтожения исторических погребений продолжается, так как хотя кладбище и закрыто, но нередко там до сих пор производятся захоронения. Охрану и использование этого памятника истории и культуры осложняет то, что он до сих пор не внесён в официальный список охраняемых государством объекта культурного наследия.



Таким образом, для успешной работы в области познавательного туризма экскурсоводы, музейные работники, пропагандисты историко-культурного наследия должны обладать достаточно высокой исторической и краеведческой квалификацией и постоянно совершенствовать свои знания, при необходимости сотрудничать с профессиональными историками и археологами. Необходимо осознание того, что некомпетентные экскурсии и лекции, а тем более публикации в области интеллектуального туризма приносят только вред, дискредитируют туризм и порождают фальсификации. Должны быть созданы условия для доступа к объектам туризма, все памятники историко-культурного наследия необходимо включить в списки охраняемых государством объектов историко-культурного наследия.

Список использованных источников:

1. **Алехин Ю. П.** Змеиногорский исторический некрополь как объект историко-познавательного туризма на Алтае // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2010): XII Международная научно-практическая конференция: сборник статей / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2010. – С. 122-125.

2. **Бородаев В. Б., Демин М. А., Контев А. В.** Рассказы по истории Алтайского края: Учебное пособие. – Ч. I. – Барнаул : Пикет, 1997. – 224 с.

3. **Бородаев В. Б., Контев А. В.** Возникновение российского сереброплавильного производства на Алтае и основание города Змеиногорска // Серебряный венец России (Очерки истории Змеиногорска). – Барнаул : Издание управления архивного дела администрации Алтайского края, 1999. – С. 73-127.

4. **Монсеев В. А.** Змеиногорский горно-металлургический комплекс в первой половине XIX века // Серебряный венец России (Очерки истории Змеиногорска). – 2-е изд., испр. и доп. – Барнаул : Издание управления архивного дела администрации Алтайского края, 2003. – С. 160-177.

5. **Сергеев А. Д.** Проблемы истории города Змеиногорска // Ползуновские чтения 1993 года. – Змеиногорск, 1993. – С. 37-47.

6. **Степанская Т. М.** Памятники архитектуры (Змеиногорский район) // Памятники истории и культуры юго-западных районов Алтайского края. – Барнаул : Изд-во Алтайского государственного университета, 1996. – С. 22-29.

7. **Степанская Т. М.** Архитектура города Змеиногорска второй половины XVIII-начала XX вв. // Серебряный венец России (Очерки истории Змеиногорска). – 2-е изд., испр. и доп. – Барнаул : издание управления архивного дела администрации Алтайского края, 2003. – С. 269-298.

8. **Целищева М. А.** Исторический центр г. Змеиногорска в конце XIX-начале XX в. // Ползуновский альманах. – № 2. – Барнаул, 2011. – С. 46-49.

ПРИРОДНЫЙ ПАРАТУРИЗМ И ЕГО ВИДЫ

И. В. Андреева, Н. Р. Андреев***

**Институт водных и экологических проблем СО РАН*

***Алтайская краевая специальная (коррекционная)
общеобразовательная школа III-IV вида*

Туризм как вид деятельности лиц с ограниченными возможностями является объектом изучения медицины, социологии, педагогики, психологии и рассматривается в контекстах содержания этих наук. В рамках географии чаще рассматриваются две формы инвалидного туризма: социальный, осуществляемый в рамках социальной поддержки граждан государством, и санаторно-курортный, представляющий со-

бой поездки граждан к местам отдыха с целью восстановления здоровья или лечения. В понятие «природный паратуризм» мы вкладываем принципиально иное значение.

Основываясь на обобщении многочисленных трактовок понятия туризм, в том числе официальной, закреплённой законодательно, а также учитывая особенности пространств, на которых нами рассматривается паратуристическая деятельность, мы определяем природный паратуризм как туристические (досуговые) поездки людей с ограниченными возможностями за пределы населённых пунктов и на значительные расстояния от них с длительным (не менее одной ночевки) пребыванием в природном пространстве (на природной, в незначительной степени трансформированной или с преобладанием признаков естественности территории), перемещением по специально разработанным или адаптированным маршрутам, инженерно подготовленным или не подготовленным поверхностям, с использованием специальных технических устройств или без них. Окружающие пространства при этом резко контрастируют с пространствами постоянного места жительства, а ритм деятельности, бытовая обстановка и образ жизни – с повседневными. В этих случаях перемещение паратуристов по маршруту в процессе осуществления туристической деятельности не связано с лечебными целями, а ориентировано на получение разноплановых (физических, информационных, эстетических, эмоциональных, социальных) впечатлений и соответствует категории «паратуристический поход».

Туризм инвалидов (паратуризм, доступный туризм и др.) в чистом виде не рассматривается ни одной наукой, не имеет надёжной нормативно-правовой поддержки, единичные теоретические работы затрагивают только отдельные аспекты проблемы. Поэтому при определении базовых положений природного паратуризма мы обращались к достижениям других наук и документам, регламентирующим различные сферы жизнедеятельности лиц с ограниченными возможностями. В частности, для установления категорий паратуристов и видов паратуризма нами использованы разработки спорта инвалидов, а именно паралимпийского спорта.

Для целей внутренней систематизации природного паратуризма заимствована применяемая в паралимпийском спорте медицинская классификация, устанавливающая группы и классы спортсменов, виды спорта и уровни сложности программ соревнований. Анализ функциональных особенностей спортсменов-инвалидов, определяющих характер и возможности передвижения и восприятия окружающих про-

странств, в том числе аналогичные процессам в туристско-рекреационной деятельности, позволил выделить пять категорий паратуристов по степени возрастания двигательных и сенсорных способностей:

I. Колясочники и ампутанты.

II. Лица с церебральным параличом и его последствиями, лица с ограничением функций конечностей.

III. Слепые и лица с нарушением зрения.

IV. Глухие, лица с нарушениями слуха и лица с нарушениями интеллекта.

V. Лица с заболеваниями внутренних органов.

Различия в степени функциональной независимости при осуществлении туристско-рекреационной деятельности стали основой дифференциации паратуристов на группы лиц:

а) требующих специальных средств для передвижения и переноса снаряжения, индивидуальных сопровождающих (максимальная зависимость);

б) самостоятельно передвигающихся, но требующих индивидуального сопровождения и средств для переноса снаряжения;

в) самостоятельно передвигающихся и переносящих снаряжение, но требующих специального сопровождения;

г) самостоятельно передвигающихся и переносящих снаряжение, не требующих специального (контактного) сопровождения (максимальная независимость).

Паратуристы категории II в зависимости от степени дееспособности могут быть отнесены к категории I. Лица с заболеваниями внутренних органов не являются фигурантами медицинской классификации спортсменов-паралимпийцев, но выделены в особую категорию паратуристов ввиду наличия отклонений в состоянии здоровья, не позволяющих в полной мере осуществлять программы обычных туристических маршрутов.

На основании рекомендаций по распределению параспортсменов на группы в соответствии с функционально-медицинскими классами в отдельных видах спорта нами отмечены виды адаптивного спорта, технически идентичные видам обычного туризма. Виды адаптивного спорта паралимпийской программы: велосипедный, парусный, конный, биатлон, горные лыжи, лыжные гонки, легкая атлетика, спортивное ориентирование, спортивный туризм соответствуют выделяемым видам паратуризма: велосипедному (доступен категории парату-

ристов III, IV), водному (II, III), конному (III), лыжному (III-V), пешему (III-V), спортивному (I-V).

Учитывая медико-социальные и функционально-сенсорные особенности паратуристов, данные виды туризма необходимо рассматривать в рамках спортивно-оздоровительного направления, а параметры значимых для них критериев в пределах, не превышающих значения и определяющие границы I категории сложности ординарных туристических маршрутов. Исключение составляет спортивный туризм – вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах, включающих преодоление категорированных препятствий в природной среде (перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер и пр.) или на искусственном рельефе. Спортивный туризм является паралимпийским видом спорта, но за рамками соревновательных мероприятий в полном содержательном объеме может рассматриваться как отдельный вид природного паратуризма, отличающийся от других видов паратуризма более высоким уровнем физических нагрузок и большей сложностью маршрутов. Таким образом, понятие спортивный паратуризм объединяет все виды паратуризма в рамках маршрутов со сложностью выше I категории.

Считаем необходимым различать ситуации, когда участие лиц с ограниченными возможностями в туристической деятельности является признаком паратуризма, а когда – нет. Случаи, когда в туристическом походе (поездке), осуществляемом людьми с ординарным здоровьем, участвуют одно или нескольких лиц с ограниченными возможностями, маршрут и набор трудностей рассчитывается и планируется с ориентацией на здоровое большинство участников, инвалиды заведомо находятся в «буксируемом» положении, не относятся к паратуризму. Поход может считаться паратуристическим только в том случае, если заведомо спланирован с учетом возможностей инвалидов, их требований к параметрическим характеристикам территории и ориентирован на максимально активное участие паратуристов в его процессе. Доля паратуристов в общей численности группы при этом должна составлять не менее 50 %. Последнее относится к случаям, когда для каждого паратуриста требуется индивидуальный сопровождающий.

Исследования поддержаны грантом Российского гуманитарного научного фонда № 13-16-22001.

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Т. А. Юрзина

Кемеровский государственный университет

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, направленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. Туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивает развитие малого предпринимательства в малых городах, районах и моногородах, способствует росту доходов населения. Туризм воздействует на развитие смежных отраслей: транспорт, связь, общественное питание, сельское хозяйство, пищевая промышленность, услуги в сфере развлечений и отдыха, торговля, бытовые услуги и другое.

Экономическое сближение субъектов туристской индустрии обеспечивает эффективность, конкурентоспособность и развитие инновационной деятельности. Такую возможность предоставляет кластерная форма организации хозяйственной деятельности.

К туристским кластерам относятся группы предприятий, сконцентрированных географически в пределах региона, которые совместно используют туристские ресурсы, инфраструктуру, локальные рынки труда, осуществляют маркетинговую и рекламно-информационную деятельность [1].

Кластерная теория была предложена А. Маршаллом, а терминология кластера введена в XX в. М. Портером.

М. Портер трактует кластер как сосредоточение в географическом регионе взаимосвязанных предприятий и учреждений в пределах отдельной отрасли. Традиционно кластерный подход использовался применительно к промышленному производству. В индустрии туризма кластерные исследования практически отсутствуют и только начинают приобретать популярность.

Построение в условиях развивающейся экономики туристического кластера может стать толчком к улучшению инфраструктуры и рассредоточению экономической деятельности [6].

В экономической литературе кластер определяется как индустриальный комплекс, сформировавшийся на основе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, основных производителей и потребителей, связанных технологической цепочкой.

В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости поставщиков: транспортных компаний, средств размещения, предприятий досуга и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты) и самих покупателей-туристов. Во время пребывания посетителя в туристском центре задействовано 30-50 разных фирм, начиная с экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и другое. Основная суть кластера состоит в сочетании кооперации и конкуренции. Конкурентные отношения складываются как внутри туристского кластера, между входящими в него фирмами, так и вне его, с другими кластерами [8].

Кемеровская область располагает мощными природно-рекреационными и историко-культурными ресурсами, которые могут стать целью приезда туристов из других субъектов Российской Федерации и зарубежных государств. Развитие индустрии отдыха и туризма имеет ярко выраженную социальную направленность и должно стать одной из важнейших региональных точек роста нашей территории.

В качестве основных предпосылок формирования туристско-рекреационного кластера в Кемеровской области можно отметить следующие:

- благоприятное экономико-географическое положение;
- богатый природно-рекреационный и культурно-исторический потенциал территории;
- развитая промышленность, открывающая возможность для развития экскурсионно-туристской деятельности с индустриальным уклоном;
- существование системы подготовки кадров для обеспечения туристской отрасли – наличие высших учебных заведений, которые готовят специалистов для сферы туризма и гостеприимства;
- транспортная доступность Кемеровской области;
- законодательная база и государственная поддержка, регулирующая туристскую деятельность;
- региональные целевые программы развития туризма как в области в целом, так и в отдельных муниципальных образованиях (присвоение статуса приоритетных туристско-рекреационных зон наиболее перспективным территориям для развития туризма).

В качестве механизма привлечения в Кемеровскую область крупных инвесторов и внедрения передовых технологий используется механизм региональных зон экономического благоприятствования. Од-

ним из четырех типов зон, действующих в Кемеровской области, является зона туристско-рекреационного типа в Таштагольском муниципальном районе [4], [5].

Для участников такой зоны вводятся упрощенные административные процедуры, гарантированный доступ к необходимой инфраструктуре, пакет мер финансовой и нефинансовой поддержки, преференции субъектам малого бизнеса, устанавливаются конкретные обязательства каждого участника по объему инвестиций, числу создаваемых рабочих мест, пополнению доходной части бюджета и т. д. [2], [3].

Развитие внутреннего и въездного туризма является основным приоритетом государственной поддержки и регулирования в Кемеровской области. Приоритетными для региона видами внутреннего и въездного туризма являются: горнолыжный, культурно-исторический, спортивный, лечебно-оздоровительный, сельский, деловой туризм, снегоходный, приключенческий и экологический туризм.

Поскольку природно-климатические и географические условия региона более благоприятны для развития зимних видов отдыха, то в первую очередь целесообразно формировать горнолыжный межрегиональный кластер и туристско-рекреационные зоны активного туризма (снегоходный, спортивный, приключенческий).

Среди таких зон активного туризма уже сейчас выделяются туристские комплексы «Танай» (Промышленновский муниципальный район) и «Горная Саланга» (Тисульский район), ориентированные на семейный отдых, спортивно-туристский комплекс «Шерегеш» (Таштагольский район) – центр молодежного отдыха, экстремальных видов спорта и профессиональной спортивной подготовки, туркомплекс «Поднебесные зубья» (Междуреченский район) ориентирован на развитие спортивного, экологического и приключенческого туризма. Приоритеты в развитии данных зон обоснованы достаточно развитой инфраструктурой и освоенностью данных территорий.

С целью создания условий для устойчивого экономического роста и повышения привлекательности региона как туристского направления, улучшения уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг в Кемеровской области разработана и утверждена «Стратегия развития туризма в Кемеровской области до 2025 года» (распоряжение администрации Кемеровской области от 1 марта 2013 года № 194-р) [7].

Целью стратегии является формирование в Кемеровской области современного конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса, обеспечивающего широкие возможности для роста внутреннего

и внешнего туристских потоков, развитие туристской инфраструктуры, обеспечивающей потребности населения в качественном отдыхе.

Реализация стратегии будет проводиться с 2013 года по 2025 год в три этапа:

Первый этап (2013-2015 гг.) направлен на взаимодействие федеральных органов исполнительной власти, исполнительных органов государственной власти Кемеровской области, органов местного самоуправления, общественных туристских организаций и образовательных учреждений, а также субъектов туристской инфраструктуры для повышения уровня качества услуг в действующих предприятиях туристской отрасли, стимулирования динамики роста въездного и внутреннего туристского потока, создания условия для дальнейшего повышения объемов инвестиций в отрасль.

Второй этап (2016-2020 гг.) состоит в максимизации возможного потока инвестиционных средств за счет модернизации существующих и строительства новых объектов туристской и сопутствующей инфраструктуры, поддержание благоприятных экономических условий для развития туристско-рекреационного потенциала в Кемеровской области.

Третий этап (2021-2025 гг.) направлен на закрепление модели кластерного развития туризма, активизацию развития новых зон туризма, а также получение результатов от вложенных инвестиций с целью повышения эффективности работы туристских предприятий малого бизнеса, повышения производительности труда и налоговой отдачи в отрасли.

Одной из задач стратегии является формирование и развитие Западно-Сибирского горнолыжного кластера.

Основным ядром горнолыжного кластера должны стать туристские ресурсы (горные системы Горной Шории, Кузнецкого Алатау, Салаирского кряжа и другие объекты), пригодные по своим характеристикам для развития горнолыжного туризма, сконцентрированные в туристических зонах. Вторым ядром кластера является туристская инфраструктура (коллективные средства размещения, подъемники, горнолыжные трассы и трамплины, объекты проката специализированного оборудования и инвентаря и другие объекты), позволяющая на основе туристских ресурсов производить туристический продукт (услуги по размещению, питанию, прокату, подъему на гору, инструктажу, проведению спортивных соревнований и другие).

География кластера включает действующие и развивающиеся горнолыжные комплексы (курорты), зоны развития горнолыжного туризма

в Кемеровской области, Алтайском крае, Республике Алтай, Красноярском крае, Республике Хакасия и др.

Цель создания кластера состоит в повышении конкурентоспособности и потенциала предприятий туристской и сопутствующих отраслей, увеличении объемов туристского потока, эффективном развитии малого и среднего бизнеса, содействии отдельных муниципальных образований (Таштагольский и Промышленновский муниципальные районы, Тисульский район).

В работе кластера могут быть задействованы предприятия следующих отраслей:

- финансовые услуги (банковские, страхование);
- деловые услуги;
- образование и наука;
- коммунальные услуги;
- общественное питание;
- управление недвижимостью;
- издательская деятельность и полиграфия;
- оптовая и розничная торговля;
- автосервис и автостоянки;
- система обеспечения безопасности туристов;
- техническое обслуживание транспортных средств и подъемных сооружений и др.

Среди основных проблем, существующих в туристской сфере Кемеровской области и препятствующих развитию туристского кластера, можно отметить: несформированность имиджа Кузбасса как туристского региона, невысокий общий уровень сервиса, нехватка гостиниц, небольшое число прямых авиарейсов, недостаточное количество инвестиционных средств. Эти ограничения на данный момент не позволяют реализовывать весь заложенный потенциал Кемеровской области как туристского центра.

Согласно стратегии для координации процесса развития туризма в регионе и формирования туристского кластера планируется создание государственного автономного учреждения «Кузбасское агентство развития туризма» при департаменте молодежной политики и спорта Кемеровской области.

Таким образом, формирование туристско-рекреационного кластера, основанного на имеющемся в регионе потенциале, и становление туристской отрасли является приоритетным направлением развития экономики Кемеровской области, который обеспечит значительный вклад в социально-экономическое развитие региона.

Список использованных источников:

1. **Бенько Е. В.** Направления и методы государственного регулирования туристско-рекреационной сферы в регионе // *Экономические науки*. – 2011. – № 1(74). – С. 218-222.
2. О налоговых ставках при применении упрощенной системы налогообложения: Закон Кемеровской области от 26 ноября 2008 г. № 99-ОЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ako.ru>.
3. О налоговых льготах субъектам инвестиционной, инновационной и производственной деятельности, управляющим организациям технопарков, резидентам технопарков, управляющим компаниям зон экономического благоприятствования и участникам зон экономического благоприятствования: Закон Кемеровской области от 26 ноября 2008 г. № 101-ОЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ako.ru>.
4. О мерах по реализации Закона Кемеровской области от 8 июля 2010 г. № 87-ОЗ «О зонах экономического благоприятствования: Постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 19 октября 2010 г. № 451. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ako.ru>.
5. О зонах экономического благоприятствования: Закон Кемеровской области от 8 июля 2010 г. № 87-ОЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ako.ru>.
6. **Портрер М.** Конкуренция – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002.
7. Стратегия развития туризма в Кемеровской области до 2025 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ako.ru>.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЗАБАЙКАЛЬСКОМ КРАЕ

Н. М. Ковалева

Забайкальский государственный университет, г. Чита

Туризм для многих стран мира сегодня – перспективная отрасль экономики, в которой заинтересован крупный корпоративный бизнес, представители частных фирм и государственных ведомств, местные жители, оказывающие услуги непосредственно на месте. Ясно, что на этом рынке Забайкалье, даже обладая достаточно богатым природным

и историко-культурным потенциалом, не может конкурировать с уже раскрученными странами и регионами.

Как и любая другая сфера хозяйственной деятельности, индустрия туризма является весьма сложной системой, степень развития которой зависит от степени развития экономики страны в целом.

Если раньше туризм служил для познания новых стран и расширения кругозора туриста, то сегодня эта отрасль многолика; появились всевозможные новые, зачастую неожиданные виды туризма. Сегодня многие иностранные туристы желают также окунуться в национальную атмосферу, непосредственно почувствовать быт и культуру народа через участие в жизни семьи или деревни. Так возник этнографический туризм, основанный на интересе туристов к подлинной жизни народов, ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством и культурой. Этот вид туризма интересен уже сегодня и будет востребован в будущем в связи с его уникальностью и неповторимостью, так как в настоящее время этническое разнообразие сокращается со скоростью, соизмеримой с темпами утраты биологического разнообразия.

Этнографический туризм может рассматриваться как одно из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства. Развитие такого туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий проживания.[2].

Этнографический туризм (этнотуризм) имеет своей целью ознакомление с бытом, культурой, традициями и обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой. Развитие этнографического туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий проживания. Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека [1].

Проекты, разработанные туристическими компаниями, в рамках этнографического туризма, предлагают туристам и гостям страны в любое время года интересную программу отдыха с уникальной возможностью знакомства с нерастроченной культурой, традициями и бытом коренных народов, включая посещение национальных домов, проживание в семьях различных национальностей, участие в народных праздниках и гуляниях, ознакомление с местными народными промыслами, прикладным искусством и т. д.

Этнографический туризм может рассматриваться как одно из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства. Развитие этнографического туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий проживания.

К сожалению, существует тенденция, при которой из-за неожиданно быстрого и глобального скачка в развитии современного туризма зачастую наблюдается дефицит профессионалов, способных удовлетворить запросы этого успешно развивающегося направления, в том числе и в области этнографического туризма. В селах, где уже есть или планируются этнографические туристские маршруты, люди нуждаются в профессиональной поддержке с организацией туризма, не приносящего ущерба окружающей среде, содействующего экономическому и культурному развитию села, тренингах для персонала по процедуре визовой поддержки и регистрации иностранных гостей и туристов, обучению навыкам эффективной рекламы и продвижению своего туристического продукта на международный рынок.

Для того чтобы привлечь туристов, необходимо иметь не только современную инфраструктуру и стабильную политическую ситуацию в стране, но и представить туристский продукт, которого нет у других, а если есть, то в недостаточном количестве, или, говоря проще, иметь «магниты», притягивающие путешественников. Одним из таких механизмов, который привлекает туристов в Восточное Забайкалье, является этнографический туризм. Потенциал для его развития представлен довольно-таки ярко – это и культура старообрядцев, которая сохранила свои исторические корни, со своими уникальными культурными традициями, и яркая культура казачества, поскольку Забайкалье на протяжении долгих лет является одним из представителей развития этой формы, и бурятские и эвенкийские самобытные культуры.

Актуальность организации этнографического туризма в регионе обусловлена необходимостью максимального использования туристского потенциала Забайкалья. Отличительной чертой данного вида туризма является то, что он может быть очень интересен практически для любой категории туристов. Как для иностранцев, так и для граждан России, как для молодых людей, интересующихся историей, традициями и бытом своих предков, так и для более возрастной категории туристов, имеющих различную мотивацию.

Сегодня особый интерес, с точки зрения этнографического туризма, представляет культура старообрядцев («семейских»), так как они долгое время вели закрытый образ жизни, и изучение ее традиций, быта,

обычаев началось сравнительно недавно. Кроме того, по Уставу Забайкальского края «семейские» находятся под особой охраной, а Комитетом Организации Объединенных наций по делам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) включены в список «Шедевры устного и нематериального наследия». Поэтому мы считаем, что знакомство с уникальной историей и культурой данного народа – сильнейший побудительный туристский мотив в выборе путешествия и один из источников развития внутреннего и въездного туризма в Забайкалье.

В Забайкальском крае в настоящее время с историей и бытом старообрядцев можно познакомиться в селах Красночикоийского района (Гутай, Архангельск, Малоархангельское), а также в краеведческих музеях сел Красный Чикой, Урлук, Захарово и др. [3].

Для знакомства туристов с традиционным искусством этнической группы старообрядцев создается усадьба крестьянина-семейского в селе Архангельское, жители которого и стали инициаторами создания усадьбы. Сама усадьба должна будет показать культуру «Семейских» в реальных, приближенных исторически и географически к оригиналу, условиях. Основу экспозиции составила личная коллекция Родионовой Надежды Николаевны, она и стала смотрителем Дома-усадьбы крестьянина-семейского [2]. Целью создания усадьбы является подробное изучение и показ быта, хозяйственного уклада.

Таким образом, из всего выше сказанного можно сделать вывод о том, что этнографический туризм способствует улучшению жизни и самих семей, принимающих у себя туристов, а включение местного населения в прием туристов вызывает у него заинтересованность в сохранении собственных традиций и охране природы родного края. Производство и реализация визитерам изделий ремесел и кустарного производства – это, кроме того, надежный источник материального благополучия местного населения.

Забайкалье обладает большим потенциалом для развития этнографического туризма, но он не используется в полной мере ввиду того, что уже существующий ассортимент предложенных этнографических туров недостаточно велик, поэтому мы считаем, что необходимо разрабатывать дополнительные маршруты.

Список использованных источников:

1. **Зорин И. В.** Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 374 с.
2. **Ковынева Л. В.** Этнографический туризм как фактор стабилизации экономики на территориях традиционного природопользования /

Л. В. Ковынева // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2009. – № 5. – С. 38-41.

3. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область, в 4 томах. – «Наука» Сибирская издательская фирма РАН, 2006.

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

Т. С. Добрыднева

Алтайский государственный университет

В настоящее время отрасль туризма определена как одна из приоритетных сфер развития российской экономики. Основным инструментом государственной политики в этой сфере деятельности является разработка и реализация целевых программ и проектов, осуществляемых на принципах государственно-частного партнерства и призванных консолидировать действия всех органов власти, бизнеса, научных и общественных организаций и направленные на развитие туристской привлекательности регионов. В настоящее время в подавляющем количестве субъектов РФ уже приняты среднесрочные целевые региональные программы развития туризма, в других они находятся на стадии разработки.

Однако несмотря на значительные усилия, предпринимаемые органами власти всех уровней, ситуация в туротрасли остается сложной. Особую тревогу вызывает динамика развития туризма. Так, за 2007-2011 годы число туристов, обслуженных алтайскими турфирмами по территории России, сократилось в 1,8 раза, в то время как рост по зарубежным странам составил 2,6 раза. За этот же период число реализованных путевок по РФ сократилось в 2,6 раза, а рост реализации их по зарубежным странам составил 1,95 раза. Произведя несложные расчеты, можно увидеть, что средняя стоимость путевки на территории РФ увеличилась с 5916 руб до 19284 руб, т. е. в 3,3 раза, а стоимость зарубежных туров в 1,6 раза, с 38988 руб. до 63200 руб. [1].

Очевидно, что низкий платежеспособный спрос жителей нашего края, а также рост цен на услуги внутреннего туризма, происходящий более высокими темпами, чем на зарубежные туры (более чем в 2 раза), при общем невысоком уровне их качества приводит к снижению спроса на туристические услуги внутреннего рынка. В этих непростых сложившихся условиях актуальным становится развитие таких видов туруслуг, которые бы выделялись невысокими ценами и хорошим

уровнем качества, каковыми вполне могут быть услуги сельского туризма.

Следует отметить, что общепринятого устоявшегося определения сельского туризма до настоящего времени не сформировалось. В существующих федеральных законодательных актах, регулирующих деятельность в сфере туризма, отсутствует само понятие «сельский туризм». Не ставя целью выработку строгого определения сельского туризма, в качестве рабочего понятия будем понимать его как оказание туристских услуг, осуществляемое в сельской местности частными предпринимателями на базе сельской усадьбы. При этом туристу предоставляется комплексный продукт по полноценному и интересному проживанию, отдыху, активной и познавательной деятельности.

Сельский туризм считается перспективным направлением развития туристской отрасли в целом, актуальным для привлечения как внутренних, так и зарубежных туристов. В большинстве европейских стран он является объектом государственной и региональной поддержки. В России же Алтайский край явился первым регионом, разработавшим и принявшим в 2009 году ведомственную целевую программу «Развитие сельского туризма в Алтайском крае на 2009-2012 годы». Общая сумма собственных и кредитных ресурсов участников программы по сельскому туризму составляет около 90 млн. руб. В 13 районах края утверждены муниципальные программы по развитию сельского туризма. В настоящее время сельский туризм активно развивается в Алтайском, Солонешенском, Краснощековском, Чарышском, Змеиногорском, Красногорском, Смоленском, Курьинском районах. Ведется активная работа по созданию новых объектов сельского туризма в границах новых маршрутов «Малое Золотое кольцо Алтая», «Большое Золотое кольцо Алтая», «Казачья подкова Алтая» и др.

Дальнейшие возможности развития сельского туризма открывают принятые краевые целевые программы «Развитие туризма в Алтайском крае на 2011-2016 гг.» и «Устойчивое развитие сельских территорий Алтайского края на 2011-2016 гг.». Получены уже некоторые результаты. Так, в начале действия программы услуги сельского туризма оказывали 46 владельцев сельских гостевых усадеб, в 2011 г. их число выросло до 150. По официальным данным за летний сезон 2011 г. ими было обслужено около 30000 отдыхающих. Средняя выручка на усадьбу на 2012 г. прогнозировалась на уровне 120 тыс. руб. [1, с.18].

В масштабах туристской отрасли Алтая это немного, но достаточно для того, чтобы осмысливать накапливающийся опыт, делать выводы и разрабатывать более эффективные методы действий. Даль-

нейшее развитие сельского туризма, являющегося составной частью отрасли, связано со множеством факторов, которые действуют на отраслевом уровне, большая часть из них так или иначе обсуждается в научном и бизнес-сообществе, органами государственной власти. Однако маркетинговым факторам, действующим преимущественно на микроуровне, которые в значительной мере должны быть учитываемы владельцами сельских усадеб, не уделяется должного внимания. Большинство людей, желающих заниматься сельским туризмом, не имеют необходимых маркетинговых знаний и навыков для этого вида деятельности.

Что же из маркетингового инструментария в первую очередь можно порекомендовать как наиболее доступное для операторов сельского туризма? Рассмотрим некоторые принципиальные моменты, без учета которых об эффективном маркетинге говорить не приходится.

Один из основных принципов маркетинга – необходимость дифференцированного подхода к рынку. По нашему мнению, рынок сельского туризма находится в настоящее время в состоянии перехода от массового к целевому маркетингу. Уже можно заметить, что предлагаемый продукт начинает дифференцироваться, но дифференцированное предложение адресуется все еще всему рынку в целом. Т. е. в предложениях усадеб можно заметить различные акценты на определенные виды отдыха и элементы специфических уникальных предложений, однако эти предложения делаются для всех, и лишь единичные предложения создаются для отдельных групп или сегментов потребителей.

Можно заметить, что дифференциация в сельском туризме идет по следующим направлениям: цене, комфортабельности проживания, ассортименту предоставляемых услуг. То есть турпродукт сельской усадьбы формируется пока еще исходя не из представлений и запросов потребителя, а из представлений и возможностей производителей турпродукта – владельцев усадеб – о потребностях потребителей. Конечно, эти представления возникают на основе опыта работы с клиентом и интуиции, однако этого недостаточно, а глубоких маркетинговых исследований в данной области не проводилось.

От дифференциации продукта необходимо переходить к дифференциации самого рынка, т. е. определению четких групп потребителей с одинаковыми потребностями в отношении данного туристического продукта. Эту задачу решает процедура сегментации рынка, являющаяся в маркетинге одной из самых сложных, поскольку не поддается строгой формализации. В любом случае необходимы информация

о рынке, исследования социально-психологического портрета потребителей, предпочтений, мотивации, требований к турпродукту (качеству и ценам), информированности потребителей и др. Конечной целью сегментации является необходимость обеспечения адресности продукта.

В условиях ограниченных финансовых ресурсов сельской усадьбы можно рекомендовать стратегию концентрированного маркетинга, которая предполагает концентрацию на одном сегменте, например для любителей активных туров, познавательных и др.

После определения целевых сегментов следующим обязательным инструментом является определение позиционирования. Объектом позиционирования должны быть не конкретные турпродукты, а сама сельская усадьба, имеющая определенный профиль. Грамотное позиционирование позволит обеспечить лучшую конкурентную позицию отдельной усадьбы. В сельском туризме можно применять различные его способы – по уникальным особенностям продукта или природы; типу отдыха (для семейного отдыха, любителям активного отдыха, поклонникам экстремального, для охоты и рыбалки и др.); целевой группе (молодежь, семья и др.); соотношению цена – комфорт. Интересным и перспективным может быть такой вид, как отдых с целью лечения. Нужно заметить также, что услуги требуют более сложных приемов позиционирования, чем товары, учитывающие разные критерии принятия потребителями решения о покупке.

Грамотное позиционирование является основой эффективного продвижения сельской усадьбы. Иначе говоря, определившись с вопросом «почему мою усадьбу должны предпочесть, чем мое предложение лучше других», мы получаем объект для продвижения – рыночное предложение. С помощью средств продвижения – рекламы, PR, выставок, личных продаж и других – предложение адресно доносится до сознания целевых потребителей. Здесь важны оптимальный выбор средств продвижения и содержание обращения, отражающее выбранную позицию. Это требование общеизвестно, однако на практике в силу разных причин редко реализуемо. Не часто можно встретить рекламные материалы, в которых бы четко отражалась и реализовывалась маркетинговая позиция усадьбы. Но такая четкая ориентация продвижения на заявленную позицию позволяет, помимо прочего, эффективнее использовать бюджет продвижения.

Этот же фактор ограниченности средств требует разработки интегрированной маркетинговой кампании по продвижению сельской усадьбы путем более тесной интеграции всех средств продвижения.

Все средства должны работать на создание единого узнаваемого образа усадьбы, начиная от разработки сайта, его наполнения и обновления, прямой рекламы и заканчивая полиграфической и сувенирной продукцией, дополняя друг друга и формируя его узнавание и запоминание.

Таковы, на наш взгляд, те первоочередные направления, по которым должна будет развиваться маркетинговая деятельность сельских усадеб и которые необходимо учитывать при разработке программ поддержки сельского туризма.

Список использованных источников:

1. Основные показатели деятельности туристских фирм [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. URL : <http://ak.gks.ru/DocLib9/Основные%20показатели/kult4.htm> (дата обращения 28.04.2013).

2. Гости приносят солидный доход // Алтайский край: город и село. – № 3. – 2012.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

*Н. С. Мамешина, А. В. Кротов,
Алтайский государственный университет*

Казахстан – государство, располагающееся в центре Евразии, большая часть которого относится к Азии, а совсем небольшая – к Европе. Государство на всем протяжении своего исторического пути было транзитным районом для окружавших его стран и народов. Республика занимает срединное, приграничное положение, которое дает возможности для развития туристской отрасли. Казахи являются представителями южно-сибирской (туранской) расы, которая занимает переходное положение между европеоидной и монголоидной расами. Большой интерес для туристов вызывает фенотип казахстанского населения. В стране проживают представители порядка 120 этносов и народностей.

В Казахстане сложился крупный народнохозяйственный комплекс и прежде всего – топливно-энергетический, металлургический, нефтехимический, машиностроительный, агропромышленный.

Главная отрасль сельского хозяйства – животноводство. В Казахстане получили развитие и такие отрасли, как коневодство, верблюдоводство и овцеводство, так как это пастбищное скотоводство. Продук-

ция животноводства в значительной степени экологически чистая, за исключением зоны Байконура, Семипалатинска и некоторых горно-промышленных ареалов. Главная отрасль земледелия страны – зерновое хозяйство [1].

Сельское хозяйство имеет особое значение для развития туристской отрасли. Ведь именно местная продукция востребована путешественниками, которые хотят попробовать аутентичные продукты питания. Для туристов наиболее известны яблоневые сады сорта апорт в районе Алматинской области. Данный сорт яблок получил всеобщее признание за крупные, красивые и вкусные плоды. Алматинский апорт считается одним из символов Южной столицы Казахстана.

В последнее время в мире большинство стран с сырьевым характером экономики стремятся к развитию новых экспортных отраслей в международном географическом разделении труда. Прежде всего, это отрасли в сфере услуг, которые не так зависимы от конъюнктуры цен.

При приобретении независимости возникло стремление развивать и сервисные отрасли в Казахстане, в число которых входит туризм. Тем более в республике есть достаточно предпосылок для развития туристской отрасли.

По площади территории страна занимает 9 место среди крупнейших государств мира (2 млн 724,9 тыс. км²). Общая протяженность границ составляет почти 12,2 тыс. км, в том числе 600 км приходится на морскую границу по Каспийскому морю. Данное государство имеет самую длинную непрерывную сухопутную границу с Россией. Но более выраженной оказывается граница с Киргизией [2].

Мы проанализировали основные предпосылки для развития туризма в Казахстане и смогли выделить главные составляющие. Кроме огромной территории, которая сама по себе ценна для путешественников, страна имеет много интересного.

По территории казахстанской степи проходил Великий Шелковый путь, который функционировал вплоть до XIV века. На его протяжении возникали города и целые цивилизации. Вдоль пути шумели разноязычные, восточные базары, по караванным дорогам везли купцы для продажи драгоценные камни и тонкие шелка, пряности и красители, золото и серебро, экзотичных птиц и зверей, которые пользовались популярностью у иностранцев.

В Казахстане на продукты питания и проживании сформировались относительно невысокие цены, в том числе в старой и новой столице. Это выгодно для европейцев и туристов из развитых стран.

Также сохранилась самобытная национальная кухня, которая

востребована путешественниками. Тем более, что сейчас актуальны туры для гурманов.

Помимо этого, немаловажную роль в развитии туристской отрасли играет наличие свободной рабочей силы, а она пока есть. В стране безработица составляет около 5 %. Отрасль гостеприимства и досуга – важный фактор роста туризма в республике. И в отличие от инновационных отраслей, туристская сфера легче справляется с конкуренцией.

Если для туристов наличие культурно-исторического наследия республики кажется недостаточным для принятия решения поехать в эту страну, то нельзя такого сказать о природно-географической составляющей.

На территории республики находится несколько крупных горных массивов. Один из них – пик Хан-Тенгри (хребет Сарыжаз), высота которого около 7000 м над уровнем моря. Мраморная вершина в виде идеальной остроконечной пирамиды видна почти отовсюду.

Вызывает интерес и гора Белуха, достигающая высоты 4506 м. Это наивысшая точка Сибири и Алтая. Но со стороны Казахстана вершина имеет наиболее красивый вид и близко расположенные автодороги, что является положительным фактором для привлечения туристов.

Также доступным и часто посещаемым туристами местом является Большое Алматинское ущелье. От города в ущелье первые семь километров идет асфальтированная дорога. А к Большому Алматинскому озеру ведет очень крутая дорога, которая с поймы реки выходит на крутой восточный склон. На высоте 2500 м над уровнем моря раскинулось озеро, очень холодное, глубиной до 38 м с кристально чистой, ледниковой сине-светло-зелёной водой в ясную погоду. Вокруг озера совершенно дикая своеобразная красота, которая привлекает отдыхающих: морены, осыпи, скалы, стройные тянь-шаньские ели.

Кроме того, в Казахстане имеется несколько тысяч озер. Большая часть из них сосредоточена на севере, но самые крупные (Балхаш, Зайсан, Алаколь) располагаются в восточных и юго-восточных районах.

Балхаш – бессточное озеро, расположенное в Балхаш-Алакольской котловине. Тринадцатое в списке крупнейших озер в мире. Это уникальное озеро, восточная часть которого соленая, а западная – пресная. Природа Прибалхашья удивительна и полна контрастов. Водоёмы Иле-Балхашского бассейна являются одними из наиболее значимых с точки зрения разнообразия флоры и фауны. Когда-то в тростниковых чащах южного Прибалхашья властвовал туранский тигр, последние особи которого были отстреляны в 30-е годы прошлого века. Это озеро интересно и посещается туристами.

Арал – бессточное соленое озеро-море. Не так давно было четвертым по величине озером в мире, славилось богатейшими природными запасами, а зона Приаралья считалась процветающей и биологически богатой природной средой. Однако из-за неразумной деятельности человека море потеряло три четверти водного объема, разделившись на две части – Большой Арал и Малый Арал, а площадь поверхности сократилась более чем наполовину. Поэтому, как исчезающий природный объект, Арал вызывает интерес у путешественников.

Алаколь (Пестрое озеро) – одно из уникальнейших озер в республике, расположенное на границе Алматинской и Восточно-Казахстанской областей. Алаколь – настоящее бессточное море в степи. Озеро питается водами впадающих в него рек и стекающей водой из озер Сасыкколь и Кошкарколь. Берега озера весьма разнообразны и представляют большой интерес для водных прогулок. Они отлогие, глинистые и песчаные. Помимо пляжей береговая линия представлена песчаными и галечниковыми косами и островами. В понижениях имеются выходы грунтовых вод, в которых расположены многочисленные лагунные озера – Бесколь, Онагаш. На западном побережье Алаколя, среди тростниковых массивов, в урочище Горький ключ находится два почти высохших соленых озера, грязевый раствор которых считается целебным и используется населением для лечения различных заболеваний, в первую очередь опорно-двигательного аппарата.

Привлекательным объектом для туристов является Бухтарминское водохранилище. Водоохранилище, образованное плотиной Бухтарминской ГЭС на р. Иртыше. Оно состоит из 2 участков: по долине реки Иртыш и озера Зайсан, на месте которого образовался широкий плёс. Бухтарма является излюбленным местом отдыха как для жителей России и других стран, так и для многих казахстанцев.

Западную часть Казахстана омывает Каспийское море. Это самое большое озеро в мире, которое называли морем за размеры. Эта курортная местность привлекает тысячи туристов со всего света своими запovedными краями и плавучими островами. Каспийское взморье легендарно своими песчаными дюнами и необыкновенным растительным и животным миром. Здесь можно встретить обитателей как соленых, так и пресных водоемов. Для отдыхающих положительным фактором является то, что прибрежная зона Каспия имеет ровный пологий склон, а купальный сезон длится свыше четырех месяцев.

Обширные пространства республики занимают полупустыни, постепенно переходящие в пустыни, которые являются самыми северными на Земле. Они представляют большой интерес в качестве тури-

стского объекта, так как на сравнительно небольшом пространстве можно наблюдать и ощутить на себе своеобразную жизнь пустынь.

Рассмотрим Поющий бархан. Это государственный ландшафтный памятник природы – излюбленное место посещения туристов. Он расположен между горами Киши и Улкен-Калканы. Загадкой остается происхождение неестественного для здешней скалисто-степной местности песчаного бархана. Звуки, которые в сухую погоду издает песчаная гора высотой 150 м, вызывают интерес у путешественников.

Но несмотря на достаточное количество привлекательных природных объектов, для развития туристской отрасли необходимы инвестиции в инфраструктуру и рекламу региона. А государственная поддержка туристской отрасли в Казахстане не самая значительная, и законодательная база пока не достаточно проработана.

Государство только начинает поддерживать сферу туризма как перспективную отрасль для страны, но инфраструктура находится на том уровне, который был заложен еще во время Советского Союза. Одним из самых серьезных ограничительных факторов в туристском бизнесе являются низкие возможности материальной базы индустрии туризма.

Средняя плотность населения в Казахстане одна из самых маленьких в СНГ (5,5 человека на 1 км²). Очевидно, что при такой заселенности страны и ВВП на душу населения автодороги не могут соответствовать стандартам развитой страны и нуждаются в реконструкции и капитальном ремонте. Наряду с состоянием средств размещения, желает оставлять лучшего и состояние транспорта, которым обеспечивают большинство туров по стране. Основной массе туристов предлагается перемещение на автобусах междугороднего сообщения, которые не очень комфортабельны. Но в отличие от автодорог, автобусы можно приобрести, если будет поток туристов, который оправдает расходы на приобретение транспорта. По нашему мнению, наиболее удобен для передвижения туристов по стране железнодорожный транспорт. Он отличается дешевизной по сравнению с авто- и авиаперевозками, хорошей скоростью доставки, надежностью и регулярностью перевозок, а также позволяет без больших затрат времени передвигаться в ночное время, что удобно для отдыхающих.

Помимо этого, слабо развита реклама государства как туристского объекта за рубежом, в большинстве случаев туристы или едут туда к своим родственникам, или в командировки. Для информирования туристов о Казахстане как о туристском объекте следовало бы использовать нетривиальные способы. Например, после показов таких филь-

мов, как «Храброе сердце» и «Властелин колец», реальный поток туристов в Шотландию и Новую Зеландию значительно увеличился. Правда, снятый в 2005 г. фильм «Кочевник» об истории Казахстана такой популярности у зрителей не получил.

Стоит отметить, что республика испытывает дефицит в квалифицированных кадрах в сфере туризма. Хотя в настоящее время много будущих работников в области туризма готовят в вузах Казахстана. Но, как правило, большинство будущих и нынешних работников туристской отрасли желают продавать зарубежные туры, а для Казахстана необходимо создавать собственные новые туристские продукты. Поэтому должны быть свои операторы, создающие собственные качественные продукты туристской отрасли.

В настоящее время нет качественно разработанных больших туристских маршрутов, охватывающих всю страну. Развиваются только отдельные курортные местности, такие как Балхаш, Бухтарма и Каспий.

Хотя Казахстан может предложить довольно интересный продукт, кроме основных действующих видов отдыха (пляжи).

Проанализировав туристский потенциал республики, мы разработали свой собственный маршрут по стране – «Озера, горы и великие степи Казахстана».

Это маршрут, который является по своей сути комбинированным туром. Вот его основные пункты. «Каспий – Арал – Байконур – Туркестан – Балхаш – «Тамгалы Тас» – г. Алма-Ата – «Хан-Тенгри» – Бухтарма». Рассмотрим подробнее туристские объекты данного тура и обозначим их преимущества.

Великие озера Казахстана представляют возможности купания, рыбалки, охоты и отдыха для туристов.

Ущелье «Тамгалы Тас» находится в Алматинской области, в 170 км к северу западу от г. Алма-Аты, в Чу-Илийских горах. Урочище Тамгалы – самое известное место, где можно встретить петроглифы – наскальные изображения. Полвека этот величественный памятник истории изучается уже тремя поколениями археологов, не становясь при этом менее загадочным и магическим.

Главной достопримечательностью Кызылординской области, привлекающей множество туристов со всего мира, является космический центр Байконур. Здесь можно понаблюдать за запуском ракеты и посетить Музей Космонавтики, а также дома, где жили Юрий Гагарин и Сергей Королев. Именно с Байконура был осуществлен первый в мире полет человека в космос.

Город Алмата расположен у подножия гор Заилийского Алатау. В городе много привлекательных объектов для туристов. Селезашитная

плотина «Медео» в урочище Медео в долине реки Малая Алматинка. Высокогорный ледовый стадион «Медео». Урочище Чимбулак – популярный горнолыжно-альпинистский курорт, расположенный недалеко от Алматы, в 7 км от катка «Медео». В городе находится огромное количество памятников. Интерес представляют парки и зоопарк города. Казахский государственный академический театр оперы и балета им. Абая. В стране есть все предпосылки для развития балета.

Туркестан был известен как духовный и политический центр тюркско-язычных людей и был столицей Казахского ханства. Городской центр является историко-культурной резервацией Азрет-султана. Самые интересные археологические памятники связаны с эпохой IX-XII вв., когда на Великом Шелковом Пути процветал известный город Отрар. Теперь это – часть историко-культурного заповедника – Отрарский оазис и интересный туристский объект [2].

Близость России и Казахстана подразумевает перспективы совместного развития туризма в этих странах, в особенности в приграничных регионах (Каспий, Белуха и др.). К тому же в организациях, органах местного самоуправления и повседневной жизни, наравне с казахским, официально употребляют русский язык. Для Алтайского края как транзитного региона могут возникнуть дополнительные перспективы в связи с развитием туризма в Казахстане, так как он является приграничным государством.

Но, пока для россиян и других иностранцев Казахстан не ассоциируется с особо привлекательным туристским объектом.

Список использованной литературы:

1. <http://www.ecosocio.ru/>
2. <http://www.kazakhstan.orexca.com/>

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА «СОЛЕННЫЕ ОЗЕРА» (ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ)

*Ж. А. Ермакова, О. П. Тетерятник
ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»*

Туристско-рекреационный потенциал Оренбургской области определяется наличием совокупности туристских ресурсов и наличием сформированных туристско-рекреационных зон. Одной из наиболее перспективных является курорт местного значения «Соленые озера» на территории Соль-Илецкого района. Выгодное местоположение

Соль-Илецка (вблизи областного центра и границы с Казахстаном), наличие уникальных водогрязелечебных ресурсов предопределяет его популярность среди жителей Оренбургской области и других регионов Урала, Приволжья, Казахстана. Формирование туристско-рекреационного кластера (ТРК) на данной территории будет способствовать наиболее эффективному развитию организованного туризма.

Для обоснования формирования ТРК были проведены маркетинговые исследования предпочтений и спроса на услуги туристической индустрии. Первый этап исследования включал личный опрос отдыхающих на курорте местного значения «Соленые озера», проведенный 23-24 августа 2012 г. Второй этап прошел 17-29 октября 2012 г. и включал опрос жителей Оренбургской области, а также специалистов и работников туристических агентств, объектов инфраструктуры и органов власти.

В процессе сбора первичной информации было опрошено 128 отдыхающих на курорте 23-24 августа 2012 г., выбранных произвольно. Опрошенным были заданы следующие вопросы:

1. Укажите Ваше постоянное место жительства.
2. Сколько раз Вы посещали курорт?
3. Понравилось ли Вам отдыхать на данном курорте?
4. Сколько по продолжительности Вы обычно отдыхаете на данном курорте?
5. Оцените по 5 бальной шкале следующие характеристики данного курорта:
 - (а) услуги общественного питания;
 - (б) услуги проживания;
 - (в) удобство проезда до курорта;
 - (г) чистота пляжей и прилегающих территорий;
 - (д) уровень цен;
 - (е) благоустройство территории;
 - (ж) развлекательные услуги.
6. Ваши пожелания по совершенствованию качества отдыха на данном курорте.

Из 128 опрошенных 89 или 69,5 % – женщины, 39 человек или 31,5 % – мужчины.

На рисунке 1 приведены ответы на вопрос «Укажите Ваше постоянное место жительства». 59 человек или 46 % являются жителями Оренбургской области, 29 человек (22,6 %) – жители Башкирии, 15 человека (11,7 %) – жители Самарской области, 13 человек (10 %) –

жители Пермского края, 7 человек – из других регионов РФ (Татария, Челябинская область), 5 человек – из Республики Казахстан.



Рисунок 1 – Ответы на вопрос: «Укажите Ваше постоянное место жительства»: (а) Оренбургская область; (б) Башкирия; (в) Самарская область; (г) Пермский край; (д) из других регионов РФ (Татария, Челябинская область); (е) Республика Казахстан

На рисунке 2 приведены результаты ответов на вопрос «Сколько раз Вы посещали курорт?». 83 человека (65 %) посетили курорт первый раз, 24 человека (19 %) приехали во второй раз, 21 человек (16 %) были на курорте более 2 раз. Большинство из посещающих курорт часто являются жителями г. Оренбурга и приезжают на 1 день.

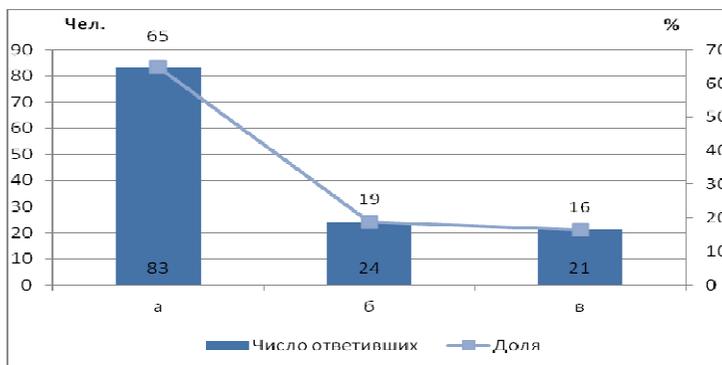


Рисунок 2 – Ответы на вопрос: «Сколько раз Вы посещали курорт?»: (а) посещаем курорт первый раз; (б) приехали во второй раз; (в) были на курорте более 2 раз

На рисунке 3 приведены результаты ответов на вопрос «Понравилось ли Вам отдыхать на данном курорте?».

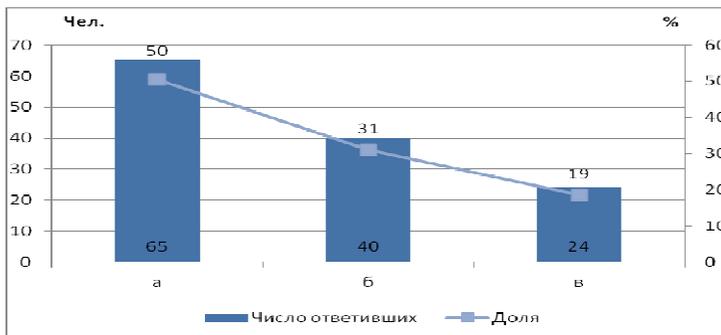


Рисунок 3 – Ответы на вопрос: «Понравилось ли Вам отдыхать на данном курорте?»: (а) остались вполне довольны данным курортом; (б) оценили положительно собственно природные условия и лечебные факторы, но негативно оцениваем организацию отдыха; (в) отдых не понравился

51 % отдыхающих отметили, что остались вполне довольны данным курортом, 31 % разделили свой ответ, оценив положительно собственно природные условия и лечебные факторы, но негативно – организацию отдыха, 18 % отдыхающим отдых не понравился. В качестве причин недовольства были выделены: плохое состояние водоема; большое скопление людей; высокие цены; низкое качество услуг; невозможность получения санаторного лечения.

На вопрос «Сколько по продолжительности, Вы обычно отдыхаете на данном курорте?» самым распространенным ответом стал с продолжительность отдыха в 1 день (45 %), реже респонденты выбирают продолжительность отдыха на данном курорте в 2-5 дней. Эти данные говорят о потенциале развития именно продолжительного отдыха на территории г. Соль-Илецк.

На вопрос «Оцените по 5 бальной шкале следующие характеристики данного курорта: услуги общественного питания; услуги проживания; удобство проезда до курорта; чистота пляжей и прилегающих территорий; уровень цен; благоустройство территории; развлекательные услуги» основной оценкой всех факторов является 3-3,5 балла. Оценка в 5 баллов не присваивалась ни разу. Подавляющее большинство отмечало низкое качество коммунальных услуг (особен-

но водоснабжение и канализацию) при оценке условий проживания, чистоты пляжа и прилегающей территории.

На вопрос «Ваши пожелания по совершенствованию качества отдыха на данном курорте» чаще всего называлось следующее: поставить лежаки, зонтики, душевые кабины на пляже; обеспечить чистоту пляжей; очищать озера; благоустроить территорию; повысить качество услуг отдыхающим, в том числе коммунальных (отмечены проблемы с водоснабжением, канализацией); развивать услуги лечения (лечебно-оздоровительный сервис); выделить и благоустроить курортную зону, отделив ее от собственно городской; расширить услуги развлечения, проводить экскурсии, построить центры развлечения, оборудовать парки и дорожки для прогулок; снизить цены.

В период с 17 по 29 октября был проведен второй этап маркетингового исследования состояния и развития туризма в Оренбургской области.

Сбор первичной информации производился путем анкетирования жителей нашей области. В ходе исследования было опрошено 570 респондентов из 19 районов и 5 городов Оренбургской области.

45 % выборки составили мужчины, 55 % – женщины (в соответствии с общей пропорцией полового состава населения Оренбургской области).

Большинство опрошенных (46 %) посещали туристические объекты и места отдыха нашей области в среднем 2-5 раз, самый низкий процент опрошенных – 14 % – отдыхают на территории Оренбургской области постоянно. Также, существуют лица, ни разу не посещавшие места отдыха нашей области – 21 %.

О существовании курорта в Соль-Илецке знают 95 % опрошенных. Несмотря на столь высокую осведомленность жителей нашей области о курорте в г. Соль-Илецк, посещали его всего 59 %, при этом только 7 % отдыхают там постоянно.

Среди причин, по которым люди не посещают данный курорт, самыми популярными и часто называемыми являются: отсутствие интереса; отсутствие желания; отсутствие возможности; отсутствие времени; наличие плохих отзывов; предпочитают другие курорты; далекое расположение; высокие цены; большое скопление людей; личные причины.

Также некоторые респонденты отметили, что собираются посетить данный курорт в будущем. Важно заметить, что данные причины – это не отражение опыта посещения курорта, а всего лишь стереотип, мнение, сложившееся от рассказов других. Следовательно, картину посе-

щаемости можно в корне поменять, составив и воплотив политику грамотного позиционирования данного курорта.

Следует отметить, что при высокой узнаваемости курорта в г. Соль-Илецк и при известных причинах его непосещения жителями Оренбургской области, проведя определенную работу по минимизации их влияния, можно достичь большего уровня периодической и постоянной посещаемости данного курорта.

В качестве других вариантов ответа респонденты указывали: деловая поездка; позагорать; знакомство с новыми людьми.

Учитывая результаты опроса, основное большинство людей приезжает на данный курорт с целью отдыха (39 %), значительно меньше – с целью оздоровления (14 %), еще меньше – с целью развлечься (5 %).

48 % людей, принявших участие в анкетировании и отдохнувших на курорте в г. Соль-Илецк, отметили, что остались вполне довольны данным курортом, 11 % – нет. В качестве причин недовольства были выделены: плохое состояние водоема; большое скопление людей; высокие цены; низкое качество услуг.

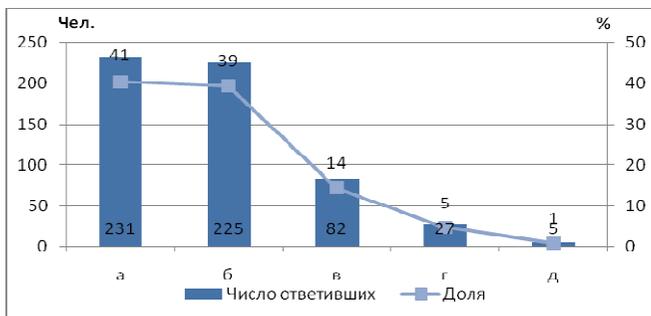


Рисунок 4 – Ответы на вопрос: «Укажите цель Вашего посещения данного курорта»: (а) на данном курорте не бывали; (б) отдых; (в) оздоровление; (г) развлечение; (д) другое

На вопрос «Сколько по продолжительности Вы обычно отдыхаете на данном курорте?» 41 % ответили, что на данном курорте не отдыхают, 34 % опрошенных выбрали ответ «1 день», 18 % – 2-3 дня, по 4 % опрошенных отдыхают на курорте 4-5 дней и свыше 5 дней. Эти данные говорят о потенциале развития именно продолжительного отдыха на территории г. Соль-Илецк.

На вопрос «Как Вы обычно добираетесь до данного курорта?» 51 % ответили, что используют личный транспорт или транспорт друзей, только 8 % добираются до курорта на общественном транспорте.

На курорт приезжают на 1 день 33 % опрошенных. Остальные при ответе на вопрос «Если Вы приезжаете на несколько дней, где Вы останавливаетесь на ночлег?» выбирали такие варианты ответов, как «у родственников / друзей» – 8 %, «арендуем частное жилье» – 16 %, «оста-навливаемся в гостинице» – 3 %.

На рисунке 5 представлены средние баллы, которые опрошенные респонденты поставили курорту по 7 характеристикам.

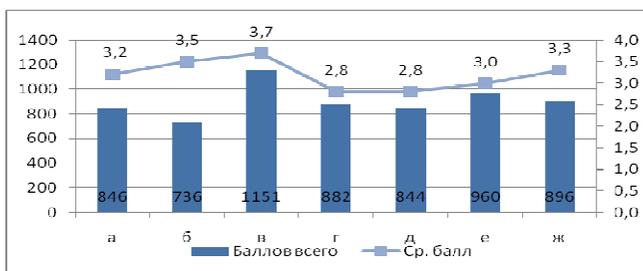


Рисунок 5 – Оценка по пятибалльной шкале основных характеристик курорта «Соленые озера»: (а) услуги общественного питания; (б) услуги проживания; (в) удобство переезда до курорта; (г) чистота пляжей и прилежащих территорий; (д) уровень цен; (е) благоустройство территории; (ж) развлекательные услуги

Полученная интегральная оценка курорта в 3,2 балла свидетельствует о необходимости принятия комплексных мер по повышению качества оказываемых услуг отдыхающим.

В качестве своих пожеланий по совершенствованию качества отдыха на курорте в г. Соль-Илецк, респонденты отмечали следующее: поставить лежаки, зонтики, душевые кабины на пляже; уделить внимание чистоте пляжей; благоустроить территорию; повысить качество услуг отдыхающим; развить инфраструктуру; создать лечебно-оздоровительный сервис; создать отдельные условия для людей с ограниченными возможностями; улучшить дороги; повысить уровень информированности населения о курорте и др.

Высказаны следующие пожелания: расширить перечень услуг лечения и оздоровления, использовать соляные шахты, крытые бассейны с соленой природной водой. Большую долю в пожеланиях от-

дышающих занимают ответы по развитию развлекательного направления на данном курорте.

В опросе приняли участие также и представители туристических фирм (19 турфирм г. Оренбурга и г. Орска). На вопрос, предлагают ли они клиентам своей фирмы туры в г. Соль-Илецк, только 16 % опрошенных ответили положительно. Причинами отказа от предложения данного маршрута, по мнению респондентов, выступили:

- Соль-Илецк не работает с агентствами;
- клиенты предпочитают добираться до курорта самостоятельно;
- нерентабельное направление;
- отсутствуют хорошие объекты размещения и питания;
- нет организованного транспорта.

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования позволили выделить ряд негативных факторов, оказывающих существенное влияние на развитие внутреннего и въездного туризма в Соль-Илецком районе, среди которых можно выделить следующие:

1. Среди внутренних причин, сдерживающих развитие отрасли, основной является краткосрочность пребывания туристов на территории курорта (с середины мая до сентября).

2. Существует проблема нехватки мест в гостиницах и аналогичных коллективных средствах размещения туристов. Несмотря на ежегодное увеличение количества мест, тенденция роста туристского интереса к району обостряет проблемы размещения туристов.

3. Недостаточный уровень развития индустрии придорожного сервиса, сдерживающий развитие автотуризма как на легковых автомобилях, так и на автобусах и караванах.

4. Наличие неудовлетворенного спроса на лечебно-оздоровительные услуги как следствие недостаточного количества лечебно-оздоровительных учреждений (в настоящее время такого рода услуги оказывает только межрайонная больница восстановительного лечения).

5. Наличие неудовлетворенного спроса туристов на услуги развлечения и отдыха высокого уровня качества.

6. Нехватка и/или аварийное состояние объектов коммунального хозяйства и транспортной инфраструктуры приводят к резкому снижению качества водо-, энергоснабжения населения и туристов в «высокий» сезон и не позволяют реализовывать планы реформирования курорта в круглогодичный режим функционирования.

7. Недостаточные объемы работы по продвижению и рекламе курорта, укреплению туристского имиджа района в России и за рубежом.

В связи с этим возникает необходимость комплексного и системного решения существующих проблем, препятствующих развитию туристской отрасли Соль-Илецкого района. Формирование туристско-рекреационного кластера «Соленые озера» с территорией базирования в Соль-Илецком районе и ядром в г. Соль-Илецк позволит устранить существующие проблемы развития туристско-рекреационной зоны, обеспечить предоставление качественных разнообразных услуг и способствовать развитию не только внутреннего, но и въездного, в том числе международного туризма.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ: МЕТОДЫ АКТИВНОГО ТУРИЗМА

Б. И. Штейнгольц, Е. В. Третьякова

Новосибирский государственный технический университет (НГТУ)

Туризм – одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению окружающей среды. В свою очередь, активный туризм позволяет широко использовать природные ресурсы территорий, является экологически безопасной сферой деятельности людей. Кроме того, позволяет совместить физическую активность и отдых с познанием жизни, быта, культуры, традиций, обычаев своего и других народов; способствует развитию мирных, дружественных отношений между отдельными территориями.

Новосибирская область заявила о себе как о туристском центре Сибири, обладающем ресурсами для полноценного отдыха: богатой природой, минеральными источниками и лечебными грязями, солеными и щелочными озерами, охотничьими и рыболовными ресурсами, горнолыжными спусками и речными сплавами, которые позволяют увлекательно отдохнуть в любое время года.

Следует отметить, что в качестве важнейшего элемента внешней среды, существенно влияющего на туристский комплекс Сибири, выступает международный рынок туристских услуг. Элементами внутренней среды выступают: природно-рекреационный, культурный, исторический и другие потенциалы, которыми обладает территория.

Таким образом, целью нашего исследования является своего рода пропаганда здорового образа жизни с использованием возможностей туристско-рекреационного потенциала Новосибирской области в сфере занятий активными видами туризма.

В процессе изучения данной темы использовались материалы отечественных специалистов, статистические данные территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области, нормативно-правовые акты Российской Федерации и Новосибирской области в сфере туризма, материалы периодической печати.

Проведенное исследование было организовано в соответствии с методикой, которая включает следующие этапы:

- подбор актуальной литературы и фактологического материала по анализируемой теме;
- анализ представленной по исследуемой тематике информации, а именно: приведение статистики по общим показателям, характеризующим ресурсный потенциал Новосибирской области; краткая характеристика природных ресурсов Новосибирской области; описание развития молодежно-спортивного туризма в Новосибирской области в теплое и холодное время года; перечисление основных сильных и слабых сторон в развитии активного туризма в области.

Результаты исследований и их обсуждение.

Актуальной задачей на сегодня является формирование устойчивого въездного туристского потока в Новосибирскую область как из российских регионов, так и из ближнего и дальнего зарубежья.

К наиболее общим показателям, характеризующим ресурсный потенциал с позиций спроса и предложения регионального турпродукта, могут быть отнесены следующие показатели: региональные туристские потоки (таблица 1), распределение зарубежных туристов и гостей субъекта по целям поездки (таблица 2).

Таким образом, согласно приведенным данным можно отметить, что число зарубежных туристов и гостей из стран СНГ значительно превышает их количество из стран дальнего зарубежья. Кроме того, можно с уверенностью сказать, что число зарубежных туристов и гостей, посещающих Новосибирскую область, ежегодно растет.

Таблица 1 – Количество зарубежных туристов и гостей, посетивших Новосибирскую область в 2008-2011 годах:

Годы	Число зарубежных туристов и гостей, посетивших область, всего (тыс. чел.)	из стран дальнего зарубежья, (тыс. чел.)	из стран СНГ, (тыс. чел.)
2008	66,8	10,5	56,3
2009	92,1	15,1	77,0
2010	164,1	15,4	148,7
2011	180,3	17,8	162,5

Таблица 2 – Распределение зарубежных туристов и гостей субъекта по целям поездки:

Годы	Частная	Деловая	Туризм	Обучение	Трудовая	Всего
2008	54097	967	3442	3936	4356	66798
2009	65520	8654	5964	3374	8585	92097
2010	111726	9884	6989	4078	31449	164126
2011	130997	11402	7250	4463	26180	180292

Итак, согласно таблице 2, число зарубежных гостей, посетивших Новосибирскую область с целью туризма, по итогам 2011 года составляет 7250 человек. Здесь требуется также отдельно отметить, что Новосибирскую область посетили 860 тыс. российских туристов и гостей, в том числе по целям поездки: деловой, научный туризм – 128 тыс. туристов; познавательный туризм – 15 тыс. туристов; оздоровительный – 258 тыс. туристов; транзитный – 459 тыс. туристов. Данные показатели отражают необходимость развития активного туризма в Новосибирской области, к представлению которого мы и перейдем далее.

Активный туризм может быть оценен как один из методов совершенствования физического воспитания студентов как Новосибирской области, так и близлежащих территорий (включая области: Томскую, Омскую, Кемеровскую; Алтайский край; Республику Казахстан).

Итак, одним из решающих факторов привлечения туристов в Новосибирскую область являются ее природные ресурсы. Область имеет выгодное природно-географическое расположение на юго-востоке Западно-Сибирской равнины и предгорьях Салаирского кряжа. Ее площадь составляет 177,8 тыс. км².

Растительность Новосибирской области отличается разнообразием и выраженной зональностью распределения. Лесные древесные породы представлены 11 видами – кедр, сосна, ель, пихта, лиственница, береза, осина и др. Лесистость области составляет 23,5 %.

Развитие детского и юношеского туризма в области осуществляется через систему дополнительного образования, представленную клубами по месту жительства, секциями и кружками туризма. В этой системе работает довольно большое количество квалифицированных туристских кадров. Проводятся соревнования, слеты и туристские походы. В целом, это перспективное направление: в Новосибирской области порядка 15-20 % всего населения будут составлять в прогнозируемый период молодежь, причем этот сегмент туристского рынка ежегодно прирастает на 5-8 %. Основу данного вида туризма должны составлять как уже представленные на новосибирском рынке разнообразные по своему содержанию программы детского, юношеского и молодежного туризма, так и новые туристские маршруты, программы и услуги отдыха. Это экскурсионный, оздоровительный (лагеря, санаторно-оздоровительное лечение); спортивный; экономичный – палаточные лагеря, экспедиции, путешествия, походы, активные экскурсии, сплавы.

Развитие данных видов туризма сопряжено с расширением возможностей баз для размещения молодежного туризма и должно сопровождаться созданием развернутой системы организации молодежного отдыха, когда молодые люди могут обратиться в специализированное агентство и получить значительные скидки на проезд и проживание, поскольку существуют возрастные привилегии при совершении путешествий за границу и внутри страны. Перспективным направлением развития молодежного туризма может быть привлечение молодежи из-за рубежа, опираясь на ее интерес к путешествиям, в том числе относящимся к категории экстремального спортивного туризма. Реализация данного направления предполагает проведение соответствующей маркетинговой политики.

Спортивный туризм базируется на созданных и активно развивающихся горнолыжных комплексах и их круглогодичной эксплуатации, обустройстве ряда речных островов под организацию различных игровых, познавательных и экскурсионных программ, имеющихся пешеходных и конных туристских маршрутов, спусков на горных велосипедах и др.

Итак, в зимнее время можно привлекать туристов в горнолыжные комплексы, а также на лыжные и снегоходные маршруты. Если говорить про летнее время, то развитие спортивного туризма здесь базиру-

ется также на использовании водного потенциала области: наличие соответствующих рек и разработка маршрутов сплавов по водным артериям области. Перспективным направлением спортивного туризма в летнее время являются также пешеходные, вело-, авто-, мото-, конные, парусные и комбинированные туристские маршруты, спуски на горных велосипедах и другие.

Кроме вышеперечисленных видов активного туризма, к перспективным видам спортивного (спортивно-приключенческого) туризма могут быть отнесены охота, рыбная ловля, сбор дикоросов в районах Баганский, Барабинский, Колыванский, Кыштовский, Сузунский, и Чановский, обладающих необходимыми природными ресурсами.

В ходе проведенного анализа состояния и развития туристского рынка Новосибирской области выявлены сильные и слабые стороны.

Сильные стороны:

- Новосибирская область обладает достаточно высоким рекреационным потенциалом международного, государственного, межрегионального и местного значения, имеет уникальные природные ресурсы для организации активного туризма;

- Новосибирская область имеет континентальный климат с теплым летом и продолжительной зимой, умеренные морозы, позволяющие организовывать туризм круглый год без ограничений;

- для области характерна развитая система международных партнерских и торгово-экономических связей. В городе аккредитованы ряд дипломатических, торговых и культурных международных представительств;

- Новосибирск в географическом, транспортном, экономическом и административном аспектах является центром Сибирского региона с населением 10-15 млн. жителей, принимающий ежегодно более 200 тыс. туристов. Город является столицей Сибирского федерального округа, что дает ряд преимуществ перед остальными городами Сибири при проведении мероприятий регионального масштаба (например, соревнований);

- традиционно сильное развитие спортивного туризма в Новосибирске дает кадровый потенциал для индустрии туризма в его активных формах и разработке активных маршрутов по всей территории Сибири и стран СНГ.

Слабые стороны:

- отсутствие поддержки туристского бизнеса со стороны органов местного самоуправления. Отсутствие Концепции и Стратегии развития отрасли в Новосибирской области как туристского центра;

- отсутствие информационно-туристского центра области;
- отсутствие до конца сформированной сети автодорог с твердым покрытием, связывающей места проживания с местами активного отдыха;
- недостаточно развита инфраструктура туризма;
- отсутствие путеводителей, информации в атласах дорог о туристских объектах, указателей на автодорогах о памятниках природы, заказниках и других мест показа и связанных с ними легенд.

На сегодняшний день во всем мире туристский бизнес является наиболее прибыльной и перспективной сферой вложения капитала. Он воздействует многопланово на развитие и интенсивность экономической активности в целом. С одной стороны, непосредственно в виде притока финансовых поступлений в регион, а с другой, через развитие инфраструктуры опосредствует, повышает эффективность других видов внешнеэкономической деятельности, расширяет информационно-экономические связи области, формирует интересы потенциальных деловых партнеров из других стран и регионов. Наконец, эта сфера, в свою очередь, стимулирует развитие многих других отраслей экономики: сферу обслуживания, строительство, транспорт, работающих непосредственно на удовлетворение всесторонних потребностей людей в пище, одежде, обуви; производство национальных художественных и сувенирных изделий и т. п.

Таким образом, представляется актуальной ориентация на развитие в Новосибирской области как туризма в целом, так и активного отдыха в частности.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее перспективными для развития на территории Новосибирской области являются: рекреационный, событийный, образовательный, экологический, молодежно-спортивный, транзитный туризм.

Если говорить о развитии молодежно-спортивного, активного туризма, то можно сделать следующие выводы:

- в зимнее время актуальным будет привлечение туристов в горнолыжные комплексы, а также на лыжные и снегоходные маршруты;
- в летнее время – прохождение маршрутов сплавов по водным артериям области, также пешеходные, вело-, авто-, мото-, конные, парусные и комбинированные туристские маршруты, спуски на горных велосипедах и другие;
- к перспективным видам спортивного (спортивно-приключенческого) туризма могут быть отнесены охота, рыбная ловля, сбор диких животных в районах Баганский, Барабинский, Кольванский, Кыштов-

ский, Сузунский, и Чановский, обладающих необходимыми природными ресурсами.

Список использованных источников:

1. Инвестиционный портал НСО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.newsib.ru.
2. Интернет-сайт ТК «Олимпия Райзен Сибирь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.olympia-reisen.ru>.
3. Туризм и отдых в Новосибирске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eto-nso.ru>.

ПРИРОДНЫЙ ПАРАТУРИЗМ КАК ОСОБЫЙ ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

И. В. Андреева, Л. Ф. Лубинец, О. П. Николаева
Институт водных и экологических проблем СО РАН

Равные права инвалидов на доступность и доступ к памятникам и объектам национальной культурной значимости, спортивным, рекреационным и туристическим объектам законодательно обеспечиваются Конвенцией ООН о правах инвалидов (2006), законом Российской Федерации от 03.05.2012 г. «О ратификации Конвенции о правах инвалидов» №46-ФЗ, специальными нормативами и правилами. Вместе с тем практический опыт паратуризма не обобщен и не систематизирован, а научное сопровождение паратуристической деятельности не развито.

Анализ ситуации в современном организованном паратуризме показал приуроченность его исключительно к городским пространствам как наиболее приспособленным к приему особенного туриста. Вместе с тем в последние годы наблюдаются интенсивный рост самостоятельно и организованно путешествующих инвалидов и тенденции к смещению географических центров паратуризма на природные территории. Игнорирование опережающей оценки таких территорий к приему специфического туриста обуславливает спортивный и экстремальный характер природного паратуризма.

Нами предлагается рассматривать туризм инвалидов как отдельное досуговое направление в рекреационной географии, отличное от социального и лечебно-оздоровительного, и как особый геоэкологический феномен. Физиологическая ограниченность инвалидов в передвижении, меньшая активность паратуристов по сравнению со здоровыми коллегами, малочисленность групп, непродолжительные сроки

пребывания в природной среде, использование для передвижения по маршрутам специально подготовленных поверхностей (обустроенных троп) обуславливают значительно более низкий уровень воздействий, оказываемых ими на компоненты природной среды. Таким образом, особенность состоит в качественных и количественных характеристиках этого вида рекреационного природопользования, которые находятся в пределах, не превышающих минимальный уровень воздействий на компоненты окружающей среды. Это позволяет рассматривать паратуризм как вид экологически ориентированного туризма, а паратуриста – как экологически безопасного туриста. В этом случае паратурист является важнейшим потенциальным природопользователем для наиболее уязвимых геосистем, в частности экологически благополучных особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Последнее утверждение поддерживает направления Концепции развития системы ООПТ федерального значения на период до 2020 года (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22 декабря 2011 г. N 2322-р). В частности, в числе основных предназначений ООПТ названы предоставление востребованных обществом услуг в области поддержания здоровой среды для жизни людей и создания условий для развития регулируемого туризма и рекреации, реализации эколого-просветительских программ. На наш взгляд, природный паратуризм, как никакой иной вид туристической деятельности на особо охраняемых природных территориях, соответствует и принципам экологического туризма, и основным направлениям деятельности заповедников и национальных парков, определенных Концепцией.

В качестве основы планирования (проектирования) природных путешествий для лиц с ограниченными возможностями наиболее целесообразна предварительная оценка территории на основе геоэкологического подхода. Это позволит комплексно оценить местность и учесть одновременно специфические требования потребителя к физическим параметрам природной среды, безопасность среды для лиц с ограниченными возможностями, экологические характеристики и информационные возможности среды, а также обратные воздействия экологически безопасного туриста на гео- и экосистемы.

Критерии оценки природных территорий для конкретных видов паратуризма могут быть определены на основании требований, правил и норм проведения соревнований адаптивных видов спорта, видовых классификационных требований ординарных туристических маршрутов, норм и требований к уровню доступности среды для лиц с ограниченными возможностями. В рамках научно-исследовательского проек-

та «Разработка геоэкологических основ и критериев оценки природных территорий для паратуризма» нами определен набор критериев и их параметры, на основании которых с использованием стандартной географической информации, крупномасштабных картографических материалов и результатов предварительной рекогносцировки, проектируемой для прокладывания паратуристических маршрутов территории, возможно проводить детальную целевую оценку природных территорий.

Оценка специфических рекреационных воздействий и потенциальных реакций на них природных систем при осуществлении природного паратуризма базируется на положении об обязательном обустройстве туристических маршрутов и троп как важнейшем условии возможности осуществления путешествий для людей с ограничениями здоровья. При этом инфраструктурное обустройство содействует максимальному снижению негативных воздействий на компоненты природной среды, повышению рекреационной емкости территории, ее рекреационной привлекательности для туристов с особыми требованиями к пространствам пребывания, а, следовательно, является основой создания уникальных инновационных туристско-рекреационных ядер, имеющих выраженную социальную и природоохранную ориентацию.

Исследования поддержаны грантом Российского гуманитарного научного фонда № 13-16-22001.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИОННОЙ КИТАЙСКОЙ МЕДИЦИНЫ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ

Л. Н. Асташина

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

Ли Хунли

*ООО Синьцзянская научно-техническая компания по технологиям
охраны среды и энергосбережения «Хунчжэн»*

В последние годы одним из перспективных туристических направлений является оздоровительный туризм. Более 300 курортов Германии принимают путешественников Европы, США и Канады. Оздоровительный туризм Австрии, Италии и Швейцарии ассоциируется с горными и бальнеологическими курортами [3]. Французские центры талассотерапии и курорты (Виши, Эвиан) имеют

мировую известность. В конкурентную борьбу активно включились Польша, Венгрия, Словакия, Болгария, Румыния и республики бывшей Югославии, развивая лечебно-оздоровительные программы на приморских и бальнеологических курортах, а испанские, португальские и греческие туристические компании привлекают туристов морскими курортами.

Прошедший в 2012 году Год российского туризма в Китае уже успел принести свои плоды и вывел гуманитарное сотрудничество между двумя странами на более высокий уровень. В нынешнем году состоится Год китайского туризма в России. Взаимное проведение Годов туризма позволит значительно сблизить народы двух стран, и как следствие, углубить китайско-российские отношения [5]. Россиянам представляется возможность ближе познакомиться с достоянием КНР.

Начиная с 1972 года, ВОЗ энергично поощряет изучение народной и восточной медицины. Особое внимание уделяется исследованию наследия традиционной китайской медицины (ТКМ). Знаменитые центры ТКМ расположены в Даляне и на о. Хайнань. Одним из передовых лечебно-оздоровительных комплексов по лечению ДЦП в Китае и ряда других заболеваний является «Танганцзы». Он расположен в городе Аньшань. Этот город знают во всем мире по его лечебным свойствам. Лечебно-оздоровительный комплекс «Танганцзы» расположен на вулканических источниках с бьющими из-под земли термальными водами [4]. Оздоровительный туризм в Китае может открыть туристам новый мир медицины, познакомит их с собственным организмом через призму философского осмысления своих поступков и ощущений. В ТКМ по имеющимся симптомам и признакам, выявленным путем осмотра, опроса, исследования, языка и пульса оценивается характер патогенных факторов и состояние защитных сил организма, китайский врач устанавливает причину заболевания, ставит диагноз и индивидуально назначает метод лечения. Постигая иную картину мира, российские туристы смогут изменить взгляд на собственный организм и воспользоваться лучшими методами ТКМ для улучшения качества жизни. Китайские врачи считают, что бытие человека неотделимо от природы и космоса, рассматривают его во взаимосвязи со сменой времен года, движением по орбите Солнца и Луны, положением звезд. С точки зрения ТКМ, здоровье человека, как природная стихия, состоит в гармонии с окружающим миром и самим собой. Нарушение этой гармонии приводит к болезням, и целью лечения является восстановление утраченного баланса. ТКМ (англ. Traditional Chinese Medicine, TCM) – система современных учений и практик, зародившаяся в древнем Китае и

возникшая из внимательного наблюдения за функционированием человеческого организма и последующей систематизации этих наблюдений с использованием характерной для данного региона парадигмы, которую можно охарактеризовать как учение о символах и числах.



ТКМ и китайская философия с момента своего возникновения формировались одновременно и неразрывно уже в середине первого тысячелетия до нашей эры. В трактате Желтого императора об организме, написанном во II веке до н.э., есть слова «Сохранение порядка, а не исправление беспорядка является высшим принципом мудрости. Лечить заболевание после того, как оно возникло, все равно, что копать колодец, когда захотелось пить, или ковать оружие, когда началась война». В трактате «Об организме» (Нэйцзин) выделено девять основных категорий, или законов медицины. Эти законы сопоставлены с частями тела человека:

Категория **Соответствие в теле человека**

1-й	Небо	Кожа
2-й	Земля	Плоть
3-й	Человек	Кровь и пульсирующие сосуды

4-й	Время	Связки
5-й	Звук	Слух
6-й	Ритм	Инь-ян
7-й	Звезды	Зубы, лицо, глаза
8-й	Ветер	Энергия ци
9-й	Пространство	Девять отверстий организма и триста шестьдесят пять его сосудов

В Китае ТКМ рассматривается как часть науки о «воспитании жизни» («ян шэн сюе» – 養生學), куда помимо медицины входят и различные методы психофизиологических практик (Ушу, Цигун, Даоинь и т. д.), диетология и пр. На наш взгляд, некоторым образом подобные методы взяты за основу в развивающихся туристических направлениях в Сибирском регионе. В марте 2013 г. в АлтГТУ прошли «круглый стол» и семинары по развитию экологического и агротуризма в Алтайском крае. Неожиданной для участников и гостей мероприятия стала тема гастрономического туризма, предложенная ведущим научным сотрудником Института общей генетики им. Н. И. Вавилова РАН Юрием Столповским. Движение Slow Food (дословный перевод с английского языка – «медленная еда», концептуальный – «вдумчивое питание») как альтернатива распространённой в мире системе Fast Food пропагандирует идею: «еда должна быть вкусной, чистой и честной». По мнению эксперта, в крае имеет место перепроизводство экологически чистых, натуральных продуктов питания. За счёт этого агротуризм для Алтайского края и Республики Алтай может стать приоритетным туристическим направлением наряду с агротуризмом. Владельцы сельских усадеб могут приглашать туристов пожить, поработать и дать им возможность приготовить в домашних условиях вино или сыр [1]. Туристы из КНР проявляют большой интерес к деревянным постройкам, но при этом большинство из них не являются поклонниками русской кухни, при организации гастропауров для китайцев следует учитывать эти особенности.

В Китае ТКМ рассматривается как часть науки о «воспитании жизни» («ян шэн сюе» – 養生學), куда помимо медицины входят и различные методы психофизиологических практик (Ушу, Цигун, Даоинь и т. д.), диетология и пр. На наш взгляд, некоторым образом подобные методы взяты за основу в развивающихся туристических направлениях в Сибирском регионе. В марте 2013 г. в АлтГТУ прошли «круглый стол» и семинары по развитию экологического и агротуризм-

ма в Алтайском крае. Неожиданной для участников и гостей мероприятия стала тема гастрономического туризма, предложенная ведущим научным сотрудником Института общей генетики им. Н. И. Вавилова РАН Юрием Столповским. Движение Slow Food (дословный перевод с английского языка – «медленная еда», концептуальный – «вдумчивое питание») как альтернатива распространённой в мире системе Fast Food пропагандирует идею: «еда должна быть вкусной, чистой и честной». По мнению эксперта, в крае имеет место перепроизводство экологически чистых, натуральных продуктов питания. За счёт этого гастротуризм для Алтайского края и Республики Алтай может стать приоритетным туристическим направлением наряду с агротуризмом. Владельцы сельских усадеб могут приглашать туристов пожить, поработать и дать им возможность приготовить в домашних условиях вино или сыр [1]. Туристы из КНР проявляют большой интерес к деревянным постройкам, но при этом большинство из них не являются поклонниками русской кухни, при организации гастротуров для китайцев следует учитывать эти особенности.

На церемонии открытия года китайского туризма в РФ председатель КНР Си Цзиньпин напомнил, что количество китайских туристов в России в прошлом году увеличилось на 45 % [2]. Китай вступает в ряды развитых туристических стран, улучшает качество сервиса. По предварительным подсчетам, к 2020 г. Китай станет первым в мире туристическим центром и четвертой крупной страной по потоку туристов. На наш взгляд, одним из популярных туристических направлений в КНР становится оздоровительный туризм, так как уникальность ТКМ привлекает внимание всё большего числа иностранцев.

Список использованных источников:

1. Бизнес на пареной тыкве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ap22.ru/paper/paper_9372.html
2. В России открылся год китайского туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inotv.rt.com/2013-03-23/V-Rossii-otkrilsya-God-kitajskogo>
3. Лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.materiki.ru/tourism/detail.php?ID=405>
4. Медицинский туризм в Китае [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.sarxostour.uz/medicine/china_med
5. Специальный репортаж: Годы туризма Китая и России стирают расстояние между странами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://russian.cri.cn/841/2013/03/21/1s461720.htm>

О ЗАКОНОТВОРЧЕСТВЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ВОПРОСАМ ТУРИЗМА

Ю. В. Блинова

Алтайская академия экономики и права

Согласно рейтингу конкурентоспособности сектора туризма и путешествий, разработанному Всемирным экономическим форумом, по итогам 2011 г. Российская Федерация (далее РФ) занимает среди 139 стран 59 место [12], при этом самым проблемным блоком по показателям является блок «нормативно-правовая база», поэтому видится своевременным рассмотрение в настоящей статье вопросов развития правовой базы в сфере туризма на уровне субъектов РФ.

Анализ законодательства в сфере туризма, проведенный на основе нормативно-правовых актов субъектов РФ, показал, что региональный законодатель подходит к вопросу создания нормативно-правовой базы в сфере туризма двумя путями, причем чаще встречается второй:

а) с позиций широкого подхода правового регулирования: разрабатывается закон субъекта о туристской деятельности на территории субъекта, принимаются иные законы, регулирующие эту деятельность, например, в Краснодарском крае действуют законы [9]: О туристской деятельности в Краснодарском крае (1997); О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Краснодарского края (1996); Об особо охраняемых природных территориях Краснодарского края (1998) и др.;

б) с позиций узкого подхода, когда создается законодательный минимум, направленный на восполнение пробелов или реализацию совместной компетенции по законодательному регулированию: например, Закон Алтайского края «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года» [1].

Также на уровне субъектов РФ создается либо специальное законодательство в сфере туризма, регулирующее конкретные виды туризма (например, в Кемеровской области Закон о развитии снежного туризма [5]), либо в некоторых случаях принимается комплексное законодательство, регулирующее вопросы туризма в том числе (отчасти Алтайский край: Закон об особо охраняемых природных территориях в Алтайском крае (1996) [2]; Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года [1]).

С точки зрения субъекта, разрабатывающего нормы в сфере туризма, можно утверждать, что в одних регионах регулирование туризма происходит в том числе с помощью законов (Краснодарский край,

Кемеровская область), в то время как в других регионах высока доля подзаконных актов (Алтайский край, Еврейская автономная область).

В целом можно говорить о том, что в сфере туризма на уровне субъектов РФ доля законов пока не очень высока; из этого также вытекает, что доля специального законодательства в сфере туризма тоже пока невысока (на уровне субъектов еще не часто встречаются специальные законы). Но даже при наличии специального закона проблемы не заканчиваются.

Так, многие субъекты РФ создали по подобию Федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ» (далее ФЗ) свои законы, где обнаруживаются попытки регулирования туризма на территории конкретного субъекта. В рамках данного исследования были проанализированы 10 законов о туристской деятельности субъектов РФ: Астраханской области, Калининградской области, Калужской области, Камчатского края, Кемеровской области, Краснодарского края, Ленинградской области, Приморского края, Рязанской области, Республики Хакасия. Анализ показал следующие результаты.

Все законы построены стандартно, стереотипно, структура и содержательная часть с разной степенью совпадают с ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»: имеется первая (вторая) статья, закрепляющая основные понятия закона, нормы о безопасности туризма, правах и обязанностях туриста, туроператора, турагента. При этом наблюдается следующая картина: в некоторых законах воспроизводятся полностью положения ФЗ РФ путем инкорпорирования в текст регионального закона либо отсылочным способом; в других возможны небольшие творческие отклонения за счет более детального регулирования туристских отношений, прописанных в ФЗ РФ, или введения новых понятий.

В качестве примера первого можно назвать наделение особым статусом в законах ряда субъектов турфирм – вводится понятие «официальный турагент»: «В целях повышения привлекательности туризма в Приморском крае администрация Приморского края вправе предоставлять туристским организациям-туроператорам или турагентам статус официального туристского агента» (п. 1 ст. 12 Закона о туристской деятельности на территории Приморского края [10]; ст. 14 Закона Ленинградской области [8] и др.).

Также достаточно подробно регулируются вопросы безопасности туризма по сравнению с рассмотренными законами других субъектов РФ в Законе о туристской деятельности в Краснодарском крае [7]: ст. 8 Обеспечение безопасности туристов; ст. 9 Комплекс мер по обеспе-

чению безопасности туристов, выполняемых субъектами туристской индустрии.

В Законе о туристской деятельности на территории Калужской области есть статьи, посвященные научно-исследовательской и рекламно-информационной деятельности в сфере туризма (ст. 9, 10 Закона) [4].

Примером второго, т. е. введения новых терминов в законодательство субъектов, могут выступать следующие случаи:

- маршруты повышенной опасности – маршруты, связанные с прохождением горной и труднопроходимой местности, посещением спелеологических объектов, пересечением и (или) прохождением водных объектов, а также включающие в себя занятия экстремальными видами туризма (прыжки с парашютом, сплавы по горным рекам, скалолазание, дайвинг и другие) с высоким уровнем риска для жизни и здоровья туристов (ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Республики Хакасия) [11];

- экологический туризм – организованный отдых на природе, содействующий охране и улучшению состояния природы и приносящий доход Кемеровской области (ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Кемеровской области) и другие случаи.

Говоря о проблемах законотворчества по вопросам туризма на уровне субъектов РФ, следует указать несколько болевых точек.

Во-первых, при введении новых терминов, не предусмотренных ФЗ РФ, наблюдается различное толкование одинаковых терминов, что затрудняет использование законодательства и нарушает единообразие, например: согласно ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Приморского края кадастр туристских территорий – это совокупность достоверных систематизированных сведений о правовом, природном и экономическом положении туристских территорий. Ст. 17 указанного Закона конкретизирует понятие кадастра туристских территорий, предписывая, что особо охраняемые природные территории, относящиеся к туристским ресурсам, подлежат внесению в Кадастр туристских территорий Приморского края. В то же время ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Астраханской области говорит, что кадастр туристских территорий – это систематизированный свод сведений, составляемый периодически или путем непрерывного наблюдения над соответствующим объектом туристских ресурсов. С другой стороны, некоторые новые термины расходятся по смыслу даже с терминологией, заложенной в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». Так, под реестром туристских ресурсов ст. 1

Закона о туристской деятельности на территории Приморского края понимает перечень расположенных на территории Приморского края природных, исторических, социально-культурных объектов, составляющих основу туристского продукта. Представляется, что все вышеперечисленные объекты, как правило, не являются средствами размещения, а потому не вполне корректно говорить о них как основе туристского продукта, под которым традиционно понимается совокупность услуг по перевозке и размещению.

Во-вторых, введение новых терминов чревато не только различным толкованием в законодательстве субъектов РФ, но и выходом за пределы компетенций. Думается, что попытки ряда региональных законодателей (ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Приморского края; ст. 1 Закона о туристской деятельности на территории Астраханской области) дать, наконец, определение понятию «туристская услуга» выходят за пределы компетенций субъектов РФ, так как указанная категория находится в плоскости гражданского права. Обращает на себя внимание и факт, что даже федеральный законодатель воздерживается от подобного. Какие бы сложности в правоприменении это ни несло, тем не менее, на сегодняшний день определение понятия «туристская услуга» – это пока деятельность и достояние доктрины. Характерно, что в ст. 1 Закона о туристской деятельности в Краснодарском крае в 2012 году внесены изменения и указанный термин исключен.

В целом можно констатировать, что законодательный процесс на уровне субъектов РФ в сфере туризма, а также сопутствующая деятельность, сопряжены с некоторыми проблемами, а именно: 1) несоответствие норм регионального законодательства нормам федерального законодательства по исследуемому вопросу; 2) введение в текст нормативно-правового акта нечетких понятий при отсутствии федеральной базы (федерального источника) как основы для регионального регулирования; 3) выход за пределы компетенции в нормотворчестве в сфере туризма; 4) недостаточный уровень доступности электронных ресурсов нормативно-правовых актов регионального характера.

Список использованных источников

1. Закон Алтайского края от 21.11.2012 № 86-ЗС «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultantplus.ru.

2. Закон Алтайского края от 18.12.1996 № 60-ЗС «Об особо охраняемых природных территориях в Алтайском крае» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultantplus.ru.

3. Закон Астраханской области от 02.10.2000 № 39/2000-ОЗ «О туристской деятельности в Астраханской области» (в ред. 2002 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon-region.ru/astrahanskaya-oblast/21277> (11.02.2013).

4. Закон Калужской области от 13.06.2000 № 18-ОЗ «О туристской деятельности на территории Калужской области» (в ред. 2001 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kaluga.news-city.info/docs/sistemasn/dok_oeytyz.htm (11.02.2013).

5. Закон Кемеровской области от 08.06.2009 № 67-ОЗ «О развитии снегоходного туризма в Кемеровской области» (в ред. 2011 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultantplus.ru.

6. Закон Кемеровской области от 27.11.2000 № 81-ОЗ «О туристской деятельности на территории Кемеровской области» (в ред. 2004 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kemerovo.news-city.info/docs/sistemasn/dok_oerpki.htm (11.02.2013).

7. Закон Краснодарского края от 30.06.1997 № 89-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае» (в ред. 2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kubzsk.ru/lawMaking/kodeks> (11.02.2013).

8. Закон Ленинградской области от 31.12.1997 № 73-ОЗ «О туристской деятельности на территории Ленинградской области» (в ред. 2009) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultantplus.ru.

9. Правовые акты Законодательного Собрания Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kubzsk.ru/lawMaking/kodeks> (11.02.2013).

10. Закон Приморского края от 18.05.1999 № 45-КЗ «О туристской деятельности на территории Приморского края» (в ред. 2008 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru.

11. Закон Республики Хакасия от 29.11.1999 № 69-ЗРХ «О туристской деятельности на территории Республики Хакасия» (в ред. 2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/804957634> (11.02.2013).

12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.weforum.org/ttcr (11.02.2013).

АТАМАН ЕРМАК КАК БРЕНД РОССИИ: ТЮМЕНСКИЙ РЕГИОН

Г. С. Зайцев

Тюменский государственный университет

Сохранение исторической памяти является не только современным вызовом времени, но и конституционным долгом и обязанностью каждого гражданина. В Конституции РФ, в ст.44. п. 3 читаем: «Каждый обязан заботиться о сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории и культуры» [2. С. 9].

В последние десятилетия идёт необъявленная война с нашей исторической памятью, война на уничтожение российского самосознания, нашей идентификации. Поэтому различные научные мероприятия, – конференции, круглые столы, дискуссии, лекции, выпуски научных исторических буклетов, книг, справочников – направлены, в первую очередь, на сохранение историко-этнической памяти. Среди множества направлений в этом деле особое место занимает туризм. Вследствие этого развитие туризма необходимо рассматривать в триедином комплексе. Во-первых, как социально-экономический фактор, во-вторых, как фактор сохранения историко-этнической памяти и, в-третьих, как фактор патриотического воспитания! Туризм, на мой взгляд, является одним из первостепенных сегментов противодействию фальсификации нашей истории, сохранения историко-культурного наследия Отечества и несёт в себе существенные компоненты по патриотическому и толерантному воспитанию наших граждан! Необходимо выявлять такие моменты региональной истории, которые связаны с выдающимися деятелями, оставившими заметный след в истории и культуры России, так называемые бренды. Одним из таких деятелей Западной Сибири, а в целом и России, является казачий атаман Ермак Тимофеевич. Его имя знают во всем мире, поэтому интерес к походу Ермака является узловым ресурсом развития регионального туризма. Ермак – это русский Колумб Сибири, вследствие этого Тюменский регион становится привлекательным для туристов в нескольких плоскостях. Во-первых; он объединяет Европу и Азию и территориально соприкасается с двумя государственными границами РФ. Именно здесь формировался евроазиатский менталитет России. Ни один субъект РФ не имеет такой географической конфигурации.

Во-вторых; сюда пришёл Ермак со своей дружиной; здесь он погиб и нашёл вечную славу и народное почитание. Тюменский регион стал плацдармом для продвижения казаков на северо-восток России; здесь зарождались будущие казачьи войска Азиатской России. В этом

месте шла своеобразная обкатка взаимоотношения казаков и местного населения. Собственно на территории региона казаки проявили себя многонациональной культурно-этнической общностью. Здесь формировались первые инородческие, в том числе и мусульманские казачьи подразделения. «Среди сибирских казаков встречались представители казахского народа, потомки калмыков, башкир, мордвы» [3, С. 152]. Из отчета Главного управления казачьих войск Военного министерства о конфессиях в регулярных войсках России в 1879 г. явствует, что в Сибирском войске на 103947 православных приходилось 436 старообрядцев, 51 иудей, 3419 мусульман, 92 католика и протестанта [1, С. 156-157].

В-третьих; Коллективом ИГИ ТюмГУ создана определённая научная база для привлечения туристов: так, по заказу департамента культуры Тюменской области в 2010 г. была подготовлена коллективная монография «Казаки Тюменского региона от Ермака до наших дней», а в конце 2012 г. выпущен электронный справочник «Ермак – бренд России: Тюменский регион». При ИГИ ТюмГУ создан научный Координационный Совет по изучению историко-культурного наследия казачества Урало-Сибирского региона, который развернул активную научную деятельность. Следует отметить, что на сегодняшний день в Российской Федерации подобных научных Координационных советов нет. С 1 марта 2012 г. при секторе филологии создан центр по изучению истории и культуры казачества. По мнению ученых, занимающихся изучением истории казачества, Тюменский регион и, в первую очередь Тюменский государственный университет, стал признанным центром научного казачеведения Урало-Сибирского региона [1, С. 157-158].

В электронном справочнике «Ермак – бренд России: Тюменский регион» авторы впервые рассказывают о наиболее уникальных исторических моментах, связанных с именем Ермака. Например; один из наших выдающийся земляков, Д. И. Менделеев, занимался кораблестроением и освоением арктического мореплавания. Именно это направление научного творчества Д. И. Менделеева определяется его сотрудничеством с адмиралом С. О. Макаровым. Д. И. Менделеев с энтузиазмом поддерживал усилия С. О. Макарова, направленные на создание большого арктического ледокола. И не случайно первый в мире ледокол, построенный при активном участии Д. И. Менделеева, получил название «Ермак», потому что его с детских лет волновало имя легендарного атамана. Разве этот факт не является привлекательным для туристов? Является!

Или второй момент, о котором мы рассказываем в справочнике, это полуостров Ямал. А каким образом Ямал связан с именем Ермака? Всё очень просто: через великую династию мореплавателей Крузенштернов. В 1862 г. у берегов полуострова Ямал потерпела крушение шхуна «Ермак» под командованием П. П. Крузенштерна. Экспедиция вела поиск Северного морского пути! Таким образом, и здесь мы видим два великих имени, которые являются привлекательными для туристов как российских, так и зарубежных!

Доктор исторических наук А. В. Матвеев в разделе «О Ермаке и его походе» подробно рассказал, как начинался поход, как и где он закончился, и даже показал приблизительное место последнего боя атамана Ермака. Доктор филологических наук, профессор В. Н. Евсеев, подготовил краткий словарь-справочник с наиболее употребляемыми терминами и понятиями. Он также подготовил раздел «Ермак в литературе», где рассказывает о различных летописях, связанных с походом Ермака. В одном из разделов мы рассказываем и показываем произведения тобольских косторезов, связанных с историей похода Ермака в Сибирь. Авторы показали Ермака в фалеристике, марках и деньгах. На мой взгляд, особенно отчётливо рассказывается о памятниках Ермаку в целом по Урало-Сибирскому региону, в том числе и о памятнике, уничтоженном в бывшем г. Ермак, ныне г. Аксу (республика Казахстан). Остатки памятника были вывезены патриотами из Казахстана, а в 2006 г. памятник Ермаку казаки восстановили в г. Змеиногорске Алтайского края. Таким был памятник Ермаку в г. Ермак (ныне г. Аксу, республика Казахстан): представлял из себя железобетонную фигуру воина в кольчуге и со шлемом на голове. На постаменте памятника имелась надпись: «ЕРМАК. ОТ БЛАГОДАРНЫХ ПОТОМКОВ ЦЕЛИННИКОВ»

«Мы сжились с этим памятником, выросли. Нам тоже пришлось уезжать по различным причинам. А когда решили уехать, решили памятник взять с собой. Он нам очень дорог», – вспоминал Сергей Яловцев, руководитель группы по восстановлению памятника. Памятник был демонтирован в ночь с 12 на 13 марта 1992 г. А сам город Ермак переименован в г. Аксу.

Восстановлен в 2006 г. памятник Ермаку в г. Змеиногорске Алтайского края. Теперь казачий атаман, скрестив руки, гордо смотрит вдаль – уже на алтайские просторы.

В справочнике даны два подробных туристических маршрута, подготовленных аспирантами и учёными под руководством д.и.н., профессора Баллок Н. А.: 1) «Водный путь Ермака в Сибирь» по рекам

Среднего Урала. 2) «Водный путь Ермака в Сибирь» по западной части Обь-Иртышского бассейна.

Для более яркого восприятия текста авторы использовали несколько фрагментов фильма Алексея Иванова и Леонида Парфёнова «Хребет России».

Поэтому, справочно-информационный комплект «Ермак – бренд России: Тюменский регион» отвечает вызовам времени и современным запросам населения России. Он особым образом формирует устойчивое туристическое пространство не только Тюменского региона, но в какой-то степени и всего Урало-Сибирского региона.

Вместе с тем данный научный проект не завершён и требует дальнейшей научной разработки! Необходима финансовая поддержка для реализации третьего этапа этого научно-туристического проекта с последующим выходом на четвертую – заключительную стадию – подготовку и выпуск межрегионального энциклопедического справочника о Ермаке.

Полная реализация проекта будет способствовать сохранению исторической памяти, развитию туризма как в нашем крае, так в целом в Урало-Сибирском регионе, и улучшению патриотического воспитания молодёжи.

Список использованных источников:

1. **Зайцев, Г. С.** Формирование научного казаковедческого пространства Урало-Сибирского региона // ЭКОНОМИКА. СЕРВИС. ТУРИЗМ. КУЛЬТУРА (ЭСТК-2012): XIV Международная научно-практическая конференция: сборник статей / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2012. – 165 с. С. 156-159.

2. Конституция Российской Федерации. – М. : Эксмо, 2010. – 32 с. – (Законы и кодексы).

3. История казачества Азиатской России: в трёх томах. Т.3 XX век – Екатеринбург : УрО РАН, 1995. – 270 с.

4. Электронный справочник «Ермак – бренд России: Тюменский регион». Тюмень.

ДОРОГИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА ЮЖНОЙ ЧАСТИ ТЕЛЕЦКОГО ОЗЕРА

С. А. Столяров

*Алтайская региональная общественная организация
«Институт социальных проблем»*

Инфраструктура (от лат. *infra* – ниже, под и *structura* – строение, расположение) – совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей народного хозяйства и обеспечения условий жизнедеятельности общества. В общем смысле различают производственную (дороги, каналы, порты, склады, системы связи и др.) и социальную (школы, больницы, театры, стадионы и др.) инфраструктуру. Термином «инфраструктура» обозначают и комплекс так называемых инфраструктурных отраслей хозяйства (транспорт, связь, образование, здравоохранение и др.).

Под инфраструктурой туризма понимается совокупность служб и систем, необходимых для обеспечения максимально комфортного оказания туристических услуг. Ее создают различные хозяйственные субъекты, как организации, так и частные лица. Инфраструктура туризма включает в себя ряд элементов:

- обеспечивающих гостеприимство – в них сосредоточены субъекты, ответственные за проживание и питание туристов;
- необходимых для нормального функционирования туристического бизнеса (здания, сооружения, организации, дороги, связь, электроэнергия, транспорт, страхование и пр.);
- непосредственно участвующих в процессе формирования туристического продукта, но имеющие возможность существования и без самих туристов (кафе, бары, рестораны, прокатные пункты, музеи, зоопарки и пр.) – деятельность субъектов, входящих в данную группу расширяется в местах скопления туристов;
- непосредственно занятых туристическим бизнесом и относящиеся к его производственной инфраструктуре.

Инфраструктура туризма и ее развитие напрямую связано с экономикой страны. На неё также оказывают влияние политические, научно-технические, культурные, демографические и иные факторы. Она, как обеспечивающее звено, представляет собой механизм, который должен работать бесперебойно. От того как работает отдельное его звено, зависит деятельность всего механизма. В развитой экономике туризму и его инфраструктуре выделяется все больше средств. Соз-

даются основания для прилива в страну доходов за счет туристов, расширяются внешние связи. И, наоборот, при снижении экономической активности, инфляции, ужесточении таможенных условий и наличии других неблагоприятных факторов индустрия туризма начинает разрушаться. На развитие туризма напрямую воздействуют и социально-демографические факторы, например, чем выше численность населения, особенно городского, тем больше предпосылок для развития туризма (городской житель, в силу особенностей его жизни, больше подвержен стрессу и депрессии, поэтому нуждается в отдыхе и смене впечатлений чаще, чем деревенский).

Туризм является прибыльной отраслью, а те страны и регионы, которые вкладывают в него свои средства и уделяют ему повышенное внимание, получают значительный вклад в экономику. Следовательно, туризм напрямую влияет на рост поступлений в бюджет не только страны, но и конкретного региона и муниципалитета. Кроме того, создаются новые рабочие места и повышается уровень доходов работников туристической сферы.

Разновидностью туризма является автомобильный туризм, позволяющий посетить большое количество туристических объектов в довольно короткие сроки, а также отдохнуть в самостоятельно выбранных местах. Наше исследование было посвящено состоянию дорог южной части Телецкого озера Республики Алтай (с точки зрения туриста), так как они являются важнейшей составляющей инфраструктуры туризма и от их состояния напрямую зависит возможность оказания туристических услуг, ведь до нужного места туристу необходимо, по меньшей мере, как-то добраться. Однако добраться туда на автомобиле не так-то просто.

Одним из самых интересных мест Горного Алтая является южная часть Телецкого озера. Чистый воздух, красивые пейзажи, горные реки и водоящая в них рыба – все это привлекает туристов.

Наш маршрут пролегал от Горно-Алтайска до стоянки туристов в месте слияния рек Чульчи и Чулышман (Улаганский район Республики Алтай). Автомобильная дорога, начинающаяся от Горно-Алтайска, сдана в эксплуатацию относительно недавно, имеет несколько полос и довольно высокого качества, которое сохраняется и при прохождении горных перевалов (Семинский, Чике-Таман), что дает возможность привлекать туристов в республику. Общее время в пути от Горно-Алтайска до стоянки Чулышман – Чульча составляет около 13 часов, которое могло бы быть значительно сокращено при улучшении качества дорог.

По мере продвижения вглубь Республики Алтай количество полос дороги уменьшается, но асфальт сохраняется до с. Акташ. Далее в сторону Телецкого озера идет гравийная дорога до перевала Кату-Ярык, качество которой уже оставляет желать лучшего.

Следующим испытанием для туриста, едущего на легковом автомобиле, является сам перевал Кату-Ярык (южноалт. Кату Ярык), расположенный на 31 км автодороги Балыктуюль – Коо – Балыкча. До 1989 г. автомобильной дороги, спускающейся в долину реки Чулышман, не было – жители окрестных деревень пользовались крутой конной тропой, или же водным путём через Телецкое озеро. В 1987 г. по инициативе директора совхоза «Советский Алтай» А. В. Санаа началось строительство автомобильного спуска в долину Чулышмана. Открытие перевала Кату-Ярык состоялось в октябре 1989 г. Перевал представляет собой крутой спуск в долину реки Чулышман, проложенный в склоне горы, крутизна склона $\approx 70\%$ (63°). Высота от подножия – 800 м, длинна – 3,5 км, 9 поворотов, средний уклон – 18% (10°), покрытие – грунт, камни. Это единственный автомобильный спуск в долину Чулышмана. По этой дороге можно доехать до южной оконечности Телецкого озера.

Кату-Ярык – перевал уникальный, второго такого нет. Здесь нет классической, характерной для перевалов, симметрии: серпантин подъема – серпантин спуска. Ширина проезжей части дороги составляет около 4 м, поэтому движение вверх и вниз организовано по одной-единственной полосе. Чтобы избежать столкновения, в местах поворотов сделаны «карманы», в которых нужно останавливаться для пропуска автомобиля, едущего в противоположном направлении. Качество дороги невысокое, по всему маршрут встречаются большие валуны, которые затрудняют движение и заставляют их объезжать, по и без того узкой дороге. Спуск вниз – довольно серьезное испытание для неподготовленного водителя, так как из-за постоянного использования тормозов колесные диски сильно нагреваются. Это заставляет водителя несколько раз останавливаться в «карманах» для снижения температуры. Путеводители (которые мы, к сожалению, до путешествия не удосужились прочесть) указывают, что дорога под силу опытному водителю, сидящему за рулем надежной машины, поэтому перевозить пассажиров по перевалу не рекомендуется. Собственный опыт, полученный при спуске по перевалу, говорит о том, что водителю пугаться некогда – ехать нужно, а вот пассажирам – тем страшно (девочка 14 лет буквально плакала от страха, спускаясь в автомобиле).

После спуска вниз турист попадает в живописную долину, по которой течет р. Чулышман. По долине проложена дорога из крупного щебня, по которой возможно ехать со скоростью не более 20 км/ч, поэтому время пути от перевала до следующей большой стоянки (в месте слияния рек Чульча и Чулышман) составило 2 часа при расстоянии около 20 км. Место стоянки живописное, с двух сторон окружают горы, рядом протекает река. Сама стоянка огорожена, снабжена примитивными туалетами, есть несколько домиков, кафе, баня, места для разбивки палаток, расположенные на берегу реки. Стоянку держит алтаец, что является своего рода гарантией конфликтов с местными жителями в данном пункте обитания туристов. Он же осуществляет перевозку желающих через р. Чулышман на территорию Алтайского государственного заповедника, где туристы, входящие в урочище Аккурум, могут ознакомиться с местными достопримечательностями (каменные грибы, водопад Учар и пр.). Температура воды в горной реке даже в жаркий день не превышает 15-16 градусов, однако рядом имеются небольшие заводы, где вода может прогреваться до 20 градусов. В реке ловится на удочку хариус. Как видно, предпосылки для отдыха на природе имеются.

Далее на пути к Телецкому озеру расположены села: Коо, Кокбаш, Балыкча, Атышту. После чего цивилизация заканчивается, а с ней и дороги.

Обратный путь был сопряжен с теми же трудностями проезда, кроме того, после подъезда к перевалу Кату-Ярык и осмотра первой части подъема этого перевала, было выявлено несколько ям, ранее отсутствовавших при спуске с него и затруднявших движение легковых автомобилей по маршруту, при этом дождей в этот период не наблюдалось. По версии некоторых туристов, ямы появляются благодаря стараниям местных жителей, оказывающих услуги по буксированию автомобилей. И на самом деле, у подножья перевала стоял большой грузовик – полноприводный автомобиль ЗИЛ-157, за рулем которого сидел алтаец. Он за «умеренную» плату – 1000 руб. до первого поворота перевала (а их всего 9) – был готов везти наш автомобиль на буксире.

Перед нами перевал попытался пройти кроссовер «Субару», но приостановившись в яме, забуксовал на щебенке, и только лишь включив второй мост, он смог двигаться вверх. Здесь нужно отметить одну особенность: при движении вверх по склону основная нагрузка приходится на задние колеса машины, а передние, наоборот, разгружаются. И в случае остановки и пробуксовки переднеприводных автомобилей ведущие колеса скользят как по роликам на гравийной дороге, выбра-

сывая щебенку из под колес, при этом сам автомобиль стоит на месте (местные жители ездят на внедорожниках УАЗ и полноприводных грузовиках типа ГАЗ-66, ЗИЛ-157 и т. п.).

Переднеприводный «Додж-Караван» попробовал самостоятельно пройти перевал, для чего мы, как могли, заложили ямы камнями, и со второй попытки, при активном участии других членов группы (толкавших автомобиль), преодолел труднопроходимый участок и поднялся по склону.

Водитель второй машины «Ниссан-Ноут» (автор этих строк) не стал рисковать, высадил пассажиров, которые прошли пешком весь перевал, и заказал буксировку автомобиля до первого поворота – впечатление не для слабонервных. Несмотря на малую скорость движения – у автомобиля ЗИЛ-157 были включены все мосты и их блокировка – из-под его колес поднялась настоящая песчаная буря, и водитель с трудом различал задний борт буксировщика. После прохождения первого отрезка пути и остановки в кармане, где был отцеплен буксирный трос, «Ноут» самостоятельно прошел весь перевал. Дальнейший путь пройден без особых приключений.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что дорожная инфраструктура южной части Телецкого озера (имеющей большую привлекательность для туристов) развита недостаточно и не способствует привлечению автотуристов (полноприводные кроссоверы и внедорожники есть не у всех категорий населения). Это влечет за собой низкую посещаемость туристами данного рекреационного объекта и уменьшает возможность получения доходов субъектом Федерации и муниципалитетом.

Одним из выходов в данной ситуации может быть модернизация дороги в районе перевала Кату-Ярык с укладкой асфальта и оснащение ее светофорами, регулирующими движение по единственной полосе, или реконструкция дороги с расширением ее до двух полос. При этом проезд по перевалу можно сделать платным. Это поможет увеличить количество туристов, желающих посетить южную часть Телецкого озера, что приведет к росту доходов муниципалитета и республики Горный Алтай, а также повысит занятость местного населения в сфере туристического бизнеса.

При этом нужно учитывать, что рост количества туристов неизбежно приведет к увеличению рекреационной нагрузки на природу Горного Алтая и некоторому изменению структуры занятости местного населения, что требует проведения дополнительных исследований.

Список использованных источников:

1. Республика Алтай. Путеводитель с картами. – Барнаул, 2011. – С. 129-130
2. <http://biznestoday.ru/turizm/1399-infrastruktura-turizma.html>
3. <http://www.chuya-rally.ru/load/28-1-0-89>
4. <http://ru.wikipedia.org>

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРАЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ

К. В. Захарова

Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского

Актуальность формирования интеграционных объединений в сфере туризма объясняется тем, что в современных условиях модель туристического рынка, при которой каждое туристическое предприятие является обособленной и независимой единицей, является экономически нецелесообразной. Небольшие размеры крымских туристических предприятий, учитывая их высокую востребованность со стороны внутренних и внешних туристов, ставят их в невыгодное положение по сравнению с их аналогами в других странах. Вместо эффективной системы существования небольшого количества предприятий, сегодняшняя ситуация такова, что большое количество туристических предприятий пытаются обслужить одни и те же рынки. В результате мы имеем группу предприятий на грани выживания, конкурирующих друг с другом, вместо того чтобы сотрудничать в целях увеличения количества обслуженных туристов и улучшения качества оказываемых туристических услуг [3].

Положение усугубляется разрушением существовавших при плановой экономике хозяйственных связей, отсутствием зрелой рыночной инфраструктуры, сокращением платежеспособного спроса, а также общим кризисным состоянием туристического комплекса, характеризующегося низким качеством обслуживания, высокой стоимостью путевок, обострением экологических и политических проблем и др. [1, с. 118].

В современный период многие граждане реализуют конституционное право на отдых через занятие туризмом, что влечет обязанность общества предоставлять им реальные, эффективные возможности доступа к путешествиям и туризму.

Развитие рынка туристских услуг вызывает необходимость разработки средств регулирования отношений в сфере туристической деятельности. На современной стадии становления украинской экономики большое значение приобретает решение вопросов защиты прав туристов при оказании туристических услуг.

Неполнота и противоречивость правовых норм, регулирующих поведение субъектов туристической деятельности, недостаточная разработанность понятийного аппарата, а в отдельных случаях и отсутствие правового регулирования на практике создают серьезные препятствия на пути разработки и применения правовых средств защиты граждан на отдых, ведут к нарушению прав потребителей-туристов.

Отношения в сфере туристской деятельности представляют собой комплексные общественные отношения, регулируемые нормами гражданского, административного, налогового законодательства и т. д. Однако большинство норм, регулирующих туристскую деятельность, обладает гражданско-правовой сущностью.

За последнее десятилетие украинская действительность существенно изменилась. Принятие принципиально нового законодательства, отвечающего потребностям рыночной экономики, наряду с его позитивным значением, привело к нестабильности и неравномерности развития всей правовой системы. Поэтому весьма актуальными являются комплексные исследования, которые позволяют выявить основные тенденции в функционировании этой системы. Недостаточная научная разработка общих вопросов сдерживает и развитие прикладных исследований, особенно в относительно новых сферах правового регулирования, к каковым относится и туристическая деятельность.

Исправить ситуацию можно путем восстановления хозяйственных связей между участниками туристического рынка. Туристическая отрасль относится к отраслям, имеющим широко разветвленные внутриотраслевые и межотраслевые связи. При отсутствии эффективной базы туристической сферы (размещение, питание, отдых, развлечения и т. д.) с одной стороны, и отсутствии постоянного туристического потока с другой, туристические предприятия работают не эффективно, с высокой степенью риска [4, с. 62].

Следует отметить, что неэффективность функционирования туризма в Украине и Крыму в наибольшей степени определяется тем, что в нем не учитывается такой важный его процесс, как объединение туристических субъектов в крупную конкурентоспособную организацию, не используется зарубежный опыт создания альянсов, корпораций, групп и др. Туристические предприятия в основном представлены

как самостоятельные субъекты, не желающие вступать в интеграционное взаимодействие с другими туристическими и иными предприятиями. Данное «нежелание», по мнению автора, происходит по нескольким причинам:

1) отсутствие информации у руководства туристических организаций относительно целесообразности и эффективности интеграционного взаимодействия с иными субъектами;

2) отсутствие гибкости в принятии решений у руководства туристической фирмы;

3) нежелание открывать иным лицам информацию, касательно доходов, расходов, и другую информацию финансово-экономического характера, касательно деятельности туристического предприятия;

4) отсутствие государственной поддержки, касательно туристических объединений (льгот, программ и т. д.) и мн. др.

В Украине в условиях кризиса и нестабильной политической обстановки существуют проблемы, с которыми сталкиваются туристические фирмы при вертикальной интеграции причины данных проблем: неблагоприятные для развития туристических групп условия внешней экономической среды и трудности, обусловленные характеристиками внутренней среды данных интеграционных туристических образований.

Факторы, негативно влияющие на результаты работы и перспективы развития вертикально интегрированных туристических предприятий: ограниченные инвестиционные возможности, плохая управляемость группой, неэффективный менеджмент, отсутствие стратегических собственников в интеграционных туристических образованиях, отсутствие долгосрочной перспективы у источников конкурентоспособности, прежде всего на мировом туристическом рынке.

Именно высокий уровень глобализации экономики, явившейся следствием скачкообразного повышения конкуренции на рынках туристических услуг, дефицита финансовых, сырьевых и других ресурсов, а также мировой экономической кризис вынуждает современные туристические фирмы Украины и Крыма участвовать в интеграционных процессах, требует создания благоприятных условий для международного въездного и выездного туризма, формирования эффективной нормативно-правовой базы развития туризма, разработки здоровой политики, которая устроит конечного потребителя, и использование комплексного подхода в оценке эффективности интеграции туристических фирм.

Выход украинских туристических предприятий на мировой туристический рынок с целью обеспечения собственного выживания при-

вел, во-первых, к резкому снижению цены на туристические услуги и, во-вторых, к резкой конкуренции с зарубежными туристическими фирмами. Поэтому для выживания туристическим предприятиям Украины целесообразно осуществить поиск новых путей повышения эффективности деятельности, основанных на структурных изменениях.

С целью повышения эффективности функционирования сферы туризма, ограничение влияния сдерживающих факторов, их минимизации, создание условий для использования современных методов управления, основанных на оптимальном сочетании усилий и активов различных рыночных субъектов, необходима разработка механизмов реализации интеграции туристических предприятий с органами государственной власти.

Основными задачами интеграции предприятий туризма с государственными органами власти на современном этапе должны являться:

1) разработка современного законодательства, соответствующего принципам Конституции и Гражданского кодекса, нормам и принципам Европейского Союза, рекомендациям Всемирной туристской организации;

2) создание правовой среды, обеспечивающей развитие внутреннего и въездного туризма как прибыльной отрасли российской экономики;

3) обеспечение гарантий качества предоставляемых услуг в сфере туризма;

4) защита прав и интересов туристов и организаций туристской индустрии;

5) создание нормативно-правовой базы, способствующей устойчивому развитию туризма.

Государственное регулирование туристической деятельности в Украине осуществляется для того, чтобы, прежде всего, обеспечить соблюдение права на отдых, свободу передвижения и некоторых других прав.

Также не следует забывать, что туризм неразрывно связан с использованием разнообразных природных ресурсов, поэтому еще одной из важнейших целей государства является охрана окружающей природной среды, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия. Немаловажным является и создание благоприятных условий для всех видов деятельности, направленных на воспитание, образование и оздоровление туристов.

Туристическая деятельность признается одной из приоритетных отраслей экономики, поэтому особое внимание должно быть уделено

созданию и совершенствованию туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, увеличению доходов государства. Все это является абсолютно необходимым для полноценного развития туризма на территории нашего государства.

Государственные органы власти, осуществляя свои полномочия, влияющие на создание рыночных условий, в которых функционируют туристические предприятия, утверждают и создают правовое поле, налоговую и бюджетную политику [5]. Предприниматели не только приспосабливаются к рынку, но и пытаются влиять на него, отстаивая свои права и интересы. Кроме того, важным является факт совпадения целей, которые стремятся достичь эти две стороны туристических предприятий при отстаивании собственных интересов на государственном уровне (рисунок 1).

Ответственными за реализацию концепции государственного регулирования, а также ее исполнителями являются государственные органы и их представительства на местах.

Целесообразным, по нашему мнению, является создание центрального органа, например в форме Координационного совета, который функционировал бы на базе Государственной службы туризма и курортов Украины и имел представительства в регионах. Состав данного совета должен формироваться не только из работников государственных органов власти разных уровней, но и представителей общественных туристических организаций, сформированных интеграционных объединений. В процессе проведения заседаний должно осуществляться приглашение участников сферы туризма, представителей смежных с туризмом сфер экономики, заслушивание их предложений по совершенствованию туристической деятельности, разработки программ ее развития.

При этом следует отметить, что выбор формы интеграционных образований должен совершаться с учетом не только стратегических намерений субъектов туристического бизнеса, но и уровня совершенства институциональной среды, в которой они работают и которая сложилась на данный момент в стране. Несвершенство правовых норм и законодательных актов побуждает к интеграции с органами государственной власти с целью снижения рисков рыночного взаимодействия и усиления рыночных позиций туристической фирмы.



Рисунок 1 – Интеграция туристических предприятий с органами государственной власти

Признание государством туризма как приоритетной отрасли экономики Украины, что подтверждается Указом Президента Украины от 10.08.1999 г. № 973 «Об основных направлениях развития туризма в Украине до 2010 года», Постановлением Кабинета Министров от

29.04.02 г. № 502 «Об утверждении государственной программы развития туризма в Украине на 2002-2010 годы» и многочисленными региональными программами развития туризма, диктует необходимость использования всех возможных рычагов и инструментов повышения эффективности его функционирования. Особую важность данное обстоятельство приобретает для регионов, обладающих значительным туристическо-рекреационным потенциалом.

Комплексный механизм стимулирования развития интеграционных туристических предприятий представляет собой «систему экономических, мотивационных, организационных, политических и правовых способов целенаправленного воздействия субъектов хозяйствования и воздействия на их деятельность, обеспечивающих согласование интересов взаимодействующих сторон, объектов и субъектов управления» [2, с. 63] и включает: цели управления; количественный аналог целей – критерии управления; факторы управления – элементы объекта управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей; методы воздействия на данные факторы управления; ресурсы управления – материальные и финансовые ресурсы, социальный и организационный потенциалы [4, с. 50]. Интеграционная модель взаимодействия туристических предприятий призвана обеспечить комплексный, системный подход в воздействии государства на динамику и структуру въездного туризма, повысить его роль в формировании и продвижении за рубеж отечественных туристских продуктов.

Выводы:

При реализации запланированных мероприятий формирования интеграционных связей туристических предприятий и органов государственной власти может осуществляться в следующих основных формах:

- общественного объединения, целью которого является представление интересов частного сектора через лоббирование интересов и влияния на общественный сектор. В данном случае участники, создавая объединения, будут стремиться к достижению массовости на туристическом рынке;

- лоббистской структуры, основной целью которой является объединение крупных участников туристического рынка с целью отстаивания общих экономических интересов;

- экспертной структуры, целью которой является разработка нормативных актов и программ, осуществление исследовательской работы;

- делового клуба, целью которого является формирование неформальных контактов между туристическими предприятиями, государством и средствами массовой информации.

Таким образом, интеграция туристических предприятий с органами государственной власти позволит повысить эффективность функционирования сферы туризма, ограничить влияние сдерживающих факторов, минимизировать их, создать условия для использования современных методов управления, основанных на оптимальном сочетании усилий и активов различных рыночных субъектов в сфере туризма.

Список использованных источников:

1. **Зиновьев, Ф. В.** Механизмы повышения конкурентоспособности в стратегии развития курортно-рекреационной сферы / Ф. В. Зиновьев // Методические аспекты формирования стратегии экономической деятельности / Ф. В. Зиновьев, В. Е. Реутов, Е. И. Осадчий, А. С. Горда. – Симферополь : ТОВ “ДіАйПі”, 2007. – С. 117–124.

2. **Литовченко, А. Ю.** Влияние процессов глобализации международной интеграции на развитие сферы туристических услуг в России: дис. на соискание ученой степени кандидата экон. наук: спец. 08.00.14 «Мировая экономика» / А. Ю. Литовченко – Краснодар, 2008. – 256 с.

3. **Мігущенко, Ю. В.** Напрями регулювання структурних диспропорцій в туристичній сфері країн центрально-східної та південної Європи: досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі [Електронний ресурс] / Ю. В. Мігущенко. – Режим доступу : <http://niss.lviv.ua/analytics/78.htm>.

4. **Сарапіна, О. А.** Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності функціонування і розвитку туристично-рекреаційних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидату экон. наук: спец. 08.06.01- економіка, організація і управління підприємством / О. А. Сарапіна – К., 2005. – 26 с.

5. Стратегія сталого розвитку туризму і курортів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>.

ШКОЛЬНЫЙ КЛУБ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ
«ШЕСТОЙ КОНТИНЕНТ» – ПРОЕКТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ОБРАЗОВАНИЯ, ТУРБИЗНЕСА И КУЛЬТУРЫ

Т. Н. Иванова

Алтайская государственная педагогическая академия

О. В. Суворова

ООО «Шестой континент»

Актуализируя внимание на проблемах социализации, развития личности, профессионального воспитания школьников [1; 2; 4; 6] и тенденций детского (школьного) туризма в России [5; 6], нами разработан и внедряется проект «Школьный клуб путешественников «Шестой континент». Это площадка для взаимодействия профессионального образования в сфере туризма и сервиса, школы и предприятия туризма в условиях кластерного подхода в образовании и развития отечественной, региональной туриндустрии. В качестве координатора выступает туристическая компания ООО «Шестой континент» – туроператор внутреннего туризма, официальный представитель санатория «России» (г. Белокуриха) в Барнауле. Активными субъектами определены школы (как имеющие опыт организации путешествий, так и не имеющие), Студенческий отряд организаторов путешествий (в составе студенты вузов и сузов г. Барнаула, готовящих специалистов в сфере КССиТ), музеи, пропагандирующие опыт путешествия (школьные, муниципальные и др.), коллектив авторов-экскурсоводов, туроператоры других регионов и стран СНГ. Проект направлен на развитие школьного туризма в Алтайском крае как социально-педагогического, экономического и культурного феномена.

Педагогическому коллективу школы в рамках проекта предлагаются следующие форматы участия: Программа воспитательной работы классного руководителя «Наш класс – путешественник» [7], Программа внеурочной работы по предметам естественнонаучного и гуманитарного циклов «Предмет оживает в путешествии» [1] и Программа развития школьного музея «Наша школа – путешественница» [9]. Вариант участия в проекте – Программа развития школы «Школа-путешественница» – является одним из эффективных и выступает основанием для организации экспериментальной площадки (8). Соответственно перед субъектами проекта – общеобразовательными учреждениями – стоят специфические цели, но путешествие становится универсальным инструментом их достижения.

Студенческий отряд организаторов путешествий – один из активных субъектов реализации проекта. Он станет одной из составляющих социализации студенческой молодежи и подготовит его участников к инновационной профессиональной деятельности [4]. В рамках проекта студенты будут готовиться к трудовой деятельности: освоят культурные ценности и умение их использовать в трудовой сфере; разовьют свои способности и будут проводить мероприятия по профессиональной ориентации школьников; помогут им в профессиональном самоопределении. В рамках Школьного клуба путешественников фирма «Шестой континент» готова быть площадкой для прохождения всех видов практики студотрядовцами.

ООО «Шестой континент» предлагает на рынок детского туризма новый продукт «Циклограмму путешествий на учебный год». В данной Программе систематизированы разноплановые туры, экскурсии и походы и сориентированы на конкретные этапы учебного и воспитательного процесса. Педагогическая целесообразность программ стала успехом их продвижения – выявляются и формируются взаимные потребности в путешествии у детей, родителей, педагогов.

Основным технологическим принципом организации всех составляющих проекта: педагогической, экономической и музееологической является интеграция. Понятие «интеграция» напрямую связано с понятием «система» [3]. Именно к целостности система приходит посредством интеграции, которая в свою очередь считается важным показателем эффективности системы. Спроектирована взаимная адаптация технологий бизнеса с технологиями образовательными и воспитательными (в том числе в музейном деле).

Инновационная культура – это готовность и способность общества вести инновационную деятельность во всех её проявлениях. Проект «Школьный клуб путешественников» позволит сформировать единое инновационное культурное пространство [10]. В нем будет происходить процесс внедрения преобразований одновременно в сферу обучения и воспитания школьников, студентов. Фундаментальная наука будет интегрировать в индустрию туризма. Результатом таких новшеств следует ожидать изменение технологической составляющей непрерывного образования в сфере СКСиТ Алтайского края и технологий детского туризма в регионе.

Список использованных источников:

1. **Григорьев, Д. В.** Внеурочная деятельность школьников. Методический конструктор: пособие для учителя / Д. В. Григорьев, П. В. Степанов. – М. : Просвещение, 2010. – 223 с.
2. Извлечения из письма Министерства образования РФ от 24.04.2002 г. № 13-51-28/13 «О повышении воспитательного потенциала общеобразовательного процесса в общеобразовательном учреждении» // Справочник классного руководителя: пособие для учителя. – М. : Просвещение, 2011. – С. 68-75.
3. Интеграция общего и дополнительного образования: практическое пособие / под ред. Е. Б. Евладовой, А. В. Золотаревой, С. Л. Паладьева. – М. : АРКТИ, 2006. – 296 с.
4. **Кондратьева, Я. В.** Проблемы социальной работы с молодежью: учебник / Я. В. Кондратьева. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2011. – 278 с.
5. **Константинов, Ю. С.** Педагогика школьного туризма: учеб.-метод. пособ., 2-е изд., доп. / Ю. С. Константинов, В. М. Куликов. – М.: ФЦДЮТиК, 2006. – 208 с.
6. **Новиков, В. С.** Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Новиков. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
7. Развитие личности школьника в воспитательном пространстве: проблемы управления / под ред. Н. Л. Селивановой. – М. : Педагогическое общество России, 2001. – 284 с.
8. **Смирнов, А. В.** Образовательные кластеры и инновационное обучение в вузе: монография / А. В. Смирнов. – Казань : РИЦ «Школа», 2010. – 102 с.
9. **Столяров, Б. А.** Музейная педагогика. История, теория, практика: учеб. пособие / Б. А. Столяров. – М. : Высш.шк., 2004 – 216 с.
10. **Ясвин, В. А.** Образовательная среда: от моделирования к проектированию / В. А. Ясвин. – М. : Смысл, 2001. – 365 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КИТАЙСКОГО АЛТАЯ

А. В. Кротов, А. В. Стародубов
Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Территория Алтайских гор является связующим регионом Азии. Это своеобразный центр Азии, а по другим источникам – Евразии. Здесь ленточные боры Юго-западной Сибири граничат со степями и

пустынями Центральной Азии, а также сходятся границы четырех крупнейших государств – России, Китая, Казахстана и Монголии.

Большой Алтай отличается завидным числом археологических и историко-культурных объектов, а также этнокультурным разнообразием. Кроме того, здесь, на протяжении нескольких сотен лет, живут представители славянского, тюркского, монгольского и китайского этносов. Несмотря на сложную историю взаимоотношений между этими народами, сегодня здесь не видно ни попыток мести за исторические обиды, ни желания использовать сложные моменты в истории для решения политических задач сегодняшнего дня.

Алтай – центр социокультурного объединения народов на фоне обострения религиозных и этнических конфликтов во всем мире. Китайский Алтай занимает всю северную часть Синьцзян-Уйгурского автономного района, который расположен в северо-западной части Китая.

Насыщенная история Северо-Западного Китая создала возможность для накопления достаточного количества разнообразных рекреационных ресурсов в этой части Большого Алтая. С древних времен Восточный Туркестан, а потом и Синьцзян являлись многонациональными регионами, что позволяло им сохранять и развивать богатую этническую культуру. Примером такого уникального взаимопроникновения культур является Парк Красная Горка в Урумчи с уникальной природой, дружелюбной культурной атмосферой, изумительной архитектурой и современной цивилизацией, сочетающей разнообразные ландшафты и захватывающие аттракционы.

Рассмотрим основные туристические достопримечательности Китайского Алтая. Одним из основных мест для отдыха является туристическая зона Канас. Её площадь составляет около 10 тыс. км². Это живописное место в центре Северного Синьцзяна находится рядом с Казахстаном, Россией и Монголией. На берегах озера Канас произрастают почти 800 видов растений и обитает 39 видов животных, 117 видов птиц и более 300 видов насекомых. На юге озера видна укутанная снегом гора Куйтун с возвышающимся пиком. В водах озера Канас можно увидеть «Сокровище Света», или, как его называют местные жители, «Свет Будды». Это отражение красивейших видов белоснежных ледников на фоне зеленых пастбищ и лесов.

В 50 м от восточного побережья Канаса можно обнаружить более 10 петроглифов. На одном из камней, на гладкой поверхности, изображены коза, кабан, еж, птица и другие животные. На другом камне изображены лошади, овцы, олени, волки. На противоположной сторо-

не камня, обращённой к озеру, изображены животные, охота, сцена боя и танца.

Кроме того, в китайской части Алтайских гор расположен горный массив Танну-Богдо-Ола. Ледники массива – крупнейшие на Алтае. В верхней части массива расположено 35 ледников общей площадью около 150 км², крупнейшие из которых – ледники Потанина и Пржевальского – названы в честь русских исследователей.

Ущелье Гоцзы соединяет Илийскую долину с озером Сайрам-Нур. Длина ущелья – 28 км. Тесное, зажатое между отвесными отрогами, ущелье Гоцзы славится своей неприступностью. За разнообразие растительного покрова ущелье Гоцзы получило название «долина десяти тысяч цветов» и «райского уголка». В конце лета и начале осени здесь можно наблюдать одновременно пейзажи четырех времен года: покрытые снегом горные пики олицетворяют зимний пейзаж, обилие плодов говорит о том, что наступила осень, пестрый ковер трав напоминает март в Южном Китае.

В китайском Алтае на самом севере Синьцзян-Уйгурского Автономного района есть два уникальных места с типичным рельефом. Этот рельеф формировался на протяжении десятков тысяч лет под воздействием сухих ветров, дующих со стороны жаркой пустыни. Одно из этих мест – «Город демонов». Скалы различной формы и высоты, овраги и утесы, издавна похожи на фигуры демонов с оскаленными мордами и разнообразных фантастических животных.

Другое место – разноцветный пляж Синьцзяна, который находится недалеко от уезда Бурджин на берегу реки Иртыш. Скалы в результате эрозии приобрели необыкновенную расцветку. Здесь можно увидеть все оттенки охры, шоколадный и медный цвета, сменяющиеся насыщенным пурпурным, а затем бледно-лиловым цветом. Особенно красиво берег переливается в лучах заходящего солнца. На скалах ничего не растет, и тем удивительнее смотрится противоположная сторона Иртыша, поросшая густыми березовыми рощами. Разноцветный пляж находится недалеко от заповедной зоны озера Канас. По пути к нему можно также увидеть крупнейшую в Китае ветроэлектростанцию.

В северной части уезда Фухай находятся теплые источники Алашань. Это целое скопление горячих ключей: Молочный, Горячий, Белый, Холодный, Сердечный, Змеиный, два источника «Глазки» – всего восемь. В воде источников содержится радон, что делает их целебными. Лежат источники в живописном окружении хвойно-лиственных рощ. В летне-осенний сезон сюда приезжают туристы, а также люди,

которые желают вылечиться от многих болезней. Оборудованы термы, где можно купаться в природной теплой воде.

Кроме того, к ценным рекреационным ресурсам можно отнести и Долину Бабочек, которая находится в горном ущелье на южном склоне Алтайских гор в пределах уезда Фухай. По дну ущелья протекает бурная горная речка, вокруг произрастает луговая растительность, цветущие травы образуют пестрый ковер. Летом здесь можно наблюдать огромное количество бабочек, порхающих над цветами. Именно за это долина получила свое название.

Но каким бы богатым рекреационным потенциалом не обладал регион, всё преимущество сводит на нет удалённость Алтая от крупных городов, а значит, и от основных поставщиков туристов. Так, Пекин находится на удалении в 3500 км от г. Алтая, а Шанхай на расстоянии – 4300 км. Прямого же авиационного и автобусного сообщения с городами Европы и Азии не существует: приходится делать пересадку в Урумчи.

Состояние дорог на границе с Россией и близ хр. Танну-Богдо-Ола оставляет желать лучшего, т. е. это грунтовые дороги с односторонним движением. И лишь на юге озера Канас ситуация меняется коренным образом – появляется автострада с асфальтовым покрытием.

В турзоне оз. Канас все объекты находятся в пределах часовой доступности для туристов, благодаря сети деревянных дорожек, которые существенно увеличивают пропускную способность туристического комплекса.

Главным поставщиком туристов для рассматриваемого нами региона является само собой Китайская Народная Республика. Поэтому правильно будет показать сравнительные характеристики этих объектов.

ИРЧП – Индекс развития человеческого потенциала, включающий в себя показатели ВВП на душу населения с учетом паритетной покупательной способности валюты, средний продолжительности жизни населения и уровня образования.

Таблица 1 – Сравнительные показатели СУАР и КНР

ПОКАЗАТЕЛЬ	КНР	СУАР
ИРЧП	0,669	0,774
ВВП на душу населения	4 264 \$	3682 \$
Число туристов	557 млн. чел	20 млн. чел

В настоящий момент все части Большого Алтая конкурируют между собой, что не даёт им в полной мере раскрыть рекреационный потенциал. Мы считаем, что для более эффективного развития данного региона необходимо разделить «сферы влияния» между регионами Алтая. Так, Казахский Алтай сможет специализироваться на горнолыжном туризме, Синьцзян-Уйгурский автономный район, Ховдский и Баян-Ульгийский аймаки – на экскурсионном туризме благодаря большому числу памятников природы и культуры народов Китая и Монголии. Республика Горный Алтай может, в будущем, стать крупным центром экстремального и самодетельного туризма.

Одним из наиболее полных и достоверных источников информации о рекреационных ресурсах Китая является путеводитель «The National Geographic Traveler Китай». Однако в нём, несмотря на внушительный объём – почти 400 страниц – полностью отсутствует информация о туристических объектах Алтайской префектуры Синьцзян-Уйгурского Автономного района.

Стоит отметить, что найти качественную, достоверную, подробную и обновлённую информацию нельзя и в сети интернет, не говоря уже о представленности её на разных языках. На большинстве информационных порталов находится одна и та же информация о туристической зоне озера Канас, которая больше носит физико-географический характер, нежели рекреационный.

Наиболее полную и достоверную информацию предоставляет лишь китайская энциклопедия Байду, что, безусловно, вызывает определённые трудности, связанные с языковым барьером. Именно поэтому нам приходилось полагаться в том числе на собственные впечатления и знания, полученные в ходе путешествия по китайской части Большого Алтая.

Список использованных источников:

1. **Ткаченко, Г. А.** Культура Китая. – М. : Изд-во Муравей, 1999. – С. 75.
2. **Штритмаер, К.** Инструкция по применению: Китай. – М. : Изд-во Аякс-Пресс, 2006. – С. 55.
3. **Харпер, Д.** THE NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER КИТАЙ. – М. : Изд-во АСТ, Астрель, 2007. – 390 с.
4. Туристический портал Sohu. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://travel.sohu.com/>
5. Туристический портал E-long. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://trip.elong.com/>

6. Электронная энциклопедия Байду. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baike.baidu.com/>

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ

А. А. Кольцова

Институт водных и экологических проблем ДВО РАН Хабаровск

Лечебно-оздоровительный туризм в связи с высокой значимостью рекреации в современном обществе является одним из наиболее актуальных направлений развития туристической сферы на Дальнем Востоке. Одной из перспективных территорий для развития данного вида туризма является Хабаровский край, обладающий уникальным лечебным природно-ресурсным потенциалом.

На территории края насчитывается более 15 месторождений лечебных минеральных источников, при этом почти все термальные источники относятся к азотно-кремнистым термальным водам, которые являются одними из наиболее высокоэффективных в лечебном плане. Достаточно богат Хабаровский край и в отношении месторождений лечебных грязей. Вдоль Амура и его притоков выявлены огромные запасы торфяных лечебных грязей: месторождение «Бичевское», «Гурское», «Эльбанское». Высокой лечебной ценностью обладают также сапропелевые грязи озера Гавань и сульфидные иловые грязи побережья Татарского пролива. Разнообразная флора и фауна, живописные ландшафты, климат, морские воды также могут быть вовлечены в лечебно-оздоровительный процесс. Наибольшим потенциалом для развития лечебно-оздоровительного туризма обладают курорт Анненские воды, Гумнинские минеральные воды, Тырминский источник, источники Тутто и Чиполи [3].

Не смотря на столь богатую обеспеченность природными лечебными факторами, лечебно-оздоровительный туризм в крае практически не развит. Хабаровский край входит в число неблагоприятных территорий по состоянию здоровья населения. Продолжительность жизни населения края в 2011 г. составила 67,4 лет, что остается ниже среднего по России [1]. Показатели смертности превышают показатели рождаемости, ежегодная естественная убыль населения составляет более 2000 человек. Отмечается рост уровня заболеваемости взрослого и детского населения. Результатом отрицательных демографических тенденций является ослабление общего экономического потенциала территории края.

Сложившаяся ситуация говорит о том, что в настоящий момент недооценивается возможность улучшения здоровья за счет немедикаментозных способов лечения, а именно использования природных лечебных факторов. Процент путешествий с лечебно-оздоровительными целями очень низкий и составляет по состоянию на 2011 г. всего 5,5 % в общем объеме внутреннего потока [4].

Основная цель работы – определить группы лимитирующих факторов развития лечебно-оздоровительного туризма и рассмотреть возможные пути решения проблем.

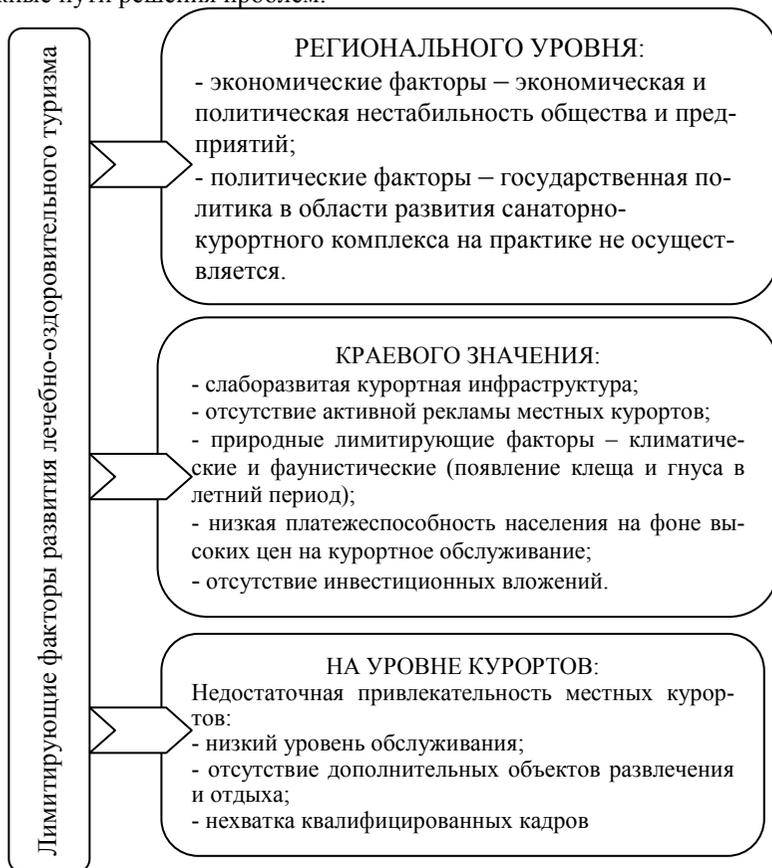


Рисунок 1 – Факторы, препятствующие развитию лечебно-оздоровительного туризма в Хабаровском крае

Основная проблема развития лечебно-оздоровительного туризма – это недостаточная привлекательность местных курортов для туристов. Заполнение санаториев происходит преимущественно за счет путевок, реализуемых через Фонд социального страхования. Уникальность курортов, в первую очередь, обеспечивается наличием необходимых лечебных факторов, но, как показывает опыт, этого недостаточно, так как полноценное развитие туристической дестинации невозможно без дополнительных объектов. Главным недостатком в работе местных лечебно-оздоровительных учреждений является нацеленность только на категорию больных людей. Необходима ориентация санаториев на более платежеспособную категорию, в том числе молодежь и иностранных туристов, желающих не просто поправить здоровье, а получить комплексный турпродукт, который включает разнообразные программы и экскурсии, более качественное обслуживание.

Для повышения привлекательности местных курортов предлагается реализация следующих мероприятий:

1. С целью формирования у населения мотивации здорового образа жизни, а также повышения осведомленности о богатствах родного края и популярности лечебно-оздоровительного туризма целесообразно активное маркетинговое продвижение местных курортов.

2. Улучшение инфраструктуры курортов: ремонт корпусов и дорог, модернизация оборудования, создание спр-центров, обустройство парковых зон для прогулок и зон отдыха.

3. Необходимо создание сопутствующих объектов, способных привлечь внимание туристов, например, необычное кафе с местной национальной кухней, красивый парк или смотровая площадка, лавка с сувенирами, музеи, мини-зоопарки с представителями фауны Хабаровского края. Чем больше удобств сможет предложить туристам курорт, тем выше шансы привлечь туда гостей.

4. Обучение и стажировка персонала, ведь наличие хороших специалистов по привлекательной цене (гирудотерапевты, специалисты по массажу) будет являться хорошим стимулом для совершения поездки.

5. Расширение комплекса лечебных услуг, использование всего комплекса лечебных факторов – организация фитотерапии, апите-рапии, климатолечения, процедур лечебной верховой езды, создание маршрутов для терренкура и т. д.

6. Повышение уникальности курорта за счет необычной формы организации экскурсии или отдыха. Примером может служить опыт других регионов, так в Европе значительным успехом пользуются оте-

ли-сеновалы. Для Хабаровского края возможна организация необычных условий проживания в жилищах коренных народов с погружением в быт и культуру.

7. Организация экскурсий и развлекательных мероприятий, например, создание пунктов проката велосипедов, проведение рыболовных туров, конных поездок, сбора трав и грибов в летний период, и организация зимних видов спорта (катание на санях, коньках, снегоходах).

Перечисленные меры способны повысить туристическую привлекательность и конкурентоспособность курортов, тем самым позволит заинтересовать и привлечь туристов не только с Хабаровского края, но и с соседних регионов.

Координирующую роль в развитии туризма играют непосредственно органы местной власти, которые со своей стороны должны создать благоприятную социально-экономическую и политическую атмосферу за счет принятия следующих мер:

1. Проведение маркетинговой политики по формированию имиджа Хабаровского края как курортного региона на Дальневосточном и международном туристическом рынке, что позволит привлечь инвесторов и создать благоприятное общественное мнение о местных здравницах

2. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в рамках класстерной политики, которая позволит сформировать единое направление по освоению лечебно-оздоровительных местностей, привлечь как можно больше участников в процесс формирования конкурентоспособного турпродукта.

3. Активное вовлечение в процесс формирования турпродукта местного населения, для привлечения которого необходима государственная поддержка в форме дотаций и налоговых льгот.

4. Повышение транспортной доступности курортов за счет пересмотра тарифов на внутренние авиаперевозки, а также улучшения качества дорог.

Таким образом, активное развитие лечебно-оздоровительного туризма, с одной стороны, будет способствовать снижению заболеваемости населения за счет профилактики и укрепления здоровья, улучшит качество жизни граждан, с другой стороны, позволит увеличить бюджет территории и доходы местного населения.

Список использованных источников:

1. Государственная целевая программа Хабаровского края «Развитие здравоохранения Хабаровского края» от 20.04.2012 № 127-пр.

2. **Завгорудько, В. Н.**, Рекреационный туризм в курортных зонах Дальнего Востока / В. Н. Завгорудько, Г. В. Завгорудько, С. В. Сидоренко, Т. И. Завгорудько. – Хабаровск : ДВГМУ, 2007. – 160 с.

3. **Завгорудько, В. Н.** Грязелечение на Дальнем Востоке / В. Н. Завгорудько, Т. И. Завгорудько, В. В. Чаков, С. В. Сидоренко, В. В. Кортелев. – Хабаровск : ДВГМУ, 2005. – 115 с.

4. Развитие туризма в Хабаровском крае: Стат. Сб. / Хабаровск-стат. – Хабаровск, 2009. – 81 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА

К. В. Мотуз, Е. Ю. Пашкова
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова

Алтайский край многие воспринимают лишь агропромышленным регионом. Это резонно, учитывая, что Алтайский край занимает первое место в России по площадям пашни (6,5 млн. га.) и посевным площадям (5,4 млн. га.), третье место по поголовью крупнорогатого скота (902,5 тыс. голов) и одно из ведущих мест по поголовью свиней (569,6 тыс. голов) и овец (215,6 тыс. голов) [1]. Пищевая и перерабатывающая промышленность края занимает лидирующие позиции с СФО. Алтайский край занимает третьи места в СФО по индексу промышленного производства в обрабатывающем секторе (110,7 %) и по обработке древесины и производству изделий из дерева. На российском уровне можно выделить производство муки (1,25 млн. т.) – 1 место. Производство сыра (68,5 тыс. т.) – 1 место. Производство крупы (230 тыс. т.) – 2 место [2].

Однако потенциал Алтайского края огромен и не до конца раскрыт в других отраслях экономики. В частности хотелось бы отметить туристский потенциал края. Природно-климатические условия, простор алтайских ландшафтов сравним разве только с широтой русской души. Степи соседствуют с ленточными борами, степные озера в одной части края сменяются горами в другой. Все это притягивает ежегодно миллионы туристов. Приятно отметить, что Администрация Алтайского края большое значение в последнее уделяет туризму. Развитие нормативно-правовой базы как катализатора для инвестиционного климата региона. Уже сегодня на лицо положительная динамика: за десять лет объем инвестиций увеличился более чем в три раза. В 2012 г. объем инвестиций в основной капитал, по оценке, составил 85,8 млрд. рублей (112,5 % к уровню

2011 г.). За январь-декабрь 2012 г. доля собственных средств предприятий в объеме инвестиций в основной капитал составила 42,4 %, соответственно доля привлеченных средств – 57,6 %. В 2011 г. за аналогичный период доля собственных средств предприятий составляла 40,8 %, а привлеченных – 59,2 % [3].

Среди основных документов, регулирующих туристскую деятельность в Алтайском крае, следует выделить Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г., Постановление Правительства от 18.07.2007 г. «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта», Постановление Администрации Алтайского края от 23.12.2010 г. об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2010-2016 годы, Постановление Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. «О создании на территории Алтайского района Алтайского края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа», Постановление Администрации Алтайского края от 09. 09.2009 г. О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр в игорной зоне «Сибирская зона» в Алтайском районе Алтайского края, закон Алтайского края «Об инвестиционной деятельности в Алтайском крае» от 09.12.1998 г, постановление администрации края «О мерах государственного стимулирования инвестиционной деятельности в Алтайском крае» от 15.09.2007 г.

Эти документы регулируют не только деятельность организаций, предоставляющих туристские услуги, но и условия для инвестирования, устанавливая льготы и преференции для инвесторов.

Туристский продукт Алтайского края уникален и обладает рядом преимуществ перед другими туристскими центрами. Во-первых, это самобытность края и наличие уникальных природных мест, не тронутых человеком и не подверженных его воздействию. Во-вторых, Алтайский край может предложить разнообразные виды туризма. Это и экстремальный туризм (сплав по горным рекам, дельтапланеризм, альпинизм, горные лыжи и сноуборд), событийный туризм (праздник сыра, выставки меда, сыра, Шукшинские чтения, Рождественские чтения, фольклорный фестиваль «Троицкие гуляния»), сельский туризм. Отметим, что в Алтайском крае действует программа развития сельского туризма, в рамках которой оказывается государственная поддержка этому виду туризма. Лечебно-оздоровительный туризм (уникальные виды лечебно-оздоровительных процедур: радоновые ванны, пантолечение, траволечение и другие). В-третьих, следует выделить игорную

зону, которая расположена на территории края, единственный в Сибири комплекс развлечений и отдыха с эксклюзивными игорными заведениями, отелями и виллами, вписанный в горную местность, парками аттракционов и спортивными центрами. Также преимуществами Алтайского края как туристского центра является его всепогодность и позитивный образ края, обеспечивающий социальное спокойствие и безопасность пребывания.

Алтайский край принимает активное участие в федеральной целевой программе 2011 г. «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2016 гг.», в который включены туристско-рекреационный кластер «Белокуриха» на территории города Белокуриха и Смоленского района и автотуристический кластер «Золотые ворота» в г. Бийске [4]. В рамках этой программы из федерального бюджета в край поступило 281 млн. рублей.

Туризм на Алтае пока только развивается. Приоритетными направлениями в этой отрасли согласно долгосрочной целевой программе «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011-2016 гг. являются:

1. Создание системы туристских кластеров для обеспечения развития объектов туризма и сопутствующей инфраструктуры, привлечение инвестиций в туристскую индустрию.
2. Улучшение качества туристских и сопутствующих услуг.
3. Формирование имиджа Алтайского края как центра всепогодного туризма.
4. Разработка стратегии продвижения туристского продукта Алтайского края и ее реализация.
5. Научное обеспечение развития туристской деятельности [5].

Конечно, перед краем стоят многие проблемы, которые надо планомерно решать, назовем основные из них:

1. Недостаточная конкурентоспособность турпродукта по соотношению «цена – качество». К сожалению, на сегодняшний день сложилась такая ситуация, что даже российскому туристу выгоднее съездить за границу. Также следует отметить, что цены не соответствуют условиям размещения и квалификации персонала.

2. Туристский поток в крае пока только территориальный и сезонный. Необходимо создать такие условия, при которых туристы посещали край не только летом. Уровень туристов, посещающих край в зимний период, меньше, а весной и осенью и вовсе оставляет желать лучшего. Турпоток, как уже отмечалось, носит территориальный характер. Около 70 % его приходится на Алтайский район и городкурорт Белокуриху. Это влечет значительную нагрузку на природную

среду, повышает требования к состоянию транспортной инфраструктуры.

3. Недостаточно развита инфраструктура края. Необходимо постоянно поддерживать федеральную трассу М-52 в удовлетворительном состоянии, бороться с ее перегруженностью. Все это снижает привлекательность края. Если говорить о внутрикраевых дорогах, то их тоже следует планомерно приводить в порядок, поскольку они обеспечивают доступ туристов к таким туристско-рекреационным зонам, как Горная Кольвань, р. Чарыш, озера Кулундинской степи и др.

4. Уровень развития сферы развлечений также низок, мало количество объектов показа, слабая оборудованность объектов, пригодных для посещения туристами. Материально-техническая база (оборудование, экипировка, оснащение), квалификация персонала, недостаточное разнообразие туров (активный, культурно-познавательный, исторический туризм и в особенности комплексные туры) в настоящее время не в полной мере соответствуют ожиданиям туристов. В сфере пассивного отдыха слабо представлены зарекомендовавшие себя во всем мире развлекательные объекты – аквапарки, парки аттракционов, киноконцертные комплексы, картинги, различные стадионы и т. д. Также необходимо увеличение количества проводимых массовых культурных мероприятий. Отсутствие достаточного предложения в данной сфере ведет к уменьшению турпотока и кратковременности пребывания туриста на территории

5. Дефицит квалифицированной рабочей силы среднего и начального звена, высокий уровень теневой занятости;

6. Каналы продажи (сбыта) турпродукта слабо налажены, прежде всего, среди целевой аудитории – регионов Сибирского федерального округа. Недостаточная информированность потенциальных туристов о возможностях лечения и отдыха в крае, особенно в межсезонье; необходим качественный маркетинг и продвижение территории.

7. Низкий уровень стандартизации туристских услуг. Необходимо разработать стандарты для реализации туристских услуг, что поможет контролировать деятельность организаций, занятых в этой сфере.

Для продвижения Алтайского края как туристского центра следует учитывать его географическое положение и климатические условия. Необходимо создать и закрепить среди туристов положительное мнение об Алтайском крае, рекламировать и представлять край зарубежом. Туристская отрасль в Алтайском крае только набирает обороты и потребует вложений не только материальных, но и расширение кадрового состава, что несомненно улучшит социальную обстановку в крае.

Предоставление гарантий и льгот для инвесторов стимулирует развитие экономики края.

Автор данной статьи считает, что туристская отрасль в Алтайском крае перспективна. Экономика должна быть многоотраслевым комплексом, это делает ее более гибкой и устойчивой перед новыми вызовами.

Список использованных источников:

1. Справочник инвестора 2013. Под редакцией М. П. Щетинина – Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края. – 2013 г. – с. 18.
2. Справочник инвестора 2013. Под редакцией М. П. Щетинина – Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края. – 2013г. – с. 17.
3. Инвестиционная активность в Алтайском крае за 2012 год [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.econom22.Ru/investment/InvActivnost/>
4. Гарант [Электронный ресурс] / Информационно-правовой портал. – Режим доступа : <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6640029/>, свободный. – Загл.с.экрана.
5. Постановление Администрации Алтайского края № 583 от 23.12.2010 г. об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2010-2016 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://alttur22.ru/zakonodatelstvo/pravovye_akty_altajskogo_kraya/

PECULIARITIES OF DESIGNING AND ORGANIZING
A HISTORIC-TOURIST GAME «THE MYSTERIES
OF THE EMERALD VALLEY» FOR SCHOOLCHILDREN
OF USSURIYSK

*N. V. Negoda, M. V. Gushchina, T. K. Kravchenko
Far Eastern Federal University, Ussuriysk branch*

Proper development of schoolchildren and their integration into public life requires organizing their outings with tourist purposes. Therefore, designing a historic-sports tourist game for schoolchildren is a major city event related to children's tourism.

Organizing this game on International Tourist Day enables to acquaint the schoolchildren with tourism and its professional people. The concept of

the game is developed and discussed in the course of “Brainstorming”, which results in defining the event as a historic-sports game.

Senior schoolchildren were chosen as the target participants of this game, as they have necessary knowledge in order to participate in it; besides, they are a united team after having studied together for a long time.

The historic-landscape park “The Emerald Valley” is chosen as the venue for the game (Figure 1). The managers of the park provide necessary assistance for this event.



Figure 1 – Schoolchildren in front of the park before the game

The park represents a historical complex telling about the Ancient Russia and peoples of Prymorskiy Krai. In the close vicinity to the park are the ancient historic monuments: settlements of Jurchen (XII-XIII A.D.) and Mokhask (III-IV A. D.), which are regular archeological digs. At present the park is under construction: interesting objects emerge on its territory virtually every day. The exterior appearance of the park is being created in Ancient Russia architecture style.

In order to organize the historic-sports game “The Mysteries of the Emerald Valley”, it is necessary to obtain the city administration’s permission and to place the information about it on its site, as this is the city event which invites the city schools, which, in their turn, receive the information directly from the administration’s site. Moreover, without the administration permission, no school has the right to participate in the game.

The game regulations, as an official document, are in the first place approved by the Far Eastern Federal University (FEFU) administration, and then coordinated with the City’s Department of education.

In order to make the event more effective, it makes sense to invite 5 schools to take part in the game, as the bus admits only 25 seats, but given a great interest in the game, it is played in two shifts [1].

Even with ten teams instead of five, it was impossible to involve all those interested. Such a commotion testifies to a great interest of the city's schools in extracurricular activities, as well as to the pupils' extended outlook. However, it is impossible to invite more than ten teams, since the third shift would mean additional two hours of the game, and in that case the pupils would have to return home in the dark, which is not permissible [2].

Organizing the event and awarding the winners and participants requires the financial support of sponsors. They can be attracted with the help of mass media. The most efficient information partners, who published reports about the game, were the newspaper "Communar", news Internet-portal "Gold of Ussuriysk", the site of Ussuriysk branch of Far Eastern Federal University and us-sk.ru. The sponsors of the game "The Mysteries of the Emerald Valley" were the administration of Ussuriysk branch of FEFU, which provided the bus to transfer the participants, the book store "Stalker", which provided prizes, and the café "Gallery", which volunteered with fresh bakery products for tea. Thus, necessary material assistance for the game was accepted from quite different organizations. To consolidate the relationship with the sponsors and information partners, after the event they were awarded with "thank you" letters.

The game itself consists in competitions among the teams in three areas simultaneously, namely, in physical training (Figure 2), in knowledge of Prymorskiy Krai's history, and in sporting-tourist orientation.



Figure 2 – The schoolchildren on the obstacle track during the game

In order to grant all the participants equal opportunities irrespective of their knowledge of the objects' location, each team was given the plan of

the park (Figure 3), where the objects are indicated by drawings. There were 11 objects chosen as the points to be found by the participants and tasks to be done. Each object was encoded as a logical puzzle or a rhyming puzzle. The example of such a puzzle is as follows: “The cold stone , alive and sighted; They bend in front of it; All spirit’s forces are covered up in it; The savages are circling in a passionate dance; Spinning more and more delighted.” In this way the students encode Idols, presented at one of the stations. The participants search for the task at each station and only when they have done it, they are given the clue for the next object.

On the day of the game the school representatives accompanying the participants are invited into the pavilion, where there is a finishing point. The rules are explained to the pupils before the game. In the beginning, they pick up turns, according to which they find out who will be their supervisor on their route, as a supervisor is in charge of a certain route. Despite the fact that the routes are developed so as to prevent different teams from intersecting, that very thing happened, as different participants require different amount of time.

In order for the teams not to cross at certain points, the teams’ supervisors, whose destination is still occupied, take the schoolchildren to some other point, stop the time and then resume, when the object is vacant. This helps to prevent overhearing the solutions of the puzzles.

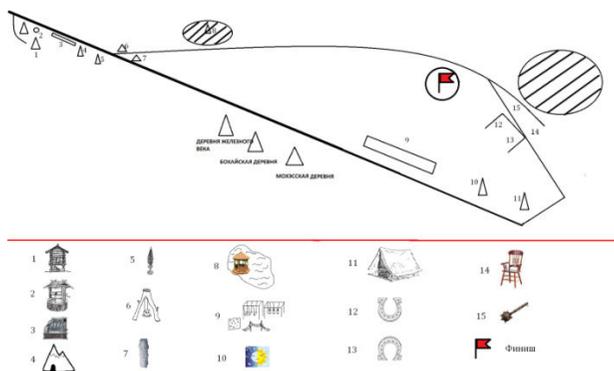


Figure 3 – Map-scheme of the objects’ location

The game is planned in such a way, that after the end of the first shift, there is no considerable time left before the second shift for the teams. After finishing the second shift, all the participants are offered hot tea and dessert. In this way the pupils are encouraged to finish the game efficiently.

Overall, all the tasks were quite feasible, except for the quiz on Prymorskiy Krai history, in which the best team answered 7 questions out of 10. As far as physical training is concerned, it manifests the teams' unity best of all.

The winner of the game is the team, which covered the route in the shortest amount of time, scored the most points for the tasks and showed itself as the most united team.

Among all the teams which participated in the game, apart from the winners, there were four teams awarded in the nomination: "The most sporting team", "The most erudite team", "The most united team", and "The merriest team". It is very important to award all the schoolchildren some way or another, for them not to feel inferior. After the awarding ceremony, the teams share their impressions of the game. Such feedback is necessary for analyzing the game and planning further events.

Positive impressions testify to the proper planning of the event. Besides, the schoolchildren are ready to take part in the game again, which shows their interest in this activity. Such a competition is not only good entertainment or a tourist event, but it enables the University to pursue their career orientation purposes, as the students, who organized the game, demonstrate in practice what they have been taught at their University.

Summing it up, it may be stated, that the goals set for the game have been achieved to a full extent, in particular: promotion of healthy way of life, acquiring knowledge of geography and history of Prymorskiy Krai, fostering mutual assistance, cultivating love for sports and responsibility for their team.

For the students majoring in "Socio-cultural service and tourism" such an activity and its analysis is of a paramount importance in formation of prospective specialists. In the process of organizing this event the students display their organizational skills, try themselves in fund raising, organize a PR-campaign for this event, and interact with mass media. During the game they display the abilities of time-planning, handling non-standard situations, monitoring safety procedures. After the game, the students write press releases independently, learning to accentuate the most important issues and sum them up.

Thus, the historic-tourist game "The mysteries of the Emerald Valley" has become a valuable experience both for the organizers and the participants, enriching their knowledge about their local history.

References:

1. **Вольхин, С. Н.** Охрана труда на производстве и в учебном процессе. – М. : Издательство НЦ ЭНАС, 2006. – 227 с.
2. **Сластенин, В. А.** Спортивная педагогика: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов. – М. : Академия, 2002. – 576 с.
3. Volkhin S. N. Health and safety regulations at work and at school. – Moscow: NC ENAS, 2006. – 227 p.
4. Slastenin V. A. Sports education science: Handout for students of pedagogical institutions / V. A. Slastenin, I. F. Isaev, E. N. Shiyarov. – Moscow : Academia, 2002. – 576 p.

ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ГПЗ «СТОЛБЫ»)

С. В. Чипура

Сибирский Федеральный университет

Заповедники являются весомой частью общекультурного процесса, и именно с этих позиций нужно рассматривать охраняемые территории. Для них характерны научная, воспитательная и образовательная ценности [1].

Воспитательная ценность. Заповедные объекты привязывают нацию к культуре, истории, традициям, памятникам, красоте природы, всему тому, что воспитывает патриотизм. Без созерцания детьми заповедных объектов невозможно их воспитание патриотами своей страны.

Активное созерцание ландшафтов, их исследование с соблюдением принципов экологического туризма «Смотри – не навреди, сможешь – исправь!» способствует становлению мощного воспитательного эффекта.

Любовь к родине и любовь к природе – вещи взаимосвязанные: без заповедной дикой природы нет любви к природе, а без любви к природе невозможна любовь к родине.

Научная ценность. Заповедная природа – ресурс для изысканий, полевая лаборатория как для базовых, так и прикладных научных исследований. Заповедная природа – эталон для мониторинга. Только при помощи заповедных территорий можно понять функционирование природных процессов.

Образовательная ценность. В ненарушенной заповедной природе сокрыт большой образовательный ресурс, при помощи которого чело-

век создает для себя представление об окружающем его мире и о его месте в этом мире. Деятель заповедного дела США Милс писал еще в 1924 г.: «Заповедники предотвращают нарушения законов лучше, чем полиция, лечат с большим успехом, чем врачи, дают больше идей, чем доклады на моральную тему, больше образуют, чем школы».

Особенность и специфика развития системы экологического туризма на территории ООПТ в том, чтобы при сохранении в ненарушенном виде экологической чистоты природных территорий обеспечить доступ к ним широких масс населения, требующих в свою очередь реализации экологически взаимообусловленных механизмов:

- природоохранных – охрана природных ценностей от неуправляемого потока туристов;
- экономических – получение средств от посещения туристами природных территорий;
- социальных – воспитание любви к природе и предоставление людям возможности полноценного духовного и физического отдыха в общении с нею [4].

Так, экотуризм на территории ООПТ (равно как и на других участках) включает в себя три ключевых критерия:

1. Основные привлекающие туристов достопримечательности (в основном природные – флора, фауна, геологические особенности).
2. Особенности культурной среды (акцент делается на изучении и понимании ресурсов как таковых).
3. Деятельность туристов и других участников экотуризма, оказывающих мягкое воздействие на физическую и культурную среду в посещаемом районе.

Следовательно, «экотуризм должен быть взаимосвязанным с понятием устойчивого развития, не превышая рекреационную емкость посещаемых территорий, будучи приемлемым для местных сообществ и поддерживая их» [3].

Государственный природный заповедник «Столбы» (далее по тексту ГПЗ «Столбы») основан в 1925 г. по инициативе жителей города для сохранения живописных сиенитовых скал. Занимает 47154 га. Он расположен на северо-западных отрогах Восточного Саяна, граничащих со Средне-Сибирским плоскогорьем. С северо-востока территория граничит с пригородом города Красноярск. Горные породы представлены осадочными и вулканогенными толщами, возраста от рифея до каменноугольного периода. На территории расположено более 100 скал, высота которых достигает 90 м. К ним приурочены уникальные поля карстовых воронок, пещеры глубиной до 100 м: «Ледяная мок-

рая», «Ледянка», «Барсучья», «Лисья», «Водораздельная», «Гнилая», «Компас», «Песчаная», исчезающие под землей реки, «каменный городок» и др.

Своеобразие животного мира заповедника обусловлено его положением на стыке Алтае-Саянской горной тайги, лесостепи Красноярской котловины и подзоны южной тайги Сибири. В фауне заповедника преобладают виды западных районов юга тайги. Большинство млекопитающих заповедника – лесные и таежные виды. Орнитофауна представлена 199 видами птиц.

Территория заповедника зонирована соответственно разным режимам природопользования. Выделены: зона строгого заповедного режима, буферная зона и туристско-экскурсионный район (ТЭР), открытый для свободного посещения.

150 лет назад в заповеднике «Столбы» возникло уникальное социальное явление – «столбизм». Творческие и увлеченные общей идеей люди, спортсмены и энтузиасты, неформально, но позитивно мыслящая молодежь, объединились в уникальную общность. Объединенные общей идеей – покорением скал без страховки – соблюдающие неукоснительные заповеди заповедной природы, они стали брендом, знаковым символом заповедника, его «хранителями». Многие скальные массивы воспитали известных скалолазов и альпинистов, создав уникальную площадку по подготовке непревзойденных в своем мастерстве спортсменов: Абалаковы, Теплых, Губанов и др.

Итак, данная территория (ТЭР) обладает особыми условиями, необходимыми для внедрения в жизнь практики устойчивого туризма по следующим основаниям:

1. ГПЗ «Столбы» является единственной структурой в городской черте и пригородах Красноярской агломерации, способной взять на себя функции планирования, управления и мониторинга эколого-туристской деятельностью, что является неременным условием экологического туризма.

2. ГПЗ «Столбы» имеет научный и эколого-просветительский отделы, в функции которых входит постоянный мониторинг природных экосистем. Это обуславливает высокую перспективность заповедника «Столбы» для организации любых видов познавательного туризма, студенческих практик, научных туров и волонтерских программ на сопредельных территориях.

3. Сочетание эколого-просветительской и эколого-туристской деятельности на базе ГПЗ «Столбы» значительно повысит эффективность экологического образования, позволит привлечь внимание ши-

рокой общественности к вопросам охраны природы и усилит общественную поддержку охраняемых территорий.

4. Уникальная форма социально-экологических взаимосвязей – движение «столбизм».

Благодаря вышеизложенному, заповедник «Столбы» является уникальным природным объектом, где исторически сложилась определённая экологическая субкультура.

Многолетний опыт сотрудничества ГПЗ «Столбы» с образовательными учреждениями города Красноярска, учреждениями культуры и спорта, другими структурами показывает, что социально-экономическая эффективность экологического туризма наиболее высока именно на местном и региональном уровнях. Поэтому территория ТЭР ГПЗ «Столбы» может стать реальным источником новых рабочих мест и дополнительных источников доходов в бюджет заповедника и местную экономику.

Развитие экотуризма на территории «Столбов» может содействовать привлечению к региону международного внимания и инвестиций, что, в свою очередь, усилит значимость уникальной охраняемой территории в глазах красноярцев, изменит их отношение к природоохранным проблемам [2].

Объектами экологического туризма на территории ГПЗ «Столбы» могут быть как природные: скалы, эндемичные и фоновые виды флоры и фауны, так и культурные достопримечательности: избы, культура, обычаи, традиции «столбистов», уникальные природно-антропогенные ландшафты, где традиционная культура составляет единое целое с окружающей природной средой.

Разработка и создание моделей и принципов – цель непрерывного деятельного экологического образования через выстраивание системы экологического туризма.

Известно, что чем активнее человек участвует в процессе интерактивного обучения, тем лучше он усваивает материал.

Следуя этому правилу, в заповеднике сделаны первые шаги к организации экологического туризма. В настоящее время уже апробированы и успешно развиваются такие формы, как полевые стационары, экспедиции, полевые лагеря и практики.

Ежегодно в течение 6 лет организуются детские осенне-зимние экспедиции, походы, полевые стационары в горно-таежную зону государственного природного заповедника «Столбы». Места проведения экспедиций постоянно меняются: от района Центрального скального

массива до лесничеств, расположенных в зоне строгого заповедного режима.

Основное преимущество таких выездных форм работы заключается в том, что они открывают широкие возможности изучения живых объектов в их естественной среде обитания, усвоение основных правил экологосообразного поведения на практике.

В заключении хотелось бы отметить важность ООПТ словами Генри Торо: «Городу повезло, если он не только содержит праведников, но и окружен лесами и болотами. Если в населенном людьми регионе имеется девственный лес – такой район будет давать не только зерно и картофель, но и философов и поэтов для будущих веков».

Список использованных источников:

1. **Бакка, С. В.** Принципы создания системы особо охраняемых природных территорий / С. В. Бакка // Предпосылки и перспективы формирования экологической сети Северной Евразии. Охрана живой природы, 1998, выпуск 1(9). – Нижний Новгород, 1998. – С. 8-9.

2. **Реймерс, Н. Ф.** Охрана природы и окружающей человека среды / Н. Ф. Реймерс. – М. :1982. – 243 с.

3. **Чипура, С. В.** Влияние ландшафтных особенностей природного парка Ергаки на территориальную организацию экологического туризма / С. В. Чипура // Всероссийская научно-практическая конференция: Организация территории: статика, динамика, управление: сб. ст. / БГПУ им. М. Акмуллы, УНЦ РАН, АН РБ. – Уфа : Изд-во БГПУ, 2010. – С. 194-199.

4. Экологический туризм на пути в Россию: принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула : ГрифиК, 2000. – С. 284

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ИНТЕНСИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ

А. М. Сазыкин

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

За 30 с небольшим лет как Китай перешел к политике «открытых дверей», он стал одним из мировых лидеров международного туризма. В 2011 г., по данным ООН ВТО, Китай вышел на 3-е место по прибытиям и на 4-е по доходам от туризма [2]. По прогнозам к 2020 г., Китай выйдет на первое место по всем основным показателям международного туризма. Благодаря большой численности населения и росту его

доходов, Китай значительно опережает все страны мира по развитию внутреннего туризма.

Цель работы. Сравнить административные территории Китая по уровню развития въездного туризма.

Методика. Интенсивность туризма административных территорий Китая определялась методом многопризнаковой типологии. Основным источником исходных данных послужил сайт Национального бюро статистики Китая [1]. Использовались материалы по площади, численности населения, валовому региональному продукту (ВРП), объему экспорта, прибытиям иностранных туристов, доходам от международного туризма на 2010 г. в разрезе административно-территориальных единиц КНР. Были рассчитаны показатели: интенсивность прибытий (количество туристов / население), плотность прибытий (прибытия / площадь, км²), доход от туризма на 1 жителя (доход / население), плотность доходов от туризма (доход / площадь), доля туризма в ВРП, доля туризма в экспорте. Каждый показатель ранжировался по 10-балльной шкале, и далее определялась сумма в баллах всех показателей для каждой административной территории. При ранжировании использовалась арифметическая прогрессия, за исключением показателей плотности прибытий и плотности доходов из-за высокого разброса значений, так как иначе все провинции относились бы к 1 группе, а города центрального подчинения имели бы 10 баллов. Весовые коэффициенты не вводились, т. е. значимость каждого показателя условно считалась равной другим. Результаты рейтинговой оценки интенсивности развития туризма по административным территориям Китая показаны в таблице 1.

Результаты. По уровню развития туризма территории Китая существенно отличаются. Абсолютными лидерами являются города центрального подчинения: Шанхай, Пекин, Тяньцзинь. Результат отчасти предсказуем из-за высокой аттрактивности больших городов при их относительно небольших размерах. Кроме того, отмеченные города отличаются лидерством по интенсивности прибытий, доходам, а также значимости туризма в экономике. Удивительным является то, что Шанхай опередил Пекин, хотя последний, в силу своей многовековой столичности, более обеспечен объектами туристской аттракции. Сказывается морское положение Шанхая, функционирование здесь свободной экономической зоны и крайне небольшие размеры городской территории. В Шанхае очень высока доля туристов, приезжающих не с целью познавательной рекреации, а скорее с деловыми и транзитными. Шанхай принимает больше иностранных туристов (5,9 млн.), чем Пе-

кин (4,2 млн.). Тяньцзинь, по сути, является спутником Пекина, его морскими воротами, что и определяет его третье место и одновременно снижает показатели столицы (статистика по территориям указывает только въезд в страну, прибытия иностранцев с других территорий Китая не учитывается).

Таблица 1 – Интенсивность туризма в административных территориях Китая (баллы)

Провинции	Интенсивность прибытий	Плотность прибытий	Доход на 1 жи- теля	Доход на 1 км ²	Доля в ВРП	Доля в экспор- те	Сумма баллов
Шанхай	10	10	10	10	10	2	52
Пекин	9	8	10	9	10	5	51
Тяньцзинь	5	8	4	7	5	2	31
Гуандун	3	6	5	7	8	2	31
Хайнань	3	4	2	4	5	8	26
Юньнань	2	3	2	3	5	10	25
Чжэцзян	4	6	3	6	4	1	24
Фуцзянь	2	4	3	5	6	3	23
Цзянсу	3	6	3	6	4	1	23
Шэньси	2	4	2	3	3	9	23
Ляонин	3	5	2	5	4	3	22
Тибетский	3	1	2	1	6	8	21
АР Вн. Мон- голия	3	2	1	1	2	10	19
Чунцин	2	4	1	4	3	5	19
Гуанси- Чжуанский АР	2	3	1	3	3	5	17
Хэйлунцзян	2	3	1	2	2	6	16
Шаньдун	2	5	1	4	2	1	15
Шаньси	1	3	1	2	2	6	15
Аньхой	1	4	1	3	2	3	14
Хубэй	1	4	1	3	2	2	13

Продолжение таблицы 1

Хунань	1	3	1	3	2	3	13
Хэнань	1	3	1	3	1	3	12
Цзилинь	1	3	1	2	1	4	12
Гуйчжоу	1	2	1	1	1	4	10
Хэбэй	1	3	1	2	1	2	10
Цзянси	1	2	1	2	1	2	9
Цинхай	1	1	1	1	1	3	8
Сычуань	1	2	1	1	1	1	7
Ганьсу	1	1	1	1	1	1	6
Нинся-Хуэйский АР	1	1	1	1	1	1	6
Синьцзян-Уйгурский АР	1	1	1	1	1	1	6

Третье-четвертое места занимает провинция Гуандун – лидер по иностранным туристским прибытиям (7,3 млн). В данном исследовании рассматриваются только прибытия «собственно иностранцев», национальная китайская статистика дает еще данные по прибытиям туристов-хуацао. В данном отношении Гуандун (24,1 млн) десятикратно опережает соседнюю провинцию Фуцзянь (2,5 млн, 2-е место). Высокие показатели провинции Гуандун обусловлены её близостью к Сянгану («южные ворота Китая») и Аомыню, а также Юго-Восточной Азии, наличием свободной экономической зоны Шэньчжэнь. Провинция уступает городам центрального подчинения из-за размеров территории и высокой численности населения.

Пятое место провинции Хайнань закономерно, так как это главная приморская рекреационная зона Китая, ориентированная на прием иностранных туристов.

На 6-м месте провинция Юньнань – далеко не самая экономически развитая территория Китая. Но приграничное положение и упрощенные туристские формальности обеспечили ей относительно высокий рейтинг. Большое значение для развития туризма в провинции имеет общая граница с Вьетнамом, который стал одним из ведущих поставщиков туристов в КНР. Это обусловлено ростом доходов вьетнамского населения, высокой долей китайской диаспоры в приграничных районах Вьетнама; одной из главных целей посещения вьетнамскими туристами Китая стали покупки товаров. При скромных показа-

телях ВРП провинции Юньнань, доля туризма в её экономике (особенно в экспорте) оказалась очень высокой.

Далее располагаются восточные приморские провинции, обладающие развитой экономикой и большим количеством достопримечательностей – Чжэцзянь, Фуцзянь, Цзянсу, Ляонин. В этот перечень попадает провинция Шэньси главным образом за счет административного центра Сиань (древняя столица Китая), известного terra-cotta армией.

На 12-13-ом местах находятся автономные районы Тибетский и Внутренняя Монголия. На этих территориях очень быстро растет количество иностранных туристов. Так, посещение Внутренней Монголии с 1990 г. выросло более чем в 100 раз. Въезд иностранцев в Тибет до начала 1990-х гг. административно ограничивался. Относительно высокий рейтинг автономных районов обусловлен низким уровнем развития хозяйства при высокой значимости туризма, а также малой численности населения.

Низкие показатели интенсивности развития туризма демонстрируют территории, характеризующиеся разным и достаточно выгодным географическим положением – приграничные Хэйлунцзян (16-е место), Цзилинь (22), Гуанси-Чжуанский автономный район, приморская провинция Шаньдун (17), центральные провинции Шаньси (18), Аньхой (19), Хубэй, Хунань (20-21), Хэнань (22). Для группы центральных провинций их низкое место в рейтинге отчасти объясняется тем, что посещение их туристами происходит не в первую очередь, а в ряду других пунктов маршрута, который, как правило, начинается в большом городе, являющимся крупным транспортным узлом, например, Шанхае, Гуанчжоу, Пекине, Тяньцзине, Сиани. Особенно это сказывается на показателях провинции Хэбэй (25-е место), располагающейся вблизи городов центрального подчинения Пекин и Тяньцзинь. Провинции Хэйлунцзян и Цзилинь посещаются преимущественно туристами из России, но приграничные территории Дальнего Востока имеют слишком малую численность населения, поэтому не в состоянии обеспечить высокую интенсивность прибытий и доходов от туризма в районах посещения. Жители центральных районов России посещают в основном Центральный, Восточный и Южный Китай.

Отстающими по интенсивности развития туризма являются центрально-северо-западные районы КНР: провинции Цинхай (27), Сычуань (28), Ганьсу (29), а также Нинься-Хуэйский (30) и Синьцзян-Уйгурский (31) автономные районы. Положение провинции Сычуань в

рейтинге явно не соответствует её туристскому природному и культурно-историческому потенциалу.

Вывод. Уровень развития туризма в КНР характеризуется значительными пространственными различиями, которые обусловлены совокупностью причин: специфика рекреационного потенциала, обеспеченность рекреационными ресурсами, рекреационно-географическое положение, социально-экономические предпосылки.

Список использованных источников:

1. National Bureau of Statistics of China [Electronic resource]. – URL: <http://www.stats.gov.cn/english/>

2. Tourism Highlight, 2012 Edition [Electronic resource] // UNWTO.– URL: <http://mkt.unwto.org/ru/node/36698>

ОРГАНИЗАЦИЯ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Н. Н. Шаховалов

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

Современная экономика, основанная на рыночных отношениях, требует новых подходов к формированию организационно-экономических принципов развития туристских организаций. В общесистемном аспекте такой подход был предложен в начале 90-х годов и основан на принципе бюджетирования [5].

Одним из этапов процесса управления турфирмой является планирование её деятельности. Как правило, изначально планы составляются в натуральных (не стоимостных) величинах. План, выраженный в стоимостной форме, называется финансовым планом. Если в финансовом плане отражены только расходы, то корректно называть такой план сметой расходов. Если же в нём, помимо расходов, отражаются и доходы, а также выводятся планируемые финансовые показатели, то такой план корректнее называть бюджетом.

Бюджет представляет собой количественное воплощение плана, характеризует доходы и расходы на определенный период и капитал, который необходимо привлечь для достижения заданных планом целей [1, с. 162]. Другими словами, бюджет показывает, как намеченные цели будут реализовываться.

С точки зрения отражаемых финансовых показателей, бюджет организации обычно включает в себя три основных вида планов: бюд-

жет доходов и расходов, бюджет движения средств и плановый баланс (бюджет по балансовому листу).

В бюджете доходов и расходов (БДР) отражаются доходы и расходы турфирмы. Этот бюджет является основным для управленцев. БДР, как правило, состоит из нескольких планов. Для турфирмы целесообразно иметь в его составе план продаж, план формирования туров (только для туроператоров), план оплаты труда (отдельно для постоянной и переменной её частей), план аренды, план других постоянных накладных расходов и план отдельных мероприятий. В последнем целесообразно объединить план рекламных и маркетинговых мероприятий, план командировок, план инвестиций и т. п. Все данные БДР должны быть сгруппированы по центрам финансовой ответственности (ЦФО) и статьям доходов и расходов, а также привязаны к конкретному месяцу. Форма бюджета должна позволять легко сравнивать его с отчётом о доходах и расходах, выводить каждый входящий в него план отдельно, выводить результирующий БДР за весь год и за каждый месяц, а также детализировать бюджетные показатели вплоть до списка составляющих их доходов и расходов [3].

Годовую сводную смету доходов и расходов удобно представлять в виде таблицы.

Процесс составления, исполнения и контроля бюджета в организации называется бюджетированием.

Сам процесс бюджетирования предусматривает творческий подход, готовых шаблонов и моделей не существует. Для каждого предприятия модель бюджетирования будет индивидуальной, и каждый менеджер будет по-своему ее представлять.

Важно также понимать, что бюджет необходим только самой компании, ее руководству и собственникам, государственные органы к процессу бюджетирования никакого отношения не имеют.

Процесс бюджетирования включает:

- подготовительный (аналитический) этап – общий анализ ситуации; необходимо понять, чего мы хотим от компании, кто является нашим потребителем и кто – конкурентом, чего мы хотим от бюджетирования и как этого достичь;
- этап планирования – составление конкретных планов, более детальный анализ состояния внешней и внутренней среды;
- непосредственно составление бюджетов (обязательно сопровождается контролем и внесением коррективов);
- общий анализ работы, ее результатов, выводы [4].

Смета доходов и расходов													
Доходы- расходы / Ме- сяц													
Реализация продукции (услуг)													
Выручка													
Заработная плата													
Производст- венная себе- стоимость													
Валовая при- быль													
Накладные расходы (по центрам за- трат)													
Бухгалтерия													
Отдел марке- тинга и т. д.													

Следует отметить, что среди этих этапов нет более или, наоборот, менее важных. Всех их надо рассматривать в совокупности и каждому уделить должное внимание.

Введение бюджетирования в турфирме – серьёзный шаг, который лучше всего оформить документально. Для этого в организации должно быть разработано, утверждено руководителем и доведено до исполнителей Положение о бюджетировании. В этом документе необходимо определить особенности составления, утверждения и исполнения бюджета конкретной фирмы [3].

Процесс бюджетирования начинается с решения общих вопросов: нужно обозначить цели компании, проанализировать внешнюю среду (анализ рынка) и возможные риски, определить показатели, которые будут использоваться для оценки бюджетного процесса, постараться предвидеть возможные изменения в планах. Все это представляет собой подготовительный этап. Уже на этом этапе нужно определить, кто будет заниматься бюджетированием и, соответственно, отвечать за него. В зависимости от размера и специфики деятельности организа-

ции это может быть один человек или целый отдел (бюджетный комитет). Членами бюджетного комитета должны быть руководители всех отделов и подразделений, так как один человек может что-то упустить. Возможен вариант, когда составлением бюджета занимается один отдел, а затем уже готовый проект бюджета обсуждается с руководителями всех служб. После совещания в бюджеты вносятся соответствующие коррективы. Принципиально одно: за процесс бюджетирования в целом должен отвечать один человек, который будет принимать окончательное решение по всем вопросам и разрешать возникающие проблемы. Он должен знать, откуда берутся эти цифры, почему они именно такие, как можно управлять ими. Именно он и будет принимать окончательное решение, и он же будет за него отвечать.

Руководство компании также должно разработать организационную структуру, определить и документально закрепить ответственность подразделений и лиц, отвечающих за их работу. Каждый менеджер должен быть закреплен за центром финансовой ответственности (ЦФО). Выделяют следующие центры ответственности: центр затрат – отвечает только за затраты; центр продаж – отвечает только за выручку; центр прибыли – отвечает и за затраты и за выручку; центр инвестиций – отвечает и за затраты, и за выручку, и за инвестиции [4].

Проект бюджета турфирмы может составляться по принципу «снизу-вверх» или по принципу «сверху-вниз». В первом случае руководитель турфирмы должен дать поручение руководителям ЦФО представить проекты бюджетов их центров лицу, составляющему проект общего бюджета организации. Такое поручение лучше оформить письменно (приказом или прописать в Положении о бюджетировании) с обязательным указанием срока представления

Если по каким-либо причинам нецелесообразно поручать планирование руководителям ЦФО (например, они только назначены и пока не владеют ситуацией в нужном для планирования объеме), можно использовать планирование «сверху-вниз». В этом случае весь проект бюджета (как по турфирме в целом, так и по каждому ЦФО в отдельности) составляет одно ответственное лицо. После составления проекта бюджета он должен согласовать его с руководителями ЦФО в части, касающейся планов их центров. А по результатам согласования откорректировать проект бюджета.

По окончании процесса составления плана и в том, и в другом случае руководители ЦФО должны быть готовы обосновать свои бюджетные показатели, а ответственное лицо – обосновать и защитить любой показатель всех ЦФО.

Как только проект бюджета готов, необходимо подписать его у руководителя турфирмы. Если же инициатором бюджетирования является он сам (а не собственники фирмы, например), то его подписью бюджет утверждается. Указанная процедура представляет собой защиту проекта бюджета его составителем. В ряде случаев на неё целесообразно пригласить и руководителей ЦФО. Как правило, руководитель турфирмы после обсуждения вносит в проект бюджета некоторые изменения и подписывает его в изменённом виде. После подписи проекта бюджета руководителем, документ перестаёт быть проектом и становится бюджетом. При этом руководитель должен понимать, что с этого момента он соглашается с каждой бюджетной цифрой. Если инициаторами бюджетирования турфирмы являлись её собственники, то бюджет необходимо утвердить не у руководителя организации (он в этом случае только подписывает бюджет), а непосредственно у них.

Однако не стоит считать бюджет догмой, не подлежащей изменению. Жизнь вносит в планы свои поправки. Если появляется такая необходимость, бюджет должен быть откорректирован с учётом изменившихся условий. Для этого в Положении о бюджетировании целесообразно предусмотреть процедуру корректировки бюджета: кто может выступать инициатором, кем утверждаются изменения и т. п.

Процесс бюджетирования не заканчивается на составлении определённого набора бюджетов. Во-первых, необходимо еще раз проверить и проанализировать составленные бюджеты, во-вторых, в конце планового периода необходимо проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы. Анализ результатов проводится путем расчета отклонений плановых показателей от фактических. После этого нужно выявить причины таких отклонений. Отклонения целесообразно рассчитать как в целом по предприятию, так и для отдельных бюджетов. Для наглядности можно построить такую таблицу [4]:

Показатели	План	Факт	Отклонение	Причины отклонений	Принятые меры
------------	------	------	------------	--------------------	---------------

В заключение отметим, что на практике неэффективной считается такая система бюджетирования, в которой отклонение фактических результатов от запланированных регулярно превышает 20-30 %, тогда как нормой является отклонение, не превышающее 5 %. Подобная ситуация представляет собой серьезную проблему, так как бюджет компании является основой для принятия оперативных управленческих решений.

Список использованных источников:

1. **Быстров, С. А.** Финансовый менеджмент в туризме [Текст] / С. А. Быстров. – СПб. : Издательский дом Герда, 2006. – 240 с.
2. **Ларионова, А. А.** Бюджетирование на предприятиях индустрии туризма [Электронный ресурс] / А. А. Ларионова // Финансовый менеджмент, 2007. – № 3. – Электрон, дан. – Режим доступа : <http://www.finman.ru/articles/2007/3/4847.html>. – Заглавие с экрана.
3. **Михаль, С. Н.** Особенности бюджетирования в турфирмах [Электронный ресурс] / С. Н. Михаль. – Электрон, дан. – Режим доступа: http://yourvariant.ru/byudzhetrovanie_v_turfirmeh. – Заглавие с экрана.
4. **Солнцев, И. В.** Общая схема постановки бюджетирования на предприятии [Электронный ресурс] / И. В. Солнцев. – Электрон, дан. – Режим доступа : <http://www.klerk.Ru/boss/articles/17763>. – Заглавие с экрана.
5. Управление затратами в туризме [Электронный ресурс]: лекция. – Электрон, дан. – Режим доступа : <http://www.turbooks.Ru/shporgalkilecii/page,7,3299-lekcija-upravlenie-zatratami-v-turizme.html>. – Заглавие с экрана.

«БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ» И ПЕРИФЕРИЙНЫЙ (СЕЛЬСКИЙ) ТУРИЗМ НА АЛТАЕ: ПАРТНЁРЫ ИЛИ КОНКУРЕНТЫ?

*А. А. Чернаков, Е. М. Кориневская
ООО «Спорт-мастер Алтай», г. Барнаул*

Известно, что всезнающий Интернет предоставляет сегодня возможность осуществлять обзор достижений различных регионов России в сфере туризма, одновременно расширяя представления о существующих направлениях, которые отражены всевозможными прилагательными.

В данном случае Алтайский край является безусловным лидером, где только на туристическом комплексе «Бирюзовая Катунь» представлено более десятка таких направлений.

Вместе с тем в сфере услуг туристского бизнеса как динамично развивающейся системе происходят трансформации, в результате которых возникают новые виды услуг: из существовавших до недавнего времени направлений туризма выделяются и начинают жить своей самостоятельной жизнью новые разновидности.

К одному из множества вновь возникших направлений туристской деятельности, следует отнести кластер событийного туризма. Алтай, как ни какой другой Российский регион, богат на события. Например,

празднования очередных годовщин выдающихся земляков: В. М. Шукшина, Г. С. Титова, Р. И. Рождественского, И. А. Пырѣва и др.

Однако постоянно действующим объектом, относящимся к кластеру событийного туризма, может стать сезонный этнографический музей, созданный на Алтае по примеру уже несколько лет действующего в Краснодарском крае этнографического комплекса «Казачья станица Атамань». Начав развиваться на не большой площадке в 20 га., отведѣнных на Таманском полуострове, объект вырос до знаменитой на всю страну достопримечательности, площадью уже более 50 га.(!), где ежедневно с кипучей энергией местного казачества происходит масса всевозможных мероприятий.

Соответственно, примером отделения от экстремального туризма прилагательного «приключенческий» могут служить сплавы на плотах по реке Мана – правого притока реки Енисей, устье которой находится в непосредственной близости от Красноярска. Сплавы по Мане также претендуют на приоритет создания отдельной разновидности туризма – кластера приключенческого туризма, осуществляемого по равнинным рекам – без спешки, созерцательно, «с толком и расстановкой», в духе героев Дж. Клапки Дж.; или героев известного произведения Марка Твена. Приключенческие путешествия по Мане уже сегодня являются весьма популярными у корпоративных клиентов и семей, включая детей от 3-х лет и домашних животных... Для путешествий используется обычные каркасные плоты, где в качестве плавучих элементов выступают обычные автомобильные камеры(!). Каждый плот оборудован биотуалетом и газовой плитой, что позволяет с комфортом плыть по реке весь день: от ночлега до ночлега, останавливаясь для разминок и купания на приглянувшемся пляже.

В данном случае необходимо отметить, что ниши представленных видов услуг туристского бизнеса на Алтае до сих пор остаются пустующими. Однако вопрос о том, будут ли созданы условия для развития новых направлений туристской деятельности, до сих пор остаѣтся открытым: необходимо учитывать два весьма существенных обстоятельства. Первое заключается в том, что сезонность названных видов туризма «съедает» надежды на рентабельность, тем самым наглухо закрывая путь к получению инвестиций на развитие. Об этом свидетельствуют официальные заключения экспертных комиссий, оценивающих целесообразность предоставления целевых грантов и безвозмездных субсидий, идущих на развитие предпринимательской деятельности.

Второе обстоятельство заключается в явном отсутствии у влиятельных структур заинтересованности создавать на Алтае точки роста периферийной туристской деятельности, которая может составить существенную конкуренцию туристскому комплексу «Бирюзовая Катунь». С позиций экономической целесообразности стремление обеспечить монополию на услуги в сфере туристского бизнеса вполне объяснимо: в ходе строительства объектов «Бирюзовой Катунь» израсходованы огромные средства частных инвесторов, которые сегодня надеются получать соответствующие дивиденды – регулярно и без скидок на сезонность. Надо полагать, что могут быть определённые взаимные обязательства и у административных структур, инициировавших привлечение инвесторов для участия в реализации проекта «Бирюзовая Катунь».

Вместе с тем следует отметить, что развитие кластера приключенческого туризма, равно как и кластера туризма событийного, без стартовой поддержки со стороны государства не возможно в принципе. Прежде всего, ввиду того, что помимо уже упоминавшейся выше сезонности, развитие этих направлений не предполагает девелопмента – вложения средств в недвижимость и землю, на которой эта недвижимость размещается, тем самым обнуляя их инвестиционную привлекательность. Известно, что событийный туризм и туризм приключенческий – это, в основном, технологии и люди, которые эти технологии реализуют. И если объекты «Бирюзовой Катунь» представляют замечательную возможность вложения финансовых ресурсов с целью их сохранения, то не найдётся ни одного частного инвестора, готового от 3-х до 5 лет вкладывать средства в «раскрутку» технологичных кластеров туристской деятельности и подготовку кадров, не получая для себя ни малейших гарантий на возврат этих средств.

Имея в виду значительную продолжительность периода достижения самокупаемости событийного туризма, руководство Краснодарского края, например, создавало этнографический комплекс «Казачья станица Атамань» директивно: каждое муниципальное образование региона было обязано предоставить и на протяжении определённого времени обеспечивать жизнедеятельность отдельной единицы показа.

Соответственно, созданию инфраструктуры сплавов по реке Мана способствовали местные меценаты – представители социально ответственного бизнеса местной цветной металлургии. Возможно, просто из желания видеть жизнедеятельность региона более разнообразной, интересной и насыщенной.

На Алтае рек, подобных Мане, несколько. На некоторых из этих рек эпизодически кое-что пытаются осуществлять. В частности, ещё в 2003 г. одним из авторов статьи подавалась заявка на грант одной из инвестиционных программ Алтайского края на создание кемпинга на окраине села Усть-Пустынка, расположенного на берегу Чарыша, учитывая, что с 2000 г. здесь уже активно осуществляются сплавы на плотах. Тогда же было придумано и название кемпинга – «Форпост», принимая во внимание, что казачьими форпостами в историческом прошлом в долине реки Чарыш и на его притоках создавались первые русские поселения.

Увы, кемпинг «Форпост» у села Усть-Пустынка как модель успешно реализуемого сельского туризма по известным причинам не состоялся. Однако актуальность создания данного объекта, дающего, кроме развития кластера приключенческого туризма на Алтае (в духе героев Марка Твена), возможность реализовать производимую сельскими экологически чистой продукцией на месте, одновременно включившись в деятельность лагеря в качестве обслуживающего персонала, до сих пор остаётся. При этом необходимо учитывать, что протяжённость спокойных, «гладких» рек, пригодных для развития кластера приключенческого туризма путём создания до десятка аналогичных кемпингов, составляет около 2 тыс. км.!

Соответственно, стремясь не отставать от Краснодарского края, авторами материала подготовлен Проект создания сезонного «Этнографического музея «Полевой стан» в ближнем пригороде города Барнаула с выходом на самоокупаемость в течение 3-5 лет. В рамках Проекта разработаны и варианты достижения его самоокупаемости в более короткие сроки, путём создания комплексной инфраструктуры круглогодичного цикла. Но здесь уже, соответственно, только личными вложениями не обойтись.

Вместе с тем, перспективы реализации проекта по освоению потенциала «гладких» рек (кластер приключенческого туризма) и создание сезонного «Этнографического музея «Полевой стан» (кластер событийного туризма) на Алтае до сих пор остаются весьма туманными.

В данном случае нельзя не заметить, что основное внимание менеджеров регионального туризма приковано к «Бирюзовой Катуни» и, учитывая изложенные выше обстоятельства, возникает ряд естественных вопросов, а не подрывает ли развитие периферийного, в том числе сельского туризма на Алтае, интересы крупных инвесторов, вкладывающих свои средства в капитальные объекты туристского бизнеса? Увы, «факты – упрямая вещь», и вряд ли частные инвесторы заинтере-

сованы в создании альтернативных точек роста туристической деятельности в Алтайском крае, где соответствующие управленческие структуры региона, инициировавшие процесс реализации проекта «Бирюзовая Катунь», могут быть заложниками известных правил игры?

Список использованных источников:

1. **Конева, Л.** Туристские маршруты в окрестностях Барнаула. – АКИ, 1965.
2. **Сергеева, Т. К.** Экологический туризм. – М., 2004.
3. **Джером К. Джером.** Трое в лодке (не считая собаки). – ОКН, 1958.
4. **Твен, М.** Приключения Гекльберри Финна. – М., 1977.
5. Казачья станица «Атамань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atamani.ru/>.
6. Сплавы в Красноярске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://krasnoyarsk.pulscen.ru/price/030408-splavy>.
7. **Бородаев, В. Д.** Исторический атлас Алтайского края. – Барнаул, 2007.

**ФОРМИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ НАУЧНОГО ТУРИЗМА
НА ЛОКАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ**

Ю. Е. Холодилина

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

Ресурсный потенциал индустрии туризма конкретной территории определяет наиболее перспективные варианты развития и направления (виды) туризма. Научный туризм как одно из малоизученных, но перспективных направлений развития регионального туризма, имеет свои специфические особенности в структуре ресурсного потенциала.

В настоящее время на территории Оренбургской области разрабатывается проект создания особо управляемой степной территории (ОУСТ) «Оренбургская Тарпания». Основной целью создания ОУСТ «Оренбургская Тарпания» является реинтродукция лошади Пржевальского и воссоздание ее природных популяций. Следует отметить, что одной из задач, указанных в Программе по восстановлению лошади Пржевальского в Оренбургской области, является развитие туризма на территории ОУСТ «Оренбургская Тарпания». Особенности территории и специфика проекта предполагают развитие научного туризма как основополагающего вида, но вместе с тем, развитие научного туризма

в ОУСТ «Оренбургская Тарпания» станет катализатором развития таких видов туризма, как познавательный и экологический.

Туризм, прежде чем он начнет приносить прибыль, как правило, требует значительных инвестиций в создание инфраструктуры гостеприимства. В настоящее время на территории Орловской степи, где планируется создание ОУСТ «Оренбургская Тарпания», отсутствуют здания, сооружения и коммуникации.

Для эффективного развития туризма на данной территории необходимо наличие развитой сети туристской инфраструктуры. Туристская инфраструктура комплекса – это система, обеспечивающая оказание услуг, способствующих возможности использования и реализации туристских мотивов, достижению цели поездки потребителем с учетом требований последнего к составу и качеству этих услуг.

Для привлечения туристов в ОУСТ «Оренбургская Тарпания» необходимо использовать максимальное количество вышеперечисленных элементов. Используя мировой опыт крупных туристских комплексов, необходимо спроектировать всю сеть туристской инфраструктуры на территории ОУСТ «Оренбургская Тарпания» с учетом главной цели создания данной территории и её природных особенностей.

Для минимального воздействия на экосистему Орловской степи и процесс реинтродукции лошади Пржевальского предлагается компактно разместить основную часть туристского комплекса на северо-западной границе территории ОУСТ «Оренбургская Тарпания». Комплексного размещения туристской инфраструктуры возможно достичь с помощью создания визит-центра.

Визит-центр – это место, где посетители получают информацию об охраняемой природной территории и сопутствующие услуги (проживание, питание, связь, развлечение и т. п.). Визит-центр будет являться той отправной точкой, откуда берут начало экологические тропы и маршруты.

Основу развития научного туризма составит процесс реинтродукции лошади Пржевальского. Программой по восстановлению лошади Пржевальского на территории Оренбургской области предусмотрено проведение научного мониторинга процесса реинтродукции лошади, так как она представляет собой уникальный научный эксперимент.

Мониторинг включает в себя следующие направления:

- исследование социальной, пищевой, морфологической и физиологической адаптации лошади Пржевальского;
- генетические исследования популяционных процессов;
- оценка воздействия лошади Пржевальского на экосистему и др.

Для организации проведения данных научных исследований необходима соответствующая инфраструктура, которая находилась бы на территории ОУСТ «Оренбургская Тарпания».

Инфраструктуру для научного туризма на ОУСТ можно условно разделить на четыре группы:

- стационарная научная площадка;
- мобильная научная площадка;
- объекты научного интереса;
- обеспечивающая инфраструктура.

Основные объекты научной инфраструктуры научного туризма представлены на рисунке 1.

Стационарная научная площадка представляет собой научный центр, располагающийся в центральном здании визит-центра.

Визит-центр – это оптимальное месторасположение для научного центра, который будет занимать отдельное крыло в центральном здании.

Развитие научного туризма на данной территории невозможно без создания обеспечивающей инфраструктуры, к которой относятся проживание и питание туристов.

Проживание научных туристов планируется осуществлять в летний период – в летних домиках (юртах), в зимний период – в номерах, расположенных в основном здании визит-центра. На территории визит-центра также предполагается разместить стационарное и летнее кафе, на базе которого будет осуществляться организация питания туристов.

Поскольку ОУСТ «Оренбургская Тарпания» планируется как туристско-рекреационный комплекс, то научные туристы могут пользоваться всеми объектами инфраструктуры данного комплекса (сувенирная лавка, минимаркет, амфитеатр, мастерская ремёсел, спортивные площадки и т. д.).

Инфраструктура научного туризма – это один из основных факторов развития научного туризма на конкретной (локальной) территории. Создание комплекса инфраструктуры научного туризма на ОУСТ «Оренбургская Тарпания» позволит научным туристам не только проводить исследования, получать новые знания, но и предоставит комфортные условия для полноценного и разнообразного отдыха.

Научный туризм на территории ОУСТ «Оренбургская Тарпания» должен развиваться так, чтобы способствовать развитию науки и местной экономики, рациональному и бережному использованию природных ресурсов территории, приносить пользу местному населению через обеспечение стабильной занятости, развитие местных ремесел и народных промыслов.

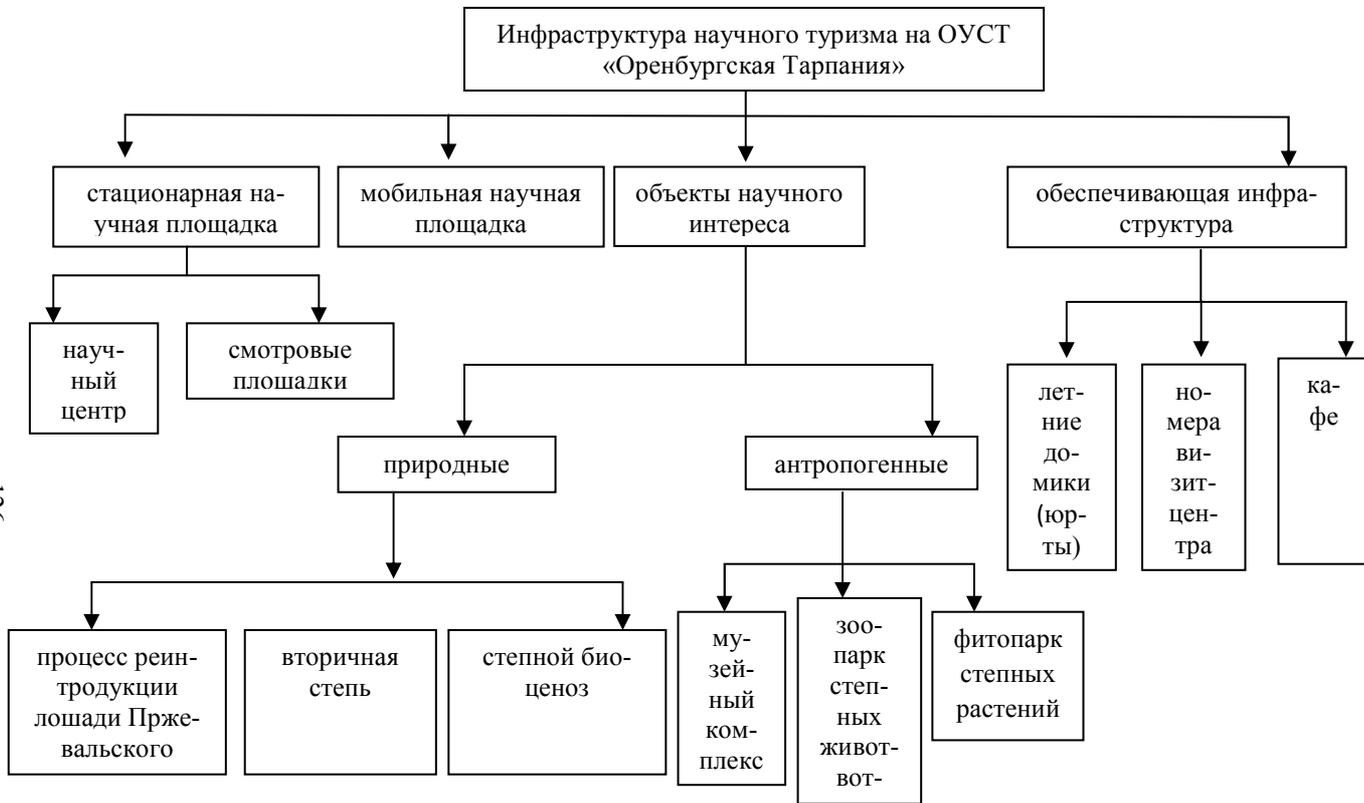


Рисунок 1 – Инфраструктура научного туризма на ОУСТ «Оренбургская Тарпания»

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КАК ИСТОЧНИК ИННОВАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

В. В. Тихонова, И. А. Белая
Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова

Развитие современной сферы сервиса и туризма во многом зависит от разработки и внедрения инновационных технологий, направленных на совершенствование обслуживания клиентов и расширение различных сервисных, в том числе и туристических возможностей. Так, например, туризм, являясь в настоящее время глобальным социально-экономическим явлением, функционирует в условиях жёсткой конкуренции и характеризуется большой степенью подверженности инновационным процессам, следование которым зачастую считается основным детерминирующим конкурентоспособность туристских корпораций фактором.

Работа в сфере сервиса и туризма обязывает к непрерывному отслеживанию новых тенденций, вызванных изменениями оказывающих на них воздействие различных сфер деятельности. Для грамотного применения инноваций в целях обеспечения прибыльности и эффективности функционирования социально-культурной сферы и туризма необходим анализ социально-экономических изменений, которые и являются основными источниками инновационных возможностей. Постоянные изменения, происходящие в различных сферах человеческой деятельности, являются побудителями инноваций. В каждой из них целями нововведений являются внедрение новых процессов или продуктов, которые направлены на обеспечение устойчивого и долгосрочного экономического роста.

Инновационная деятельность состоит в целенаправленном и организованном поиске перемен, а также в последовательном анализе тех возможностей, которые несут эти перемены для экономических и социальных нововведений. О необходимости систематического изучения возможностей для инновации говорил в своих работах один из самых влиятельных теоретиков менеджмента XX века Питер Ф. Друкер. Он автор сотен статей и 39 книг, учёный, удостоен 19 докторских степеней в различных университетах США, Бельгии, Великобритании, Испании, Японии и Швейцарии, его именем названы бизнес-школы и фонды, в России с 2005 года проходят международные Друкеровские

чтения [3]. В своих работах П. Друкер подчёркивает ключевую роль инновационных процессов в предпринимательской деятельности.

Под систематическим изучением возможностей для инновации понимается мониторинг семи источников инновационных возможностей, определённых Питером Друкером. Речь идет о некоторых симптомах, которые в то же время являются надежными индикаторами того, что уже произошло или может случиться. К семи источникам инновационных возможностей относятся:

- 1) непредвиденное событие;
- 2) несоответствие;
- 3) насущная потребность или необходимость;
- 4) перемены в отраслевой или рыночной структуре;
- 5) демография (демографические факторы);
- 6) изменения в восприятии, понимании и настроении;
- 7) новые знания [1].

Следует отметить, что каждый из наблюдаемых источников требует отдельного анализа и имеет свои отличительные характеристики. В данной работе проанализирован один из обозначенных основных источников инновационных возможностей – демографические факторы – применительно к туристской деятельности в Алтайском крае.

При рассмотрении демографических факторов П. Друкер, прежде всего, призывает обращать внимание на такие факторы, как численность возрастных групп, смещение демографического центра тяжести, сегментация по уровню образования и роду занятий. Изменения состава населения, его численности, возрастной структуры, занятости, в уровне образования и доходах – ярко выражены и их последствия наиболее предсказуемы, они во многом определяют потребности со стороны покупателей. Важность тенденций в динамике развития населения всегда признавалась бизнесменами, экономистами и политиками, но считалось, что изменения в темпах рождаемости или смертности, уровне образования, составе рабочей силы или местонахождении и перемещении людей происходят на протяжении значительных промежутков времени и поэтому не имеют большого практического значения при ежедневном принятии решений. Однако демографические перемены предоставляют инновационные возможности, которые могут дать хорошие результаты с высокой степенью надёжности, особенно в сфере организации отдыха и туризма [2].

Для оценки динамики уровня жизни населения Алтайского края использовались данные, размещенные на официальном сайте территориального органа Федеральной службы государственной статистики

по Алтайскому краю за период 2008-2012 гг. Для начала была оценена динамика и структура населения. Как показывают данные о продажах, основными потребителями туристских услуг являются городские жители, поэтому именно на них должны быть ориентированы основные маркетинговые усилия предприятий сферы сервиса и туризма.

Согласно данным Алтайкрайстата, за последние 5 лет произошло незначительное сокращение численности населения, которое составило 2 % [4]. Сокращение во многом происходило за счет числа сельских жителей, при этом число городских жителей за 5 лет сократилось на 5,1 тыс. человек или 0,004 %, что не может оказать существенного негативного воздействия на потенциальный рынок спроса туруслуг.

Таблица 1 – Численность населения Алтайского края 2008-2012 гг.

	Всё население, тыс. человек	В том числе		В общей численности населения, %	
		городское	сельское	городское	сельское
2008	2453,5	1332,7	1120,8	54,3	46,7
2009	2438,9	1329,3	1109,6	54,5	45,5
2010	2430,8	1320,1	1110,7	54,3	45,7
2011	2417,4	1324	1093,4	54,8	45,2
2012	2407,2	1327,6	1079,6	55,2	44,8

В связи с тем, что Алтайский край является преимущественно аграрным, около половины всего населения проживает в деревне. Соотношение городских и сельских жителей находится в соотношении как 55 к 45 и является относительно стабильным. В связи с тем, что туристские предприятия, как уже отмечалось, в большей степени ориентированы на работу с городскими жителями, то потенциальными клиентами можно считать лишь половину населения края. Чтобы сузить круг потенциальных потребителей, приведем статистику численности постоянного населения г. Барнаула. Именно на этот город приходится основная доля продаж туристских продуктов.

Как видно из таблицы 2, в качестве потенциальных клиентов предприятий социально-культурного сервиса и туризма следует рассматривать около 430 тыс. трудоспособных жителей города Барнаула, что составляет около 65 % от общей численности населения города, 32 % городского населения, 18 % общего населения края. Необходимо ориентироваться именно на эту возрастную группу населения, потому что согласно эмпирическим наблюдениям именно лица трудоспособного возраста являются основными потребителями туристских услуг.

Таблица 2 – Возрастная структура населения г. Барнаула в 2008-2012 гг., человек

	2008	2009	2010	2011	2012
Всё население	647703	650650	667285	671201	681463
Население моложе трудоспособного возраста (0-15)	93076	94911	97521	98285	101094
Население трудоспособного возраста	426388	424017	420150	433797	437461
Население старше трудоспособного возраста	128239	131722	134976	139119	142908

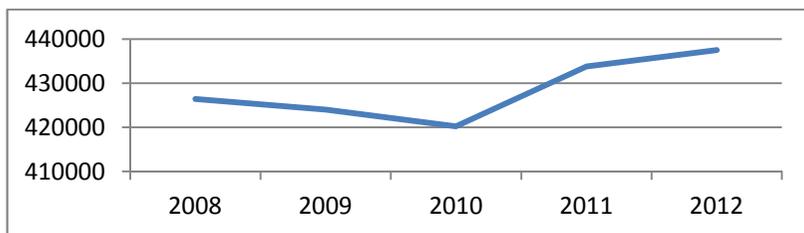


Рисунок 1 – Численность трудоспособного населения города Барнаула в 2008-2012 гг., человек

Одной из особенностей туристских услуг является то, что спрос на них возникает только по достижении потребителем определенного уровня благосостояния. Перейдем к рассмотрению динамики доходов и расходов населения.

Как видно из данных, в крае постепенно повышается общий уровень доходов населения [4]. При этом положительная динамика наблюдается не только в показателях номинальной начисленной заработной платы, но также растут и реальные располагаемые денежные доходы. Чтобы определить степень влияния уровня доходов населения на общий уровень благосостояния, необходимо сравнить темпы роста доходом с динамикой индекса потребительских цен в рассматриваемом периоде.

Таблица 3 – Среднедушевые доходы в Алтайском крае 2008-2012 гг.

	2008	2009	2010	2011	2012
Среднедушевые денежные доходы населения, в месяц, рублей	7597	9974	9868	11029	12500
Реальные располагаемые денежные доходы, в % к предыдущему году	106,7	112,7	86	104,8	104,5
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, рублей	7805	9732	10872	12051	13823
Реальная начисленная заработная плата, в % к предыдущему году	116,4	108,2	98,5	104,2	106,3

В последние годы в Алтайском крае темпы роста индекса потребительских цен превышали темпы роста реальных располагаемых денежных доходов [4], что говорит о незначительном повышении уровня благосостояния граждан, несмотря на рост доходов. Это указывает на то, что и в дальнейшем спрос на недорогие туристские туры по направлениям Турция, Таиланд, Египет, а также на непродолжительные евротуры будет пользоваться популярностью. Уровень дохода потенциальных потребителей туристских услуг также говорит о необходимой степени комфорта, на которую ориентируются путешественники при выборе тура. Так, данные о динамике дохода населения подтверждают стабильность спроса на средства размещения с категорией три звезды.

Статистические данные свидетельствуют о постепенном снижении уровня образования [4], что предоставляет возможность туристским предприятиям достичь социально значимой цели, а именно – повышение общего уровня образования граждан путём расширения предложений по познавательным и культурно-ценностным направлениям.

В целях поддержания стабильности постепенного улучшения показателей здоровья жителей Алтайского края за последние годы [4], а также при учёте тенденции популяризации здорового образа жизни (что подтверждается открытием новых спортивных клубов, комплексов, а также SPA-салонов) своевременным и значимым будет включение

ние дополнительных оздоровительных программ в уже хорошо известные и разработанные туры. А также дальнейшее развитие лечебно-го, оздоровительного и медицинского туризма как самостоятельных направлений.

Таблица 4 – Темпы роста доходов и потребительских цен в Алтайском крае в 2008-2012 гг., в % к предыдущему году

	2008	2009	2010	2011	2012
Среднедушевые денежные доходы населения в месяц	100,0	131,3	98,9	111,8	113,3
Реальные располагаемые денежные доходы	106,7	112,7	86	104,8	104,5
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций	100,0	124,7	111,7	110,8	114,7
Реальная начисленная заработная плата	116,4	108,2	98,5	104,2	106,3
Все товары и услуги	114,5	110,1	108,2	104,8	107,2
Продовольственные товары	118,7	107,3	113,9	101,9	108,5
Непродовольственные товары	111,1	111,5	104,8	104,9	106,6
Услуги, в % к предыдущему году	114,5	111,6	106,1	109,6	106,2

В настоящее время анализ и мониторинг демографической ситуации является неотъемлемым элементом PEST-анализа. А интерпретацию результатов этого анализа в сопоставлении с факторами внутренней среды можно увидеть при SWOT-анализе. Отстающее предприятие будет интерпретировать изменение демографической ситуации как угрозу, в то время как новаторы, отслеживающие инновационные процессы и динамику изменений социально-экономических показателей, обязательно отнесут его к возможностям, которые с высокой степенью надежности могут дать свой положительный эффект.

Список использованных источников:

1) **Друкер, Питер Ф.** Бизнес и инновации [Текст] / Питер Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.

2) **Новиков, В. С.** Инновации в туризме: учеб. пособие для вузов [Текст] / В. С. Новиков. – М. : Академия, 2010. – 208 с.

3) Ведущий портал о кадровом менеджменте [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://hrm.ru/klassiki-menedzhmenta-piter-druker>. – Загл. с экрана.

4) Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ak.gks.ru/default.aspx>. – Загл. с экрана.

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ НА ТЕРРИТОРИИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

И. Л. Полякова

Оренбургский государственный университет

Освоение туристских ресурсов региона – важная задача региональной социально-экономической политики. Функции, которые выполняют туристско-рекреационные комплексы (ТРК), разнообразны: производственные, рекреационные, социально-культурные, образовательные, экологические. Важнейшими, на наш взгляд, являются рекреационные (отдых и восстановление, оздоровление и профилактика, лечение и т. п.) и экономические функции (расширение деятельности предприятий региона, обеспечение занятости, развитие сопутствующих туризму отраслей экономики и т. п.). Региональный туристско-рекреационный комплекс формируется из локальных ТРК, степень развития которых характеризует функционирование туристской отрасли региона.

На территории Оренбургской области сформировались пять локальных туристско-рекреационных зон (ТРЗ), которые обладают наибольшим туристско-рекреационным потенциалом: Соль-Илецкие озера, Бузулукский бор, горнолыжная база в г. Кувандык, Ириклинское водохранилище, рекреационная зона в Тюльганском районе. Территории данных зон используются жителями области в туристско-рекреационных целях: развит как организованный, так и неорганизованный туризм, в большинстве случаев – краткосрочный (туры выходного дня). Кроме того, Оренбургская область располагает несколькими зонами, которые являются потенциально перспективными для развития туризма.

В связи со степенью освоенности территорий, наличием туристской и обеспечивающей инфраструктуры, туристскими потоками, дан-

ные туристские зоны Оренбургской области можно сгруппировать для определения перспектив формирования туристско-рекреационных комплексов: освоенные туристско-рекреационные зоны; потенциальные туристско-рекреационные зоны; перспективные туристско-рекреационные зоны (рисунок 1).

Курорт местного значения «Соленые озера», Национальный парк «Бузулукский бор» в настоящее время активно используются жителями и гостями Оренбургской области в туристских и рекреационных целях. На горнолыжной базе «Долина» в г. Кувандык, в основном, отдыхают жители Оренбургской области. Для Музея-усадьбы С. Т. Аксакова в качестве основного сегмента можно выделить туристов из Оренбургской и Самарской области, в том числе группы школьников. Ириклинское водохранилище и рекреационная зона в Тюльганском районе являются не столь же популярными, как вышеупомянутые территории, тем не менее, имеют свой сегмент туристов, территории зон имеют туристскую инфраструктуру. В таблице 1 представлена характеристика данных туристско-рекреационных зон, сложившихся на территории Оренбургской области.

Анализ туристско-рекреационного потенциала данных зон позволяет говорить о недостаточной освоенности территорий с точки зрения развития организованного туризма. На базе перечисленных зон возможно создание локальных туристско-рекреационных комплексов, формирование и развитие которых связано с реализацией целевых проектов, входящих в областную целевую программу «Развитие туризма в Оренбургской области на 2011-2016 годы». Данные инвестиционные проекты направлены на формирование развитой туристско-рекреационной инфраструктуры в популярных рекреационных зонах. Развитие туристской инфраструктуры на территории зон обеспечит устойчивый туристский поток, сформированный преимущественно жителями Оренбургской области, а для курорта Соль-Илецк и гражданами других регионов РФ, гостей из ближнего и дальнего зарубежья. Наличие туристской и обеспечивающей инфраструктуры позволит сформировать локальные туристско-рекреационные комплексы, данная форма организации туристского пространства, на наш взгляд, наиболее оптимально отвечает требованиям к эффективному развитию туризма на территории.

Для создания и развития туристской инфраструктуры целевой программой предусматривается частное инвестирование, осуществление которого возможно лишь при условии формирования и развития обеспечивающей инфраструктуры (транспортная доступность терри-

торий, электрообеспечение, наличие связи). Практически во всех туристских зонах уже существует туристская инфраструктура, поэтому может быть целесообразным не только строительство новых крупных объектов («Парк отдыха на Ириклинском водохранилище», «Кувандыкская горнолыжная база» и другие масштабные инвестиционные проекты), но и развитие уже существующих путем субсидирования, льготного кредитования малых и средних предприятий [2].

Туристское пространство Оренбургской области может быть существенно расширено за счет появления новых туристско-рекреационных комплексов и развития уже существующих ТРЗ. При помощи формирования локальных ТРК может быть создан единый комплексный региональный туристский продукт, который обеспечит региону конкурентоспособность в сфере туризма. Кроме того, комплексное развитие туристско-рекреационных зон стимулирует повышение эффективности работы средств размещения, предприятий питания, транспорта, объектов системы развлечения и отдыха, экскурсионного показа. Формирование туристско-рекреационных комплексов обеспечивает капиталовложения в региональную экономику и благоприятствует ее диверсификации, особенно в сельских районах, где занятость населения может носить сезонный и случайный характер. Комплексное туристское освоение территорий области создает рекреационные объекты, которыми могут пользоваться местные жители для обеспечения полноценного отдыха и восстановления рабочих сил.

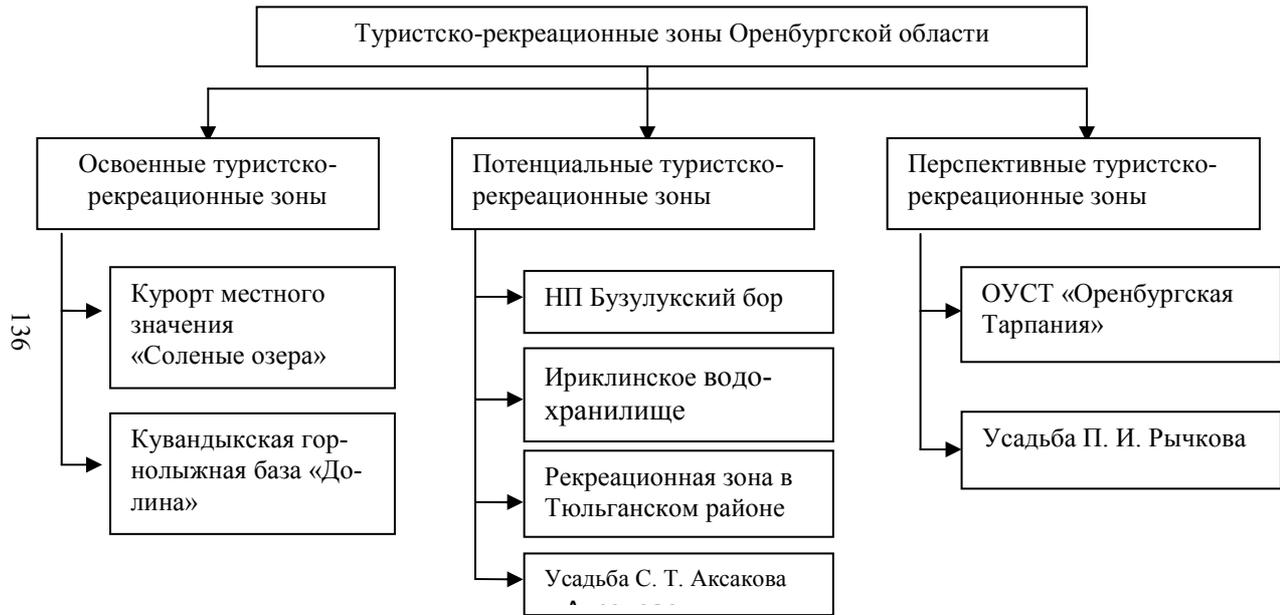


Рисунок 1 – Туристско-рекреационные зоны Оренбургской области

Таблица 1 – Характеристика освоенных и потенциальных туристско-рекреационных зон Оренбургской области

№ п/п	Наименование туристско-рекреационной зоны	Краткая характеристика	Основа развития туризма	Развитые и перспективные виды туризма	Туристская инфраструктура
1	Курорт местного значения (КМЗ) «Соленые озера»	Уникальные соленые и грязевые озера, обладающие целебными свойствами. Природные лечебные факторы – высокое содержание солей брома, хлора, сульфидов в водах озер, сухой и жаркий климат делают Соль-Илецк уникальным бальнеологическим курортом. В летний период посещаемость озер достигает 800 тыс. человек [1]	Локальные природные ресурсы	Лечебно-оздоровительный туризм развивается благодаря функционированию Областной Соль-Илецкой больницы восстановительного лечения (санаторий), где ежегодно проходят лечение около 4 тыс. пациентов (около 1,5 тысяч из них – дети) с различными заболеваниями. Общее количество коек – 205. Кроме обычного стационара существует также амбулаторно-курсовочное лечение (до 500 человек в день).	136 зарегистрированных коллективных средств размещения туристов и гостевых домов на 3350 номеров; 29 предприятий общественного питания на 1457 посадочных мест, 30 предприятий общественного питания временного типа, туристские базы, музей, объекты экскурсионного показа и т. п.

Продолжение таблицы 1

2	Горнолыжный центр «Долина» в г. Кувандык	Введен в действие в 1990 году, расположен в межгорной долине реки Сакмары, на высоте 200 м над уровнем моря. С запада и севера эту местность окружают горные массивы шириной в несколько километров и высотой до 475 м над уровнем моря. Снежный покров держится с декабря по апрель, а число солнечных дней в году достигает 135. Основной склон шириной более 1 км имеет несколько зон: для обучения основам горнолыжной техники; для катания «продвинутых» любителей; для опытных любителей; зона целинного снега для фрирайда и др. [1]	Локальные природные ресурсы	Горнолыжный центр оборудован для занятий горнолыжным спортом. В комплексе работают инструкторы по катанию на горных лыжах, существует индивидуальное и групповое обучение. Склон оборудован пятью подъемниками длиной от 250 до 450 м, имеет искусственное оснежение и ночное освещение	Горнолыжный комплекс включает гостиницу на 90 мест, кафе, бар с бильярдом, дискотеку. Организован прокат горнолыжного инвентаря, текущий мелкий ремонт, прокат санок. На базе комплекса существует детско-юношеская спортивная школа «Русская горнолыжная школа-Кувандык»
---	--	---	-----------------------------	---	---

Продолжение таблицы 1

3	Национальный парк Бузулукский бор	Лесной массив, площадью 86,6 тыс. гектаров, из них 56,6 тыс. – в Оренбургской области. Бор лежит на границе двух климатических зон: лесостепной и степной, отличается контрастами растительного и животного мира: тайга, тундра и степь. В нем насчитывается до 20 разных типов леса. В 2007 году Бузулукскому бору придан статус национально-го парка [1]	Локальные природные ресурсы	Преобладающим видом туризма является рекреационный. Природа бора привлекает множество отдыхающих, собирателей грибов, ягод и лекарственных растений	На границе бора располагается несколько баз отдыха: «Бузулукский Бор», «Сосны», «Санаторий Бузулукский бор»; загородный отель «Элиза» в п. Партизанский. Жители п. Партизанский сдают туристам дома и коттеджи в аренду
---	-----------------------------------	--	-----------------------------	---	---

Продолжение таблицы 1

4	Ириклинское водохранилище	Самый крупный водоем Южного Урала, было построено в середине XX века. Водохранилище обладает неповторимой ландшафтной привлекательностью и прекрасными возможностями для организации отдыха: большая площадь, разнообразие береговой линии, отсутствие местных источников промышленного загрязнения. Кроме памятников природы, расположенных непосредственно на побережье, рекреационный потенциал окрестностей водохранилища повышают объекты, находящиеся в непосредственной близости (г. Вишневая, известняковый карьер Сахарный, обрыв Семицветка, Базарбайский гранитный)	Локальные природные ресурсы	На побережье развит организованный и неорганизованный отдых – любительское рыболовство, пикниковый, прогулочный, водный отдых. Потенциал водоема имеет межрегиональное значение для развития парусного спорта, виндсерфинга и подводного плавания. В сочетании с уникальными степными участками. Ириклинское водохранилище приобретает значение для развития международного экологического туризма [1]	На побережье в южной части водохранилища расположены шесть баз отдыха: «Вишневые горки», «Чайка», «Ганалык», базы яхт-клуба АО «Южуралникель», АО «Восточные энергетические сети», Орского отделения общества рыболовов-любителей. Общая вместимость составляет около 550 человек. [3]
---	---------------------------	--	-----------------------------	--	--

Продолжение таблицы 1

5	Рекреационная зона в Тюльганском районе	<p>Район отличается исключительным разнообразием природных комплексов – здесь сочетаются горные и равнинные, лесные и степные, водные и долинные ландшафты. В северо-восточной части расположен хребет Малый Накас с высшей отметкой Оренбуржья 667,8 м над уровнем моря. В районе зарегистрировано 27 памятников природы, в том числе областного значения: Ташлинский лесопарк, Тугустемирские лесные культуры. На доступном расстоянии располагаются также историко-культурные объекты: усадьба Тимашевых, церковные комплексы в сёлах Тугустемир, Репьёвка, Ташла.</p>	Локальные природные ресурсы	<p>Рекреационные ресурсы Тюльганского района способствуют развитию спортивно-оздоровительного, познавательного, сельского, приключенческого, экстремального, экологического видов туризма</p>	<p>На территории района расположены несколько баз отдыха – «Лесная сказка», «Затумания», комплекс отдыха «Тихая долина» и другие [1]</p>
---	---	---	-----------------------------	---	--

Продолжение таблицы 1

6	«Музей-усадьба С. Т. Аксакова»	<p>В 1960-е годы музей С. Т. Аксакова открыт в школе с. Аксакова. С конца 80-х гг. XX в. музей становится филиалом областного краеведческого музея. С переводом музея в восстановленный барский дом в 1998 г. музей С. Т. Аксакова стал самостоятельным учреждением культуры.</p> <p>Общая площадь охранной зоны – 530,4 га</p> <ul style="list-style-type: none"> - территория памятников – 3,4 га; - охранные зоны памятников – 60 га; - зоны регулирования застройки – 56 га; - природный ландшафт – 310 га. <p>Площади музея – 380 м², экспозиционная площадь – 304 м², фондохранилище – 64 м²</p> <p>Фонд музея – 2 674 единиц.</p>	Историко-культурные ресурсы	Развитие культурного, познавательного туризма, так как основные направления деятельности музея: сохранение и изучение литературного и историко-культурного наследия С.Т. Аксакова, патриотическое воспитание детей и молодежи.	Гостиничные номера в постройках для различных служб в Ежегодно в музее проводятся дни открытых дверей, День защиты детей, праздник славянской письменности, русские обрядовые праздники, Аксаковские чтения, встречи в «Аксаковской гостиной», конкурсы на лучший детский рисунок по произведениям С.Т. Аксакова, аксаковские праздники и другие мероприятия.усадьбе.
---	--------------------------------	---	-----------------------------	--	---

Список использованных источников:

1. Инвестиционные проекты по туризму в Оренбургской области. – Оренбург : ООО «Союз-Реклама», 2008. – 45 с.
2. **Полякова, И. Л.** Перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Оренбургской области // Вестник Оренбургского государственного университета, 2012. – № 8. – С. 144-149.
3. **Чибилёв А. А., Павлейчик В. М., Дамрин А. Г.** Ириклинское водохранилище: геоэкология и природно-ресурсный потенциал. – Екатеринбург: УрО РАН, 2006. – 183 с.

СОВРЕМЕННОЕ РЕКРЕАЦИОННОЕ ОСВОЕНИЕ ЧЕМАЛЬСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ

О. П. Николаева
ИВЭП СО РАН, г. Барнаул

Республика Алтай – один из самых живописных регионов нашей страны. Природа тут отличается своей уникальной и насыщенной красотой. Здесь сочетаются высокие, уходящие в поднебесье суровые горы с белыми шапками вечных снегов, и сбегаящие с них реки с ледяной кристально чистой водой, и девственная тайга с необычайно разнообразным растительным и животным миром, и голубые озера, отражающие яркие цветы альпийских лугов. Все это, несомненно, привлекает туристов. Ежегодно сюда приезжают более 1 млн. человек как со всей страны, так и из стран дальнего и ближнего зарубежья.

Наиболее посещаемым местом в регионе в туристских целях является Чемальский район. Он считается наиболее освоенным на Алтае благодаря своей транспортной доступности, близости как к г. Барнаулу, так и г. Горно-Алтайску, благоприятным климатическим условиям, а также колоритному ландшафту и интересным культурно-историческим объектам.

Использование рекреационных ресурсов современной территории Чемальского района началось с 1905 г., когда по благословению епископа Макария и на его средства здесь была построена первая «санатория» для больных «дачников, кумысников и воздушников» [1].

В 80-е годы в санатории «Чемал» одновременно лечились уже около трехсот человек. В начале 90-х годов санаторий, как и все учреждения социальной сферы, пытался выжить в новых экономических условиях. Особенно нелегко пришлось после большого пожара, который случился в ноябре 2001 г.

Для санатория трудными были времена в годы перестройки, когда для того, чтобы прокормить детей, не отказывались от гуманитарной и спонсорской помощи.

В настоящее время ГУЗ «Чемальский детский противотуберкулезный санаторий» состоит из дошкольного отделения для детей от 2 до 7 лет в с. Элекмонар Чемальского района, школьного отделения для детей от 7 до 14 лет, основной санаторно-лесной общеобразовательной школы в с. Чемал.

Сейчас на территории Чемала расположены два санатория: горноклиматический «Чемал» и детский туберкулезный.

Следующий этап рекреационного освоения Чемальского района связан с функционированием дома туристов «Аскат» в одноименном поселке.

По архивным материалам стало известно, что уже с середины 30-х годов по 1941 г. здесь останавливались десятки туристов. Туристский сезон дома туристов начинался с июня и длился до сентября. Самыми распространенными маршрутами были многодневные походы через тайгу на Каракольские озера и в Артыбаш (Телецкое озеро) на лошадях [2].

В настоящее время п. Аскат более известен как художественный центр или «город мастеров» Чемальского района. Здесь действуют многочисленные галереи («Бай-Терек», «Выставка семьи Головань», «Стрела Сартакпая», «Этногалерея Каури» и др.), где выставляются работы местных художников и мастеров керамистов: картины, украшения, музыкальные инструменты, сувениры и многое др. Само село почти полностью населено творческой интеллигенцией: художниками, поэтами, писателями.

В послевоенный период развитие рекреационной деятельности связано со строительством на берегу р. Катунь турбазы с одноименным названием.

Изначально она возникла как перевалочная база для студентов городов: Горно-Алтайск, Бийск, Барнаул. Туристы здесь осваивали лыжные и пешие маршруты. Кроме того, эта база была одной из первых в Советском Союзе, где были открыты конные маршруты. Люди приезжали отдохнуть из Москвы, Ленинграда, Прибалтики и даже из Франции и Германии.

Происходит развертывание сети туристских маршрутов: летний конный маршрут, пеший поход «По озерам Алтая», активно действует маршрут семейного отдыха. В первой половине 90-х годов XX в. начали появляться новые туристские базы, а старые дробиться (рядом

с турбазой «Катунь» был построен комфортабельный комплекс «Турсиб»).

С 2000 г. наблюдается наиболее интенсивный и устойчивый рост количества туристов в эти места. Начало данного периода можно связать с разработкой региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Алтай в 2002-2006 годах». В данной программе были выделены основные направления развития туризма, способствующие получению социально-экономических выгод. Это:

- создание нормативной правовой базы;
- совершенствование системы управления развитием туризма;
- содействие развитию материальной базы туризма;
- рекламно-информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках;
- кадровое и научное обеспечение сферы туризма;
- развитие межрегиональных связей в области туризма [3].

В 2008 г. был принят Закон о стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2028 года, в котором туристическая отрасль выделена как основное направление развития республиканской экономики [4].

Для привлечения инвестиций в экономику Горного Алтая правительством была создана Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Алтайская долина» в Майминском районе, которая предполагает развитие проекта «Каракольские озера» в Чемальском районе.

Все перечисленное способствовало динамичному развитию туристско-рекреационной деятельности в районе. В этих целях произошла интенсивная застройка территории различными турбазами, кемпингами, домами отдыха и т. д. С увеличением потока туристов расширился спектр туристских услуг. Стали организовываться различные виды отдыха: лечебно-оздоровительный, познавательный и этнографический туризм, водные сплавы, пешие, конные, велосипедные прогулки, экологический и сельский туризм. Для большинства местных жителей туризм становится основным источником получения денежных средств.

Одним из наиболее популярных мест в Чемальском районе является женский скит Иоанна Богослова, расположенный на скале-острове Патмос. Рядом с храмом в скале вырублено изображение Богородицы с младенцем.

От острова Патмос по отвесному берегу реки Катунь, открывая необыкновенно красивые виды, уходит «Козья тропа», которая занесена в реестр памятников природы Юнеско [4].

Визитной карточкой района считается Чемальская ГЭС с небольшим живописным водохранилищем. Летом здесь работают различные развлекательные аттракционы: прокат катамаранов, надувные горки, веревочный городок, «тарзанка», «канатная дорога», колесо обозрения.

Также здесь есть интересные природные объекты, которые с большим удовольствием посещают туристы. Это гора Крестовая, откуда открываются великолепные виды на долину Катуни, Каракольские и Куминские белки, гора Мраморная, ворота Сартакпая, заводь Ай-Личек, Плач-скала, скала Любви, Караульная сопка, Монах-скала, Чертова горка и др. Большой популярностью у туристов также пользуются музеи Чемальского района.

В связи с развитием туризма стали возрождаться традиции, обряды и обычаи коренного населения-алтайцев и русского населения. Стали организовываться работы по пропаганде и знакомству туристов с историей Чемала, её материальной и духовной культурой.

С 2002 г. в районе проводят фестивали этнической культуры, электронной музыки, экстремальных видов спорта. Фестивали собирают зрителей из разных мест России. Известен здесь и межрегиональный народный праздник «Эл-Ойын», объединяющий культуру и историю народов Горного Алтая.

Постепенно туристско-рекреационная деятельность Чемальского района приобретает дополнительные возможности для ускоренного развития, но одновременно усиливается зависимость от потока туристов и поступления инвестиций из федерального бюджета в развитие турбизнеса. Можно предположить, что туристско-рекреационная деятельность района на сегодня имеет все объективные причины для дальнейшего роста. Вместе с тем есть существенные факторы, которые могут затормозить перспективы создания современного туристского кластера на территории района. Это нехватка квалифицированных кадров, отсутствие некоторых критически важных управленческих технологий, неприспособленность существующей законодательной базы и конкуренция как внутри России, так и с горными территориями других стран.

Список использованных источников:

1. Чемальский горно-климатический санаторий федерального подчинения [Электронный ресурс] // Официальный сайт Ассоциации врачей Республики Алтай [http:// история. авра. рф / index. php](http://история.авра.рф/index.php)
2. Арх. Админ. Чемальского района Ф. № Р-33. Д-2, Д-13.

3. Региональная целевая программа Развитие туризма в Республике Алтай в 2002-2006 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства туризма предпринимательства и инвестиций Республики Алтай <http://www.gov.altai-republic.ru>

4. Закон о Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2028 года. № 83 – РЗ от 25 сентября 2008 г. / [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития и инвестиций Республики Алтай http://mineco.altai-republic.ru/docs/05_2012/str2028.pdf

Исследования поддержаны грантом Российского гуманитарного научного фонда 13-16-22001.

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕГИОНАХ БОЛЬШОГО АЛТАЯ

А. В. Кротов, О. К. Насонова
Алтайский государственный университет

В современном мире туризм (среди всех отраслей) занимает второе место по доходам. Для более чем трети всех государств туристская отрасль является ведущей в национальном хозяйстве. В еще большем количестве стран эта сфера – основной работодатель. Поэтому на многих территориях, где ранее туризм не развивался или был на второстепенных ролях, сейчас пытаются создать дополнительное приложение труда. Но нам важно понимать, что любой бизнес, и в первую очередь новый, должен быть сразу прибыльным или в осязаемой перспективе окупаемым. Иначе такое развитие будет осуществляться за счет других отраслей или регионов. В регионах стран Большого Алтая туризм занимает различное место, но везде сейчас осуществляются или запланированы довольно значительные инвестиционные проекты (как правило с преобладающим государственным участием) в рассматриваемой области. Ввиду этого особо актуальным будет выяснение составляющих конкурентоспособности туристской отрасли на данных территориях.

Под конкурентоспособностью подразумевается прежде всего рентабельность и прибыльность, часто вместе с производительностью труда. Иногда считают, что под конкурентоспособностью отрасли нужно понимать возможность дальнейшего развития или хотя бы сохранения ниш или долей в своем бизнесе. Но данное умозаключение не совсем правильно. Главное для отрасли, с точки зрения народного

хозяйства, – это эффективность в смысле совокупного национального внутреннего продукта, то есть с учетом всех выгод и издержек, в том числе, которые могут быть в прогнозируемом будущем.

Туристская отрасль – один из самых развивающихся крупных сегментов хозяйства России и зарубежных стран последнего десятилетия за исключением кризиса 2007-2009 гг. Но в России этот сектор экономики имеет примечательную особенность – одна из самых «серых» зон среди легального бизнеса. Так в алтайском регионе нашей страны официальная статистика регистрирует по разным оценкам от 25 до 50 % реального потока денег (доходов). Есть и другие негативные социально-экономические моменты специализации страны или региона на туризме, о которых не всегда вспоминают при формировании различных стратегий и планов развития данной отрасли. Перечислим самые главные.

Во-первых, рассматриваемая отрасль – это, очевидно, по большей части не инновационный бизнес и никогда им не станет (это отрасль обслуживающего сектора). Во-вторых, индустрия сервиса и гостеприимства – относительно капиталоемкая и трудоемкая отрасль, при этом средние зарплаты в отрасли обычно ниже, чем во многих других секторах промышленности и услуг. Исключениями являются либо туристские регионы бедных развивающихся стран, таких как Доминикана, с недостаточным развитием национального хозяйства, либо имеющих редкое сочетание множества предпосылок для развития туризма (Египет, Турция, Словения и др.).

В-третьих, туристская сфера сильно зависит от общего благосостояния населения и сегодняшнего экономического положения основных потребителей. При этом турпродукт не является услугой первой необходимости и именно от него легче всего отказаться во время кризисных ситуациях в экономике. В особенности от этого страдают страны с переходной экономикой, где жизненные приоритеты лежат больше в материальной плоскости

В-четвертых, туристское предложение крайне разнообразно. Конкуренция здесь наблюдается между различными видами туризма, между странами и регионами, предлагающими идентичные услуги, да и внутри одной природно-географической области (часто имеющей и культурно-историческую схожесть) приграничных государств. Не забываем и о соперничестве за потребителя с многочисленными другими производителями товаров и услуг, которые часто только косвенно связаны с отдыхом, а больше с досугом.

В-пятых, в туризме также существует мода, изменение приоритетов у потребителей и здесь аналогично и многим другим отраслям

промышленности трудно перепрофилировать бизнес. Слишком велики вложения в инфраструктуру.

В-шестых, на развитие туризма влияет и тот факт, что данная отрасль крайне восприимчива ко всем видам загрязнений. То есть специализация в области туристской деятельности автоматически закрывает возможность развития очень многих отраслей производства, которые могут значительно увеличить доходную базу местности и способствовать реальному улучшению благосостояния местных жителей.

Все перечисленные риски развития туротрасли характерны для регионов Большого Алтая. Горный и трансграничный характер территории дает дополнительные ограничения, что неоднократно подчеркивалось в работах специалистов [1, 2, 3, 5]. Принимая во внимание вышеперечисленные моменты туристской специализации, перейдем к рассмотрению важнейших составляющих конкурентоспособности туристской сферы рассматриваемой обширной территории. Каждая такая составляющая может быть разделена на основные компоненты. Эти компоненты имеют разную степень развитости и важности в районах распространения туризма. Таким образом, при суммировании всех значимых компонентов с различным весом мы получим искомое значение конкурентоспособности изучаемой области, которое можно сопоставить с аналогичными показателями других регионов развитой сферы гостеприимства и отдыха.

В результате анализа литературы [4, 6, 7, 8] и практической работы удалось выявить следующие составляющие и их компоненты, которые в совокупности отражают конкурентоспособность туротрасли в регионах Большого Алтая.

Когда пишут о туризме на Алтае, практически всегда подчеркивается роль природно-географической составляющей. Можно выделить такие компоненты, как: 1) климатическое и рельефное разнообразие; 2) аттрактивность территории; 3) эстетическая ценность ландшафтов; 4) уникальность объектов, их знаковость; 5) лечебные факторы.

Следующей составляющей будет экологическая, где компонентами выступают: 1) туристская емкость территории; 2) возможности самоочищения природного комплекса; 3) ранимость природного комплекса.

Третья составляющая описывает расположение, которое состоит из следующих компонентов: 1) близость к основным потребителям; 2) близость к платежеспособным потребителям; 3) транспортная доступность; 4) внутренняя транспортная освоенность турзоны; 5) воз-

возможность посещения иных объектов и мест отдыха без больших временных и финансовых затрат.

Важная составляющая конкурентоспособности – сезонность, подразделяющаяся на такие компоненты, как: 1) продолжительность благоприятного периода для турдеятельности; 2) возможности по увеличению турсезона.

Пятой составляющей выделены трудовые ресурсы, где рассматриваются компоненты: 1) количество; 2) стоимость рабочей силы; 3) качество и квалификация рабочей силы; 4) возможность привлечения при сезонном туризме; 5) специализация и навыки местного населения.

Шестой составляющей является инфраструктура. Вот компоненты, которые ее отражают: 1) социально значимые объекты; 2) развитость экономических институтов; 3) места для размещения; 4) объекты досуга; 5) общепит; 6) связь; 7) возможность для совмещения работы и отдыха.

Без описания финансовой составляющей конкурентоспособность не возможна. Компонентами здесь выступают: 1) кредитные ставки; 2) налоги; 3) паритетная покупательная способность местной валюты.

Восьмой составляющей конкурентоспособности выступает управление, которое правильно будет рассмотреть через следующие компоненты: 1) опыт управления турбизнесом; 2) выбор правильного сегмента туруслуг; 3) стратегия развития страны и региона.

Следующая составляющая – безопасность. Ее компонентами являются: 1) политический климат; 2) социальная напряженность и дружелюбность местного населения; 3) криминогенная обстановка; 4) наличие террористических угроз и националистических и расовых проблем; 5) санитарно-эпидемиологическая обстановка.

Десятая составляющая имеет отношение к маркетингу территории. Где можно выделить такие компоненты, как: 1) реклама и позиционирование турпродукта; 2) имидж страны и региона; 3) современная туристская мода.

Также важны государственные приоритеты развития (программы господдержки туризма и т. д.) и технологии управления туристским бизнесом исполнительной властью.

Последней, но не менее важной составляющей, является масштабность развития индустрии гостеприимства и досуга. Здесь главным компонентом в последнее время выступает степень сформированности и комплексность туристского кластера.

Все вышеперечисленные составляющие и их компоненты неравнозначны и неравновесны. Значимость отдельных составляющих их

компонентов может изменяться во времени. Вес каждого компонента может как расти, так и снижаться в связи с модой и настроениями в обществе. Например, в последнее время произошла довольно значительная экологизация сознания. Также на сегодня критерием отнесения к среднему классу в России является проведение ежегодного отпуска за границей или, как минимум, качественный отдых в достойных пансионатах на Родине, а по некоторым рейтингам к среднему классу в 2008 году относили людей, которые 2 раза в год отдыхали за границей.

Конкурентоспособность складывается из суммы составляющих, но резкий всплеск, например, преступности или революция, как в Таиланде, или война в Ливане, может в разы снизить потоки туристов или вообще свести на их нет. Что особенно важно подчеркнуть, так это невозможность заранее предугадать динамику изменения веса отдельных компонентов конкурентоспособности.

Если мы говорим о конкурентоспособности в мировом масштабе, то должны побеспокоиться о многих вещах и постепенно повышать качество или производительность тех компонентов, рост которых в наших условиях возможен.

В заключении необходимо отметить, что конкурентоспособность туристской отрасли в регионах Большого Алтая будет в дальнейшем очень существенно зависеть, во-первых, от качественности и согласованности разработанных стратегий развития туротрасли в странах рассматриваемой территории. Во-вторых, необходима политическая воля местного и центрального руководства и логичность принимаемых мер, а также преемственность.

В будущем будет логичным и актуальным оценка каждого компонента конкурентоспособности в Алтайском крае и Республике Алтай и сравнение полученных результатов с аналоговыми показателями предгорных и горных территорий Западной Европы.

Список использованных источников:

1. **Бабурин, В. Л.** Экономико-географические подходы к управлению горными территориями [Текст] / В. Л. Бабурин, Д. А. Малявина // ИнтерКрарто/ИнтерГИС 11 : Устойчивое развитие территорий: теория ГИС и практический опыт: материалы Междунар. Конф. – Ставрополь; Домбай; Будапешт: Изд-во СГУ, 2005. – С. 356-358.

2. **Бакланов, П. Я.** Трансграничные территории: проблемы устойчивого природопользования [Текст] / П. Я. Бакланов, С. С. Ганзей – Владивосток : Дальнаука, 2008. – 216 с.

3. **Винокуров, Ю. И.** Устойчивое развитие горных территорий Алтайского региона [Текст] / Ю. И. Винокуров, Б. А. Красноярова // Горы и человек: антропогенная трансформация горных геосистем: материалы науч. Конф. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 200. – С. 38-40.
4. **Гезгала, Я.** Туризм в народном хозяйстве. – М.: Прогресс, 1974 (перевод с польского).
5. **Дунец, А. Н.** Территориальная организация горных туристско-рекреационных систем (на примере Алтае-Саянского горного региона): монография / А. Н. Дунец. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2009. – 167 с.
6. **Ердавлетов, С. Р.** География туризма: Учебник для изучения курса «Основы туризмологии»: 2-е изд., доп. и перераб. – Алматы: Казак университеті 2010. – 412 с.
7. Теоретические основы рекреационной географии / под ред. В. С. Преображенского. – М.: Наука, 1975.
8. Экономика и организация международного туризма / под ред. В. И. Азара. Перевод с болгарского. – М.: Экономика, 1984.

РЕКРЕАЦИОННО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

С. Н. Соколов

Нижевартовский государственный университет

Кластерная политика и кластерный менеджмент являются одним из современных подходов в организации туристской деятельности. Они определяют условия стимулирования развития различных отраслей хозяйства, а также конкуренции между предприятиями, формирующими кластер. Как отмечает Ю. П. Ковалев [2], создание таких кластеров невозможно без предварительной научно-методической проработки вопросов размещения и функционирования кластерообразующих предприятий и организаций.

Мы предлагаем ввести термин «рекреационно-экологические кластеры» [4, 5], под которыми понимаем географически сконцентрированную группу взаимосвязанных компаний и организаций рекреационной и туристской индустрии в конкретном рекреационном районе страны, конкурирующих, но при этом ведущих совместную деятельность. В основе рекреационно-экологических кластеров лежит рекреационный цикл рыночной экономики.

Анализ создания и функционирования рекреационно-экологического кластера подразумевает решение следующих проблем:

- состояние социальной сферы;

- природно-ресурсный потенциал;
- экономический потенциал;
- географическое положение;
- организация и управление кластером;
- имидж кластера;
- продвижение услуг;
- действенность маркетинговых коммуникаций;
- уровень публичности власти.

Критерием для выделения базовой отрасли кластера является ее способность производить продукцию, конкурентоспособную на мировом рынке. Создание конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера приводит к созданию и продвижению бренда рекреационно-туристского района.

Конкуренцию между регионами можно определить как «соперничество между регионами», обусловленную совокупностью экономических, социальных, научно-образовательных, экономико-географических, информационных, институциональных, геополитических и иных факторов, за привлечение определенных видов ресурсов, товаров, услуг, капитала, инвестиций, населения [1].

Важнейшими составляющими маркетинговых исследований пространственно-временных воспроизводственных кластеров могут выступать результаты SWOT-анализа. SWOT-анализ предполагает в качестве результата создание специфической матрицы анализа условий жизнедеятельности системы, в том числе и кластеров. На её базе представляется комплексная оценка текущего состояния территории, её конкурентоспособности.

Аналізу подвергается широкий спектр вопросов: состояние социальной сферы, природные ресурсы, экономический потенциал, геополитическое положение, организация и управление в регионе. За рубежом важным объектом SWOT-анализа является маркетинговая составляющая: имидж территории, продвижение, действенность маркетинговых коммуникаций, уровень публичности власти [3].

Стратегия развития каждого рекреационно-экологического кластера позволяет оценить условия, в которых будет проходить его развитие, его преимущества и недостатки, чтобы минимизировать угрозы и максимизировать возможности, используя SWOT-анализ.

С помощью SWOT-анализа можно предлагать стратегию развития каждого конкретного пространственно-временного воспроизводственного кластера, и, следовательно, района нового освоения. В таких районах уже сложились определенные социально-эколого-экономи-

ческие взаимоотношения между акторами. Это позволяет оценивать его преимущества и недостатки, минимизировать угрозы и максимизировать возможности.

Нами предложен вариант SWOT-анализа рекреационно-экологического кластера для Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ рекреационно-экологического кластера в ХМАО – Югры

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Значительный природно-экологический и рекреационный потенциал. • Возможность проведения выставок, семинаров и тематических конференций по нефтегазовой тематике в непосредственной близости от мест основных месторождений. • Наличие общественных и коммерческих организаций, которые могут содействовать развитию туризма. • Реализация совместных проектов с сопредельными регионами в рамках продвижения макрорегионального турпродукта. • Повышение конкурентоспособности туристской индустрии округа путем проведения целенаправленной региональной политики и интеграции субъектов туристического рынка 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточно развитая туристская инфраструктура. • Отсутствие регулирующего законодательства в сфере туризма на российском, региональном и местном уровнях. • Слабая система продвижения турпродуктов на внутреннем и международном рынках. • Отсутствие узнаваемости и привлекательности образа региона в РФ и мире. • Отсутствие отраслевой статистики, обеспечивающей информационную и управленческую поддержку развития туризма. • Нехватка профессионально подготовленных кадров в индустрии туризма. • Несоответствие цены и качества услуг. • Удаленность округа от основных мировых и российских мегаполисов. • Неподготовленность населения области к работе с туристами. • Слабо развитая транспортная схема доставки туристов как из-за рубежа, так и по внутренним линиям.

	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие крупных туроператоров по внутреннему туризму, имеющих собственную туристическую инфраструктуру и собственный инвестиционный потенциал. • Существующее объединение туроператоров не позволяет эффективно координировать совместные усилия по развитию туризма в округе. • Отсутствие готовности объектов недвижимости к вовлечению в рыночный туристский оборот. • Отсутствие выстроенной системы безопасности и сопровождения туристов на территории округа.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Наличие бюджетных возможностей, позволяющих осуществлять целевую финансовую поддержку туристской отрасли (экономически сильный регион). • Высокий платежеспособный спрос и стабильная социально-экономическая ситуация в округе, способствующие формированию регионального спроса на туруслуги. • Возможность роста рынка туруслуг, при эффективном использовании имеющихся туристских ресурсов и инфраструктуры. • Привлечение иностранных и российских инвесторов для финансирования развития туристской инфраструктуры округа. 	<ul style="list-style-type: none"> • Растущая конкуренция среди туристских регионов РФ, Урала и Сибири. • Снижение платежеспособного спроса населения вследствие сокращения доходности основных отраслей экономики области при ухудшении конъюнктуры цен на энергоносители. • Риск снижения туристского потока при ухудшении криминальной обстановки в местах дислокации туристских объектов. • Усиление выездного туризма в соседние регионы и за границу в связи с низким уровнем предоставляемых услуг и высокими ценами на них. • Недостаточно выгодное географическое положение, не позволяющее привлекать туристов.

<ul style="list-style-type: none"> • Устойчивое восприятие образа округа как территории, привлекательной для внутреннего туризма группами потребителей (внутри РФ и за рубежом). • Интерес нефтегазовых и крупных компаний в поддержании здоровья своих сотрудников. • Возрастающий интерес российских граждан к экологическому туризму. 	
---	--

В регионах с высоким рекреационным потенциалом, где развитие туризма опирается на систему государственной поддержки и правильно регулируется, доходы от туризма являются одним из главных источников жизнеобеспечения местного населения, сохранения окружающей среды. Эти регионы наиболее конкурентоспособны, и именно здесь рекреационно-экологические кластеры наиболее развиты.

Для каждого рекреационно-экологического кластера должна быть разработана концепция оптимальной пространственно-временной организации производительных сил и оценена его конкурентоспособность. Понятие конкуренции к территории весьма условно, так как территория обладает определенными постоянными физическими характеристиками и не может их изменить в ответ на динамику рыночных условий, что составляет суть конкурентного процесса.

Список использованных источников:

1. **Анимица, Е. Г.** В поисках новой парадигмы регионального развития / Е. Г. Анимица, В. П. Иваницкий, Э. В. Пешина. – Екатеринбург: УрО РАН. 2005. – С. 57.
2. **Ковалев, Ю. П.** Туристские кластеры: теоретические и методологические вопросы формирования / Ю. П. Ковалев. – Смоленск: Универсум, 2009. – 192 с.
3. **Рюмина, Е. В.** Анализ эколого-экономического взаимодействия / Е. В. Рюмина. – М., 2000.
4. **Соколов, С. Н.** Рекреационно-экологические кластеры и конкурентоспособность туристско-рекреационных районов // Туризм, география и экология: Материалы Всероссийская научно-практическая конференция (Нижевартовск, 2010 г.). – Нижевартовск, 2010. – С. 109-116.

5. **Соколов, С. Н.** Рекреационные географические кластеры и проблемы их конкурентоспособности // Вестник Нижневартвовского государственного гуманитарного университета. Серия «Естественные науки и науки о Земле». – 2011. – № 2. – С. 22-30.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА

Л. Г. Скульмовская

*Тюменская государственная академия культуры, искусств
и социальных технологий*

Каждый регион при формировании стратегии своего развития опирается на совокупность наиболее перспективных отраслей экономики. Долгосрочная стратегия развития регионов России заключается в модернизации регионального пространства, и, прежде всего, сельскохозяйственных регионов, где важная роль принадлежит развитию агротуризма.

Туризм как специфическое социально-экономическое явление способствует развитию рекреации и досуга, предпринимательской деятельности. Сельский туризм, или агротуризм (agrotourism), выступает перспективным направлением развития туристской индустрии региона. По оценкам ВТО, он входит в пятерку основных стратегических направлений туризма в мире до 2020 г. и соединяет широкий спектр разных видов туризма, основанных на использовании природных ресурсов и особенностей сельской местности.

Сельский (аграрный) туризм рассматривается в узком смысле как проведение мероприятий (спортивных, оздоровительных, культурно-развлекательных), направленных на создание благоприятных условий в сельском хозяйстве и обеспечение оптимальной конкурентной среды на туристическом рынке (рыболовство, коневодство, производство дичи и т. д.). В широком значении аграрный туризм можно рассматривать как доминирующую ключевую отрасль в территориальном аспекте, когда остальные отрасли (транспорт, торговля и т. п.) «подстраиваются» технологически под соответствующую природно-рекреационную среду [2, с. 8].

Сельский туризм связывают также с экологическим комплексом, при котором экологическая зона рассматривается в качестве основы развития аграрного туризма. В соответствии с данной концепцией агротуризм распадается на пять основных видов: спортивный, культурно-познавательный, фермерский, деловой и экологический.

Сельский туризм особенно популярен в США и странах Западной Европы. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы (в деревнях, на хуторах, в удобных крестьянских домах), знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях. Анализ развития агротуризма в данных странах позволил выдвинуть к нему ряд требований [1, с. 34]:

- необходимость единой (универсальной) концепции развития сельского туризма;
- обязательным условием его успешного развития является государственная поддержка;
- объединение лиц, занимающихся данным видом бизнеса, в ассоциации (союзы);
- применение современных информационных технологий для продвижения данного турпродукта.

Как свидетельствует анализ мирового опыта, существует три основных модели развития сельского туризма:

1. Малое семейное хозяйство;
2. Строительство специализированных частных отелей в сельской местности (по типу «агротуристских деревень»);
3. Создание сельскохозяйственных «парков-музеев под открытым небом».

Для современной России приоритетной является первая модель – малое совместное хозяйство. Анализ развития сельского туризма в ряде регионов РФ (Республика Карелия, Алтай, Краснодарский край, Ленинградская, Калининградская, Псковская области) показал, что в России уже функционируют агротуристские предприятия по моделям типа «пансион», «национальная деревня», «сельская гостиница» и др. В большинстве регионов дома сельских жителей рассматриваются как альтернативные средства размещения, а не агротуристские предприятия со специфичным набором услуг.

Существует ряд острых проблем, которые в настоящее время препятствуют развитию сельского туризма и требуют разрешения:

- неразвитость региональной туристской инфраструктуры (сложности, связанные с необходимостью организации мест проведения досуга, наличием небольших ресторанчиков, кафе, сувенирных лавок, развернутой сети сельских автомобильных дорог, что невозможно без помощи региональных и муниципальных властных структур);

- инертность сельских жителей и неумение заниматься туристским бизнесом являются важными проблемами, как и подготовка кадров для данной сферы. Принципы подготовки и требования, предъявляемые к работникам туристского и гостиничного бизнеса, не могут распространяться на хозяев гостевых домов, строящих свой бизнес, как правило, на семейной основе.

К проблемам также можно отнести нежелание и (или) неумение предоставлять дополнительные услуги; недостаточное информационное обеспечение мест отдыха и туристских маршрутов; отсутствие моральной и финансовой поддержки владельцев домов со стороны местных администраций; отсутствие устойчивых партнерских связей с туристскими фирмами и ряд других.

С другой стороны, сельский туризм является наиболее экономически выгодным сектором туристского рынка и имеет ряд серьезных конкурентных преимуществ, таких, как:

- низкая затратность старта;
- малая затратность в целом за счет отсутствия большого штата сотрудников;
- высокая безопасность инвестиций, так как это инвестиции в собственный бизнес;
- индивидуальный подход к созданию турпродукта позволяет обеспечить себе постоянных клиентов из числа индивидуальных туристов.

Сельский туризм выгоден региону и в социальном плане, так как он обеспечивает дополнительные рабочие места среди сельского населения, особенно женщин; возрождает национальные традиции сельской жизни, культурно-бытовые обряды, ремесла; пополняет местные бюджеты и повышает уровень жизни в регионе.

К специфике аграрного туризма относят развитие таких подотраслей, как производство дичи на промышленной основе с последующим выпуском на охотничьи угодья, которые широко распространены в Канаде, Австрии и др. странах. Перспективы агротуризма непосредственно связаны с развитием и восстановлением сельскохозяйственной и перерабатывающих отраслей производства. Потенциал агрокомплекса, направленный на развитие межрегионального туризма, заключается в земле, труде и капитале. В связи с этим агротуризм может развиваться как составная часть региональной экономики в рамках общероссийской программы, а также автономно (на уровне отдельных хозяйств и территориальных образований).

Развитие туризма в сельской местности предполагает улучшение экологической обстановки и создание благоприятной рекреационной

среды. Льготные условия кредитования и развития нетрадиционных форм обслуживания туристов (охота, рыболовство, водный, конный туризм), присущие, прежде всего, агросфере, создают конкурентные преимущества в туристском бизнесе. Создание конкурентных преимуществ аграрного туризма формирует определенную экономическую базу для снижения цен на внутреннем туристском рынке и способствует возрождению социального туризма в России.

Агротуризм имеет четко выраженную этнокультурную составляющую, возможность непосредственнознакомиться с традициями и культурой быта того или иного этноса. Важно, что агротуризм не противоречит устойчивому развитию территории и не оказывает негативного влияния на окружающую среду.

Список использованных источников:

1. **Панов, Н. И.** Сельский туризм в Ленинградской области // Актуальные проблемы развития туризма и подготовка кадров для предприятий туристской индустрии: Сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во «Д.А.Р.К.», 2004. – С. 34-37.
2. Экономика туризма / Редколл. В. А. Квартальнов, И. В. Зорин. – М.: Финансы и статистика, 2002.

ИССЛЕДОВАНИЕ СЕРВИСА В РОССИИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Л. И. Донскова, И. Унгефуг

Алтайский технический университет им. И. И. Ползунова

В России за последние годы вопросы исследований сервисной деятельности считаются с каждым днем все актуальнее и актуальнее. Современное российское потребительское общество вышло на такой этап развития, когда клиенту становится важным не только сам факт предоставления услуги, но и то, как ее предоставили. Интерес людей к определенному типу услуг, предпочтение тем или иным видам отдыха и развлечений меняются в течение жизни, причем неоднократно.

Сфера сервиса способна отзываться на широкий спектр человеческих потребностей, начиная от базовых (жизнеобеспечивающие) и заканчивая высшими потребностями (социальные и культурные). Развиваясь в рамках народного хозяйства, сервис выполняет важные социальные функции: укрепляет социальную безопасность, вносит заметный вклад в обеспечение современного развития производственных коллективов, способствует повышению уровня и качества жизни населения.

Помимо этого сфера сервиса служит благоприятной почвой для развития различного рода предпринимательства, обеспечения занятости населения, т. е. является реальной базой для развития малого бизнеса.

В связи с научно-техническим прогрессом и изменениями, которые происходят в различных сферах жизни общества, возникают и развиваются новые потребности, направленные на улучшение комфорта, а также затрагивающие все сферы жизни человека: общение, путешествия, развлечения и т. п. Поэтому в обществе складывается целая система обслуживания, направленная на удовлетворение различных потребностей человека и общества в целом.

Вышеизложенное подчеркивает, что тема работы является актуальной и одновременно интересной.

В издании «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова приводится следующее определение: «сервис» – это совокупность учреждений и мероприятий по обслуживанию населения в повседневных бытовых нуждах и созданию всевозможных удобств для него (быстрая починка носильных вещей, доставка покупок на дом, справочное дело и т. д.). В современном толковом словаре издательства «Большая Советская Энциклопедия» сервис (англ. service – служба) трактуется как обслуживание населения в различных сферах повседневной жизни (например, гостиничный сервис, автомобильный сервис).

С научной точки зрения сервис можно представить системным объектом, в котором выделяется внешняя и внутренняя среда, влияющие на его функционирование. К внешним факторам относятся экономический, политический, социально-культурный, природный и др. Среди внутренних факторов большое значение имеет персонал и его квалификация, техническая оснащенность, обеспеченность транспортом, инфраструктура и т. д.

В последнее время под сферой сервиса понимается совокупность внешней и внутренней среды производственной и непроизводственной сферы, объединенной общностью выполняемой функции – непосредственное удовлетворение потребностей населения в услугах. Сфера сервиса (сфера услуг) не представляет собой единого комплекса, хотя отрасли, входящие в нее, имеют ряд не только общих черт, но и существенно отличающих их от материального производства.

Результаты функционирования системы «сервис» можно оценивать по ряду показателей: успешность, доступность, эффективность, качество (рисунки 1).

Согласно классификации ООН к сервису относят до 160 видов услуг, которые сгруппированы в 12 крупных агрегированных групп [2, с. 56]. В России, согласно государственной статистики, сервис делится

на два крупных сектора: государственный (бюджетный) и частный (коммерческий). Частный, или коммерческий, включает все платные услуги, их тринадцать видов: бытовые, транспортные, связи, жилищно-коммунальные, гостиничные и аналогичные средства размещения, системы образования, культуры, туры, туристские, физической культуры и спорта, медицинские, санаторно-оздоровительные, правового характера и др.

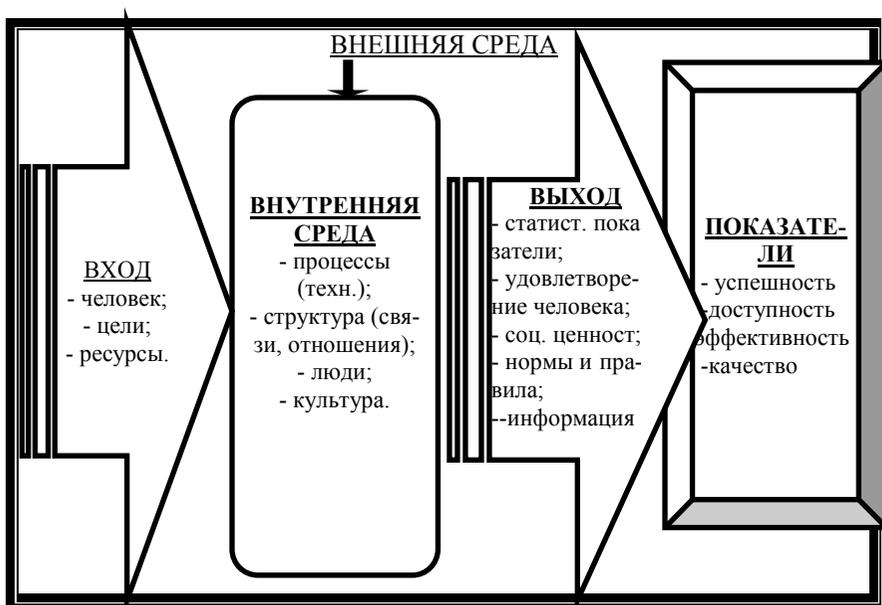


Рисунок 1 – Модель исследования сервиса как системы

Анализируя ситуацию, складывающуюся на рынке платных услуг в нашей стране, важно отметить, что за последние годы темпы роста объемов платных услуг населению планомерно растут. Статистические данные показывают, что в структуре платных услуг за 2010 г. самая высокая доля жилищно-коммунальных (26,7 %), транспортных (20 %) и услуг связи (19,2 %) [8, с. 124]. Доля туристских, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг за аналогичный год является наименьшей: 1,7 %, 2,3 %, 1,2 %, соответственно [8, с. 121]. Несмотря на это, объем туристских услуг постоянно растет, что нельзя отметить о санаторно-оздоровительных, доля которых за 2005-2010 гг. сократилась с 1,6 до 1,2 % [8, с. 136].

В Алтайском крае в 2010 г. среди платных услуг наибольшую долю составляют жилищно-коммунальные (30,5 %), связи (21,6 %) и транспортные (13,5 %), что характеризует тенденцию, аналогичную общероссийской (рисунок 2). Однако в туристской сфере данные показатели несколько различаются от российских. В Алтайском крае наблюдается иная тенденция, к примеру, за аналогичный период доля услуг составила:

- туристических – 1,4 % (в РФ – 1,7 %);
- санаторно-оздоровительных – 2,2 % (в РФ – 1,2 %);
- гостиниц и аналогичных средств размещения – 1,4 % (в РФ – 2,3 %) [9, с. 114] (рисунок 2).

Для выявления общих тенденций и проблем в развитии сервиса было проведено исследование с использованием метода экспертных оценок. Метод экспертных оценок включает организацию работы со специалистами-экспертами и обработку их мнений.

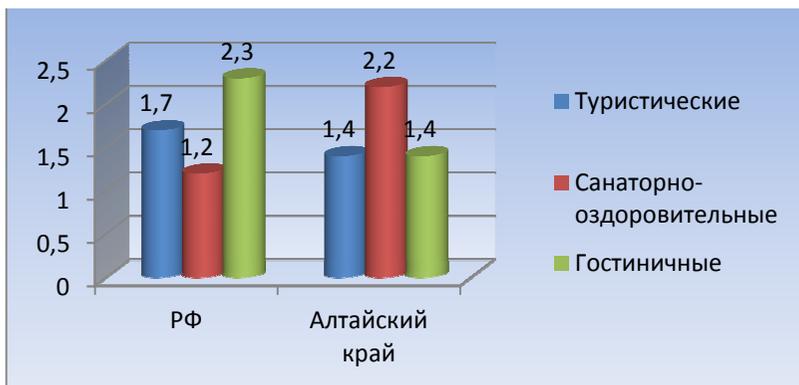


Рисунок 2 – Изменение объема платных услуг по видам в РФ и Алтайском крае

Данный метод позволил исследовать сервис в России, его текущее состояние, проблемы и перспективы. В опросе приняли участие 72 респондента из различных сфер сервиса: транспортная, образовательная, торговая, финансовая, государственная и т. д. Экспертам были предложены вопросы о влиянии факторов (внешних и внутренних), показателей как на уровне организаций, так и общероссийском. Приведем основные результаты оценок.

1. Оценка показателя «успешность» в сервисе. Респондентам было предложено оценить деятельность сервисной организации по пятибалльной шкале (5 – очень успешный ...1 – совсем неуспешный).

Обобщающий показатель успешности для статистической совокупности равен 4,25. Следовательно, результаты опроса показали, что большинство оценивают свой вид деятельности как успешный. По мнению половины респондентов, главными достижениями в сервисе являются отзывы клиентов и известность в городе.

2. Определение показателя «доступность» предоставляемых услуг. Доступность – это качественный интегрированный показатель, который включает ряд элементов: наличие квалифицированных кадров, техническая оснащенность, инфраструктура, цена, потребность населения и т. д. Более 2/3 респондентов считают, что оказываемые услуги за последние годы стали иметь широкую доступность. По их мнению, существуют причины, которые препятствуют увеличению доступности услуг – это высокие цены и отсутствие квалифицированного персонала.

3. Выявление факторов, влияющих на деятельность сервиса. Результаты анализа экспертных оценок позволяют сказать, что среди внешних факторов более всего влияет на деятельность организаций их устойчивость и стабильность – это экономический (84,72 %). Природный фактор имеет наименьшее влияние на деятельность сервиса (всего 1,39 % респондентов). Среди внутренних причин, которые препятствуют увеличению доступности услуг, эксперты выделяют: во-первых, недостаток квалифицированных кадров; во-вторых, высокие цены и, как следствие, снижение возможностей населением их потреблять. Большинство респондентов утверждают, что качество обслуживания и профессионализм персонала являются основными отрицательными характеристиками российского сервиса, которые не позволяют выйти на международный уровень.

4. Оценка степени важности ресурсов, которые используются в деятельности сервисных организаций. Большинство респондентов выделяет материально-техническое обеспечение и информацию как наиболее важные ресурсы, используемые в обслуживании (так считают 81,94 % экспертов). Результаты исследования показали, что корпоративная культура организации на современном этапе развития сервиса не имеет весомой значимости в работе предприятий.

5. Характеристика персонала и условий труда. Половина опрошенных видит, что за последние годы произошли изменения условий труда для специалистов: появилась возможность повышения квалификации и материального вознаграждения. Главными особенностями для таких сотрудников они выделяют: умение находить язык с клиентом,

совершенство в овладении технологиями работы с ними, достижение целей обслуживания.

6. Оценка эффективности и качества работы сервисной организации. Результаты опросов показывают, что в большинстве компаний сегодня существует оценка эффективности, которая определяется стандартами. Кроме того, обслуживание считается эффективным, если увеличивается количество клиентов, повышается прибыль, обслуживание достигает поставленных целей (так считают более половины респондентов). Подавляющее большинство экспертов проблему оценки качества в сервисе видят очень важной. Более 2/3 респондентов считают, что наиболее эффективно контролировать качество обслуживания можно через беседы с клиентами, а также через усовершенствованную систему отчетности и взаимоконтроль сотрудников. Для улучшения обслуживания необходимо регулярно повышать квалификацию сотрудников и увеличивать заработную плату. В большинстве случаев в организациях, как показал опрос, существует своя собственная система контроля. Эффективным и качественным обслуживанием считается деятельность, которая достигает поставленных целей и где мнение клиентов имеет максимальное значение.

Опрос показал, что большая часть экспертов – это молодые люди (25-35 лет), стаж работы которых составляет 5-10 лет.

Таким образом, развитие в нашем обществе как современных форм обслуживания, так и простейших разновидностей услуг свидетельствует о том, что в сервисе стали срабатывать факторы, которые недооценивались в советский период, несмотря на их предельную важность: быстрота обслуживания, доступность услуг, деловая коммуникация между производителями и потребителями. Проведенный анализ показал, что сервис в России характеризуется как достаточно успешный вид деятельности. Услуги, предоставляемые сервисными организациями, имеют широкую доступность. На развитие сервисной деятельности более всего влияет экономический фактор, а основными внутренними причинами, тормозящими развитие сервиса, являются недостаток квалифицированного персонала и высокие цены. Положительным фактом считается то, что большинство сервисных организаций в своей деятельности руководствуются стандартами и внутриорганизационными документами. Однако актуальной проблемой в сервисе остается потребность в высококвалифицированном персонале и разработке четких инструкций и технологий работы с клиентами.

Список использованных источников:

1. **Бирюков В. А., Кузнецова, И. И.** Госсобственность и госсектор в рыночной экономике // *Мировая экономика и международные экономические отношения.* – 2001. – № 12.
2. **Кубрак, И. А.** Проблемы совершенствования управления жилищно-коммунальным хозяйством в переходной экономике / И. А. Кубрак. – М.: Изд-во МГУ сервиса, 2002. – 109 с.
3. **Лексин, В. Н.** Муниципальная Россия. Социально-экономическая ситуация, право, статистика / В. Н. Лексин, А. Н. Швецов. – М., 2006. – 147 с.
4. **Марвин, В.** Несложные методы выбора правильного обслуживания / В. Марвин. – М.: Экономисть, 2002. – 134 с.
5. О некоторых аспектах развития туризма в Российской Федерации в 2008-2010 гг. (материал из Статбюллетеня № 8 (179), 2011 г.)
6. Платное обслуживание населения в России. Статистический сборник, ФСГС, 2011. – 649 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Е. Ю. Владимирская, Ю. М. Горяева, А. А. Смолярук
Уральский государственный экономический университет*

Санаторий – это место, куда люди приезжают провести свой отпуск с пользой для здоровья. Как известно, медицинская составляющая довлеет над сервисной, и в первую очередь для отдыхающих будут иметь значение оздоровительные процедуры, которые занимают у них несколько часов в день. А что же делать потом? Нередко отдыхающие проводят много времени в номере. Комната, где будет проживать отдыхающий, на наш взгляд является вторым фактором выбора санатория. Третьим фактором является досуг, ведь в оставшееся время хочется заняться тем, на что в будни не хватает времени. И к этому санаторию относятся очень внимательно.

Мы думаем, что нет ни одного санатория, где не был бы организован досуг. Поехали бы вы в такое место, если там был бы отличный номерной фонд, вкусно кормили и хорошо делали процедуры, но при этом не было бы ничего другого? До чего же скучным был бы этот отпуск, ведь это все же время, когда хочется получить приятные впечатления и воспоминания. А без организованного досуга это невозможно.

Выбор конкретных форм досуговой деятельности зависит от возможностей материальной базы здравниц, ее месторасположения (в пределах курорта или отдельно расположенная) и наличия природных факторов (гор, водоемов, леса), контингента отдыхающих (взрослые, дети, семьи), уровня профессиональной подготовки работников досуговой сферы.

Материальная база для организации досуга может включать:

- оборудование для отдыха на пляже (водные аттракционы, башни свободного падения, зонты, горки, лодки и пр.);

- оборудование для детских площадок (качели, карусели, беседки, горки, игровые и пневматические аттракционы, оформительские фигуры в виде сказочных персонажей, надувные карнавальные костюмы и пр.);

- помещение, мебель и необходимый реквизит и инвентарь для мини-клуба (различные настольные игры, краски, книжки-раскраски, пластилин, пазлы, наборы формочек, куклы, машинки, цветная бумага, карандаши и т. п.);

- оборудование для подвижных игр и тренажерных залов (спортивные тренажеры, экстремальные аттракционы, мишени, аксессуары для пейнтбола, бадминтона, футбола и пр.);

- помещение, книги и мебель для библиотеки;

- помещение и инвентарь для станций и пунктов проката лодок, водных велосипедов, лыж и пр.;

- помещение, амфитеатр или оборудованную площадку на открытом воздухе для проведения массовых мероприятий и развлекательных шоу;

- оборудование, декорации и набор костюмов и реквизита для сцены;

- проекционное, звуковое, сценическое, светотехническое и другое оборудование для проведения шоу, дискотек, конкурсов и соревнований;

- игровые автоматы;

- оборудование и помещения для бильярда, боулинга [1, с. 132].

Формы организации досуга на предприятиях отдыха и оздоровления зависят от времени года. Так, некоторые здравницы в зимнее время могут предложить прокат коньков, лыж и снегоходов. Тогда как в летнее время другой санаторий может порадовать своим водоемом с возможностью поплавать в нем на лодках и катамаранах.

Немаловажным фактором выбора санатория является наличие зеленой зоны, детских площадок, где можно прогуляться, подышать свежим воздухом, подумать о своем, да и просто «разомнуть кости».

В некоторых санаториях существуют аниматоры, которые не дают скучать отдыхающим, организовав для них разные развлечения и соревнования.

Таблица 1 – Услуги по организации досуга

Спортивный и оздоровительный	Культурно-познавательный и зрелищно-развлекательный	Детский	Прочее
Тренажерный зал Спортивный зал Спортивные площадки, теннисный корт Баня Сауна Бассейн Сухой бассейн с шариками Джакузи Прокат велосипедов, роликовых коньков, самокатов, мячей, ракеток, лодок, катамаранов, Зимой: прокат лыж, лежачих коньков, санок, снегокатов Бильярд Шашки, шахматы Фитнес Аквапарк Оборудованный пляж Конные прогулки Пейнтбол Картинг Пешеходные дорожки Веревочные городки	Библиотека Киноконцертный зал, где организуются кинопоказы, концерты, поэтические вечера и другие мероприятия Видеозал Танцевальный зал Танцевальная площадка open-air Музей истории санатория Литературная гостиная Музыкальный клуб Зимний сад Творческие кружки, студии, клубы по интересам Караоке	Мини-бассейн для малышей Детская комната с сухим бассейном с шариками, мягкими игрушками, горками, качелями. Услуги воспитателя. Детский городок на территории Кружки Секции Студии Творческие мастерские Детские игровые автоматы Проводятся мероприятия, конкурсы, соревнования, детские дискотеки	Экскурсионные туры Поездки в музеи, театры и т. д. Уголок живой природы Парикмахерская Косметолог Маникюр и педикюр Солярий Магазины Беседки с мангалами Рыбалка

В таблице 1 представлены услуги по организации досуга на предприятиях отдыха и оздоровления Свердловской области (для мониторинга было взято 50 здравниц).

Как видно из таблицы 1, здравницы Свердловской области предлагают разнообразные виды досуга с учетом потребностей различных категорий отдыхающих. Отталкиваясь от своих предпочтений, желаний и планов, каждый подбирает идеальный для себя санаторий, поэтому санаторий пытается предложить как можно больше видов досуга клиентам. Так, например, человек, который приехал один, не против посетить вечерние мероприятия либо почитать книгу в библиотеке. Если человек любит спорт, то с удовольствием ходит в тренажерный зал либо поплавает в бассейне. Для семейных пар с детьми будет важным наличие детского клуба, кружков для развития. Компания друзей с удовольствием посетит баню, арендовав мангал с беседкой, также поиграет в баскетбол, волейбол или даже футбол. Кто-то выбирает санаторий, отталкиваясь от своих хобби: караоке, бильярд, настольный теннис, кино, шахматы, пейнтбол, конные прогулки. Для молодежи важно наличие танцплощадки, где они бы могли проводить вечера.

В зависимости от отношения к проведению досуга отдыхающие делятся на несколько типов личности:

Первый тип – инициативные. Отпуск планируют заранее, предпочитают активный отдых, выдвигают идеи по организации досуга. Главная задача в работе с ними – уметь выслушать и выполнить почти готовую программу, подыграть инициативным туристам. От аниматоров требуется импровизация и ни в коем случае недопустим перехват инициативы.

Второй тип – деловые люди, у которых в обыденной жизни очень мало свободного времени и свой досуг они стремятся потратить с максимальной пользой для дела. К ним относятся бизнесмены, менеджеры, представители научной и технической интеллигенции. Они предпочитают досуг, который дает им возможность самосовершенствоваться и проявить себя (деловые игры, научные диспуты и пр.) или спокойный отдых (рыбалка, охота, выезд на природу и пр.).

Третий тип – отдыхающие, имеющие какое-то одно большое увлечение в жизни (коллекционирование, конструирование, моделирование, вязание и т. п.). Любимому делу они посвящают все свое свободное время, поэтому им больше всего подходят клубы по интересам, творческие студии, кружки. Именно там они получают самое большое моральное удовлетворение.

Четвертый тип – любители спорта, активные отдыхающие, предпочитающие во время досуга как можно больше двигаться (играть в спортивные игры, участвовать в соревнованиях и различных мероприятиях). Критерием выбора здравницы для таких туристов будет наличие разнооб-

разных спортивных развлечений – спортивных площадок, залов, проката инвентаря и т. д.

Пятый тип – пассивные туристы, отдающие предпочтение спокойным формам досуга (чтению художественной литературы, просмотру телепрограмм, многочасовому отдыху на пляже). Эти люди часами могут сидеть у телевизора или читать книги. Для такого типа отдыхающих подойдут программы, в которые включены игры на пляже, вечерние шоу и видеотека.

Шестой тип – неисправимые скептики и ворчуны. Это наиболее сложная категория отдыхающих. Их очень трудно чем-либо увлечь, однако при разнообразии предлагаемых программ и они могут найти себе развлечение [2, с. 67].

Организация досуга отдыхающих – трудная задача, связанная, прежде всего, с большим количеством свободного времени у курортника в период пребывания в здравнице. В последние годы в организации досуга отдыхающих происходят значительные изменения. Это обусловлено: заимствованием опыта зарубежных курортов; ростом образовательного и культурного уровня населения; внедрением новых технологий индустрии развлечений; изменением структуры использования свободного времени; активизацией гастрольной и концертной деятельности профессионалов театра и эстрады.

Список использованных источников:

1. **Власова, Т. И.** Анимационный менеджмент в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, Н. И. Панов. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.

2. **Трегьякова, Т. Н.** Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме / Т. Н. Трегьякова. – М.: Академия, 2008. – 272 с.

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ

Л. Н. Асташина

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

Ху Инин

ТОО «Азиатский Газопровод» (Китай)

Организационная (корпоративная) культура играет важную роль в фирме, являясь стратегическим инструментом управления персоналом;

системой духовных и материальных элементов; регулятором порядка осуществления деятельности компании; способом повышения целеустремленности социальной системы; стимулом эффективной работы на рынке; средством пропаганды имиджа фирмы [7; 65]. В РФ выделяют 3 составляющих корпоративной культуры:

1. Базовые принципы поведения всех членов организации, их взгляды на окружающую среду (группу, организацию, общество и т. д.) и факторы влияния на неё. Деловые отношения отличаются регламентированностью, нормативностью и строятся на партнёрских началах [3; 68].

2. Ценностные ориентации. В некоторых организациях считается, что «клиент всегда прав», в других – все наоборот. Однако принятая ценность помогает человеку понять то, как он должен действовать в конкретной ситуации.

3. Символика, формирующая ценности у членов организации. Её содержание воплощается в «ходячие» истории, легенды и мифы, которые иногда оказывают больше влияния на людей, чем те ценности, которые рекламируются в буклете компании [7; 66].

Корпоративная культура – это система ценностей и убеждений, разделяемых всеми работниками фирмы, предопределяющая их поведение, характер жизнедеятельности организации [7; 64].

В Китае корпоративная культура представлена таким образом:

1. Брендочная культура, которая напоминает символизм европейской корпоративной культуры. Бренд отражает репутацию фирмы. Например, «Цветок – самоцвет» китайской национальной нефтегазовой корпорации вызывает доверие у людей. Их заправочные станции самые популярные в КНР.

2. Духовная культура. В духовную культуру включаются философия, миссия и перспективы фирмы, главные ценности, мораль и концепция управления т. д. Создание духовной культуры фирмы включает утверждение системы ценностей, миссии, желаемых перспектив, основных воззрений и концепций управления и превращение их в идеологию всех работников. Проявление идеологии в сознательных и привычных поступках демонстрирует обществу репутации фирмы. Компании в РФ не имеют опыта формирования духовной культуры.

3. Нормы и стандарты поведения, которые могут включать в себя различные уставы и правила, стиль работы и т. п., что по эффективности и практичности имеет отличия в разных фирмах [8].

«МИЭЛЬ» – единственная российская компания, вошедшая в ТОП-5 международного рейтинга самых эффективных компаний на рынке

недвижимости по данным РБК (июнь 2012 г.). В компании сложилась формула доверия: Доверие = (развитие + стиль + сопереживание) × ценность. Они считают доверие высшим уровнем развития человеческих отношений, и ничто не ценится так дорого, как полное доверие. Ничто не переживается так тяжело, как его «утрата» [6].

«Отличий между российскими и китайскими компаниями немного, но они легко заметны, – отмечает В. Наумова, директор по рекламе и PR в российском представительстве китайской компании ZTE Corporation. – Я не помню, чтобы кто-то из китайских начальников позволил себе перейти на крик». Между тем с руководством выстроенны формальные отношения – никаких похлопываний по плечу, разговоров в курилке. «Особенно это свойственно для общения между самими китайцами, – говорит Наумова. – С российскими сотрудниками китайские руководители пытаются вести себя проще, демократичнее. Они думают, что так принято в нашей стране» [4]. Для того, чтобы хорошо ориентироваться в глобальном смещении культур, необходимо изучать мировой опыт формирования организационной культуры компании [2; 86]. В китайской поговорке говорится, что получение годичной прибыли зависит от судьбы; трехлетнее продолжение от руководства; пятилетние успехи от устава и режима; столетнее развитие от культуры. Организационная культура многих компаний в Китае формируется под влиянием философии Конфуция. Например, корпоративная культура хайнаньской авиакомпании, одной из 4 крупнейших авиакомпаний Китая, состоит из трёх главных идей:

1. «Добродетель должна воспитывать душу». По-Конфуцию, правитель должен руководствоваться высокими моральными принципами в процессе управления: являться для своих подчиненных примером для подражания, подобно тому, как Полярная звезда служит всем путешественникам ориентиром.

2. «Правдивость должна облагораживать сердце», правдивость также является одним из четырех заветов (знание, нравственность, преданность, правдивость) конфуцианского учения. Эта концепция способствует созданию честной и правдивой фирмы.

3. «Долг и справедливость должны преобладать над выгодой», при виде выгоды не стоит забывать о принципах, надо правильно относиться к взаимодействию между прибылью и нравственностью, выгода общества должна правильно сочетаться с выгодой компании для содействия совместному процветанию [9].

Современное бизнес-сообщество в России и Китае предпочитает совершенствовать механизмы общения в команде на основе опыта ус-

пешных корпораций, что обеспечивает им устойчивую позицию в международной предпринимательской деятельности [2; 87].

Туристической фирме нужно 3-5 лет, чтобы обрести свой стиль ведения бизнеса. Наличие устойчивого круга постоянных клиентов – признак того, что фирма выработала свой стиль, правильно оформила свой пакет услуг, заинтересовала партнеров и клиентов.

В мае 2009 г. Toyota завершила финансовый год с убытками. Масштабный возврат автомобилей из-за неисправностей тормозной системы нанес вред репутации фирмы, но извинения президента Акио Тойота перед владельцами неисправных машин и признание технических недостатков позволило Toyota в мае 2012 г. вновь вырваться на первое место, обогнав Volkswagen и General Motors. Это свидетельствует о силе корпоративной культуры Тойота [10].

Современные компании используют ёмкий образ (символ, расказ, девиз, церемонию), подчеркивающий наиболее сильные стороны компании: WHITE COLLAR HIPPIES (туристическая компания в Индии) – «Земля не вечна. Путешествуйте сейчас. (The world has less time left. Travel now); Samsung – «Хорошо там, где мы есть» [1]; Символы связаны с системой корпоративных ценностей. Рассмотрим социальный символ «Самсунга» – пятиконечную звезду, образованную взявшимися за руки людьми. В основе символа пять направлений: социальное обеспечение, культура и искусство, научная деятельность и образование, охрана природы и добровольная общественная деятельность сотрудников. Для российской практики бизнеса характерны случаи неточно выбранных, «пустых» лозунгов, ничего не выражающих фирменных знаков. Складывается впечатление, что роль символов недооценивается в РФ.

На предприятиях создаются легенды о «героях-новаторах», «героях-экспериментаторах», «героях, все время отдающих компании». Мифы, легенды, истории о героях призваны довести до служащих ценности компании. Некоторые имена героев-легенд вошли в историю международного бизнеса: Томас Уотсон (IBM), Альфред Слоун (Дженерал Моторс), Ли Якокка (Форд), Билл Гейтс (Майкрософт) [5].

В России и в Китае западная модель социально-экономического устройства не является традиционной, но сходство российской корпоративной культуры и китайской объясняется не территориальной близостью и многолетним сотрудничеством государств, а стремительной интеграцией обеих стран в мировое пространство.

Список использованных источников:

1. Алгоритм формирования корпоративной культуры на предпри-

ятии [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// 5ballovqip. Ru / referats / preview/89314/?diplom-algoritm-formirovaniya-korporativnoy korporativnoy-kulturyi-na-predpriyatii](http://5ballov.qip.ru/HYPERLINK \)" referats / preview / 89314 / ?diplom-algoritm-formirovaniya-korporativnoy-kulturyi

2. **Архангельская, М. Д.** Бизнес-Этикет или Игра по правилам [Текст] / М. Д. Архангельская. – М.: Изд-во «Эксмо», 2002. – С. 159.

3. **Асташина, Л. Н.** Деловое общение [Текст] / Л. Н. Асташина. – Барнаул: Изд-во АЦНТИ, 2003. – С. 173.

4. Китайский стиль руководства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http:// hrm. Ru / db / hrm / FCB4CE50641C6D52C32570370026A3CE/category.html>

5. Организационная культура в России и Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/19146103.html>

6. О «МИЭЛЬ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.miel.ru/company/>

7. **Уткин, Э. А.** Этика бизнеса [Текст] / Э. А. Уткин. – М.: Изд-во «Серцало», 1998. – С. 253.

8. 企业文化 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baike.baidu.com/view/4152.htm>

9. 《海航》 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wenku.baidu.com/view/5cb1e7313968011ca3009181.html>

10. 丰田召回事件 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baike.baidu.com/view/3231696.htm>

СПЕЦИФИКА ПОСТРОЕНИЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕРВИСЕ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ

И. В. Комаристый

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

Современный менеджмент в сервисе уже достаточно давно приобрел клиент-ориентированную маркетинговую направленность. В настоящее время чуть ли не единственным критерием оценки качества деятельности любого, в том числе и сервисного, предприятия является степень удовлетворенности потребителя. Это определяет дальнейшее развитие данной организации на рынке, уровень конкурентоспособности, политику ценообразования и т. д.

Особенности услуг и специфика деятельности сервисных организаций лежат в основе подхода, выделяющего управление качеством услуг в особую область, не связанную с управлением осязаемыми продуктами:

- потребителям труднее определить качество услуг, чем качество товаров;
- качество услуги является результатом сравнения ожиданий потребителя и реального уровня предоставления услуги;
- оценка качества услуги происходит как на основании результата, так и процесса предоставления услуги.

Из этих трех положений видно, что ключевым моментом определения качества услуг лежит мнение покупателя, его удовлетворение и восприятие полученной услуги [1]. То есть оценка качества услуг должна базироваться на критериях, используемых потребителем для этих целей. Именно эта предпосылка лежит в основе распространенных в настоящее время концепций определения качества услуг. В соответствии с этим большинство ученых сходятся во мнении, что в случае услуг нельзя говорить об объективном качестве, а лишь о субъективно воспринятом (потребителем). Отсюда логически вытекают предпосылки внешнего влияния или управления мнением потребителя в процессе выбора услуги, ее потребления и оценки.

Информация о реакции на покупку является важной для сервисной организации и оказывает влияние на стратегию разработки ее будущих действий и решений.

Потребители оценивают качество услуги, сравнивая то, на что они рассчитывали, с тем, что, по их мнению, они получили. Если их ожидания удовлетворены, они верят, что получили высококачественную услугу. После предоставления услуги возможен один из вариантов ее оценки:

- 1) выполнение услуги оправдывает ожидание потребителя, приводя к нейтральному чувству удовлетворения;
- 2) выполнение работы превосходит ожидания и потребитель восхищен, что известно как позитивное отношение;
- 3) выполнение работы не оправдывает ожидания, и потребитель не удовлетворен, что известно как негативное отношение.

Повторная покупка наиболее вероятна тогда, когда результатом является нейтральное или позитивное отношение. Опыт и впечатления потребителя относительно услуги становятся входными данными для его будущих решений.

О каждом случае недовольства одного потребителя, как свидетельствует практика, узнают 9 из 10 потенциальных клиентов. Следовательно, каждый случай неудовлетворенности клиентов вызывает куда более отрицательный результат, чем можно было предположить.

Потребитель как человек представляет собой сложную социально-психологическую систему, обладающую индивидуальными, присущими только конкретному лицу, комплексом черт и особенностей психики, восприятием мира. Современная наука, несмотря на ее всестороннее развитие, не дает однозначные ответы, которые позволили бы объяснять и предсказывать действия покупателей. Следовательно, речь может идти только об упрощенном описании поведения потребителей с помощью создания моделей.

Моделирование поведения потребителей позволяет описывать и предсказывать поступки не отдельного человека, а целых групп (кластеров), имеющих более или менее похожие стили поведения. Чем точнее удастся создать модель поведения потребителей, тем более точно можно предсказывать, как будут они себя вести в разных ситуациях покупки товара.

Один из общих подходов к построению модели поведения потребителей может выглядеть как показано на рисунке 1.

Согласно рисунку 1 формирование модели поведения различных групп потребителей основывается на двух сторонах человеческого бытия. С одной стороны, потребитель обладает набором личностных качеств, а с другой стороны, он имеет покупательский опыт, накапливаемый с самого раннего детства.

Сюда же интегрирована модель поведения (Д. Хокинс, Р. Бест и К. Кони), которая рассматривает поведение потребителей в зависимости от принадлежности к роду, от образа жизни потребителя [2]. Образ жизни человека или семьи является результатом многих явлений, которые могут быть описаны в виде двух подгрупп: *внешние* и *внутренние влияния*.

Данная модель поведения потребителей является общей моделью поведения, которая может быть применима как к потребителю товара, так и услуги. Цель построения данных моделей, кроме всех прочих, сводится к нескольким наиважнейшим аспектам: узнать целевого потребителя; разработать программу влияния на данного потребителя согласно его сегментарному признаку (принадлежности, положению в модели); максимизировать степень удовлетворения клиента на всех этапах потребления товара или услуги.



Рисунок 1 – Подход к формированию модели поведения Потребителя

Конечная оценка услуги потребителем имеет наиболее серьезный вес в древе целей разработки модели, так как удовлетворенный клиент совершит повторную покупку услуги. Однако потребители оценивают услуги иначе, чем товары [3]. Это связано с тем, что услугам присущи некоторые особенные характеристики, в частности *закон «4-не»*, относящийся лишь к услугам: неосвязаемость услуги, неразрывность производства и потребления, непостоянство качества услуги, несохраняемость услуги. Исходя из этого, можно представить континуум распределения оценки качества товаров и услуг: на одном конце его будут

продукты, качество которых можно определить легко, а на другом – плохо поддающиеся оценке (рисунок 2.).

Распределение происходит по характеристикам, на которые ориентируется потребитель при выборе и оценке блага: эмпирическая, логическая, доверительная оценка. В литературе их часто называют «атрибутами» поиска опыта и доверия.

1. Эмпирическая оценка качества – согласно чувственному восприятию, качество блага определяется до того, как принято решение покупать. Это товары, соответствующие эмпирическим желаниям покупателя: цвет, вкус, запах, размеры, внешний вид и т. п. Для услуг в данном аспекте подходит: размещение, широта выбора, качество обслуживания и т. д.

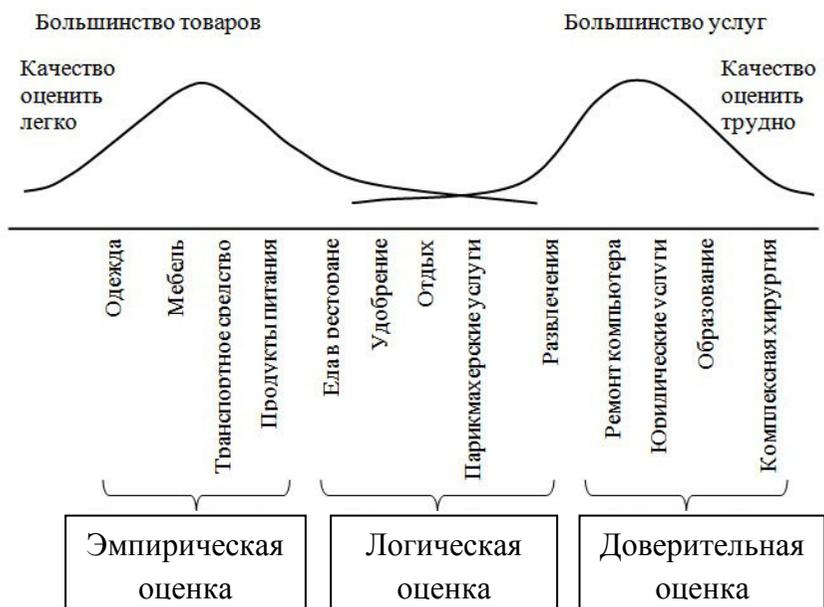


Рисунок 2 – Континуум оценки потребителем товаров и услуг

2. Логическая оценка качества – логика, причинно-следственные связи, знания подсказывают потребителю предварительную оценку качества блага еще до момента приобретения опыта: цена, стиль, знания о благе и т. п.

3. Доверительная оценка качества – такая оценка складывается у потребителя исходя из невозможности, зачастую, довериться чувствам и логике порой даже во время и после потребления. В данном аспекте оценки качества потребитель опирается на референтные группы, «сарафанное радио», личностные авторитеты (компетентные в данной области или с которыми хорошие отношения: семья, друзья и т. д.).

Безусловно, нет четких критериев чисто эмпирической, логиической или доверительной оценки – все они взаимосвязаны и взаимодополняемы, речь идет лишь о доминирующем факторе при оценке. Также и товары, и услуги, со своей стороны, могут принадлежать к периферийным зонам оценки, где превалировать может как, допустим, логический, так и доверительный подход.

Разрабатываемый комплекс маркетинг-микса должен быть направлен на удовлетворение потребителя на рынке услуг и может опираться на модель потребительского поведения. При разработке модели необходимо сегментировать рынок тех или иных услуг и соотносить его с определенным сегментом потребителей с целью получения от клиентов максимальной оценки качества услуги. Для этого важно разработать стратегию факторов влияния на потребителя, начиная с первого этапа потребления (покупательской идеи, желания приобрести) и заканчивая последним этапом – оценкой потребителем качества. Модель континуума оценки качества может служить ориентиром в рамках определения сегмента блага, а также определением характеристики оценки качества товара или услуги, что облегчит составление модели управления потребительским поведением.

Список использованных источников:

1. **Богданова, О. Ю.** Психология маркетинга / О. Ю. Богданова. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2002. – 66 с.

2. **Котлер Ф.** Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз ; Пер. с англ. Под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998.

3. **Маслова, А.** Тайный покупатель – инструмент повышения продаж [Электронный ресурс] / А. Маслова // Монитор. – 2009. – № 5, 16 марта. – С. 17-20. – Режим доступа : http://www.marketkom.Ru/files/articles/Tajnyj_pokupatel_instrument_povyshenija_prodazh.pdf. – Загл. с экрана.

РОЛЬ РОССИЙСКИХ АССОЦИАЦИЙ РЕСТОРАТОРОВ В РАЗВИТИИ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА

Т. Г. Петракова

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

В настоящее время ресторанный сервис, как и гостиничный, соответствует международным стандартам в основном только в тех предприятиях, которые входят в международные и российские ресторанные сети. Несомненно, представители ресторанного бизнеса стремятся к совершенствованию услуг, повышению конкурентоспособности на рынке и во многом этому способствуют ассоциации рестораторов, кулинаров, барменов. Всего в России осуществляют свою деятельность около 30 ассоциаций ресторанного бизнеса и около 90 их филиалов в регионах России.

На федеральном уровне функционируют:

- Федерация рестораторов и отельеров (около 20 отделений в регионах России);
- Барменская ассоциация России (включает филиалы в 50 субъектах РФ);
- Ассоциация кулинаров России (филиалы ассоциации в Пермской, Московской, Владимирской областях, республиках Башкортостан и Чувашия).

На региональном уровне осуществляют свою деятельность Ассоциация рестораторов города Челябинска, Ассоциация концептуальных ресторанов города Иркутска «Альянс Ресторанс», Ассоциация предприятий общественного питания г. Санкт-Петербурга, Ассоциация рестораторов «Веста-центр интернешнл», Ассоциация ресторанов г. Иркутска, Ассоциация рестораторов Карелии, Бурятская ассоциация рестораторов, региональное объединение «Ресторатор» г. Липецк, Волгоградская ассоциация кулинаров и рестораторов, Восточно-Сибирская ассоциация гостиниц и ресторанов, Воронежская ассоциация «Новые технологии общественного питания», Ассоциация шеф-поваров Северной Карелии, Кузбасская ассоциация шеф-поваров, Ассоциация клубов, ресторанов, баров и кафе Волгограда и Волгоградской области.

В 1990-е годы, в период рыночных реформ, происходит либерализация внешних границ, трансформация в социально-экономической системе, что отражается и на ресторанном бизнесе. Предприятия общественного питания стремятся объединиться для решения общих задач. Одним из первых начала свою деятельность общественная не-

политическая организация профессиональных работников массового питания Ассоциация кулинаров России (АКР), созданная 14 февраля 1990 г. В эти годы появилось несколько отделений: в 1992 г. – Московская ассоциация кулинаров, в 1999 – городская общественная организация «Волгоградская ассоциация кулинаров» и общественная организация «Костромская Ассоциация кулинаров». Ассоциации кулинаров создавались на основе общности интересов групп граждан, занятых в сфере общественного питания, предоставляя уникальную возможность для делового общения профессионалов, совместного обучения, обмена опытом, знакомства с современными тенденциями в организации ресторанного бизнеса, актуальными направлениями мирового кулинарного искусства.

Барменская ассоциация России (Б.А.Р.) была основана в 1992 г. и является единственной в России организацией, объединяющей барменов и официантов, зарегистрированной на международном уровне и принята в 1997 г. в действительные члены I.V.A. (Международная Барменская Ассоциация барменов). С 1994 г. на базе Б.А.Р успешно работает Центр профессионального обучения, выпускающий лучших в России специалистов по более 10 направлениям. Барменская Ассоциация России регулярно обновляет накопленный опыт барменского мастерства. Вступление в члены I.V.A. позволило России в лице Б.А.Р. принимать участие во всех международных обучающих программах, включая Чемпионат Мира среди барменов. В 2000-е годы Барменская ассоциация России открыла филиалы в г. Екатеринбурге, Югре, Ростовской, Воронежской областях и Хабаровском крае.

В настоящее время «Барменская ассоциация России» ведет активную деятельность в ресторанно-гостиничном бизнесе, проводит конкурсы, тренинги по барменскому искусству, способствует продвижению напитков ведущих мировых компаний, готовит персонал для ресторанов и баров. Членами данных ассоциаций являются профессиональные бармены и специалисты разных областей ресторанного бизнеса. Отделения Б.А.Р. регулярно получают и обмениваются информацией о новшествах в ресторанном и барном деле, а также обо всех мероприятиях, устраиваемых Б.А.Р. и I.V.A.

В конце 1990-х начала свою деятельность на федеральном уровне «Федерация рестораторов и отельеров», созданная на основе Московской гильдии рестораторов – первого в России профессионального объединения владельцев ресторанного бизнеса. У истоков ее создания стояли А. Новиков, Р. Ордовский-Танаевский Бланко, А. Деллос, И. Бухаров и многие известные рестораторы России. В 2000-е годы от-

крыто около 20 отделений, в частности в 2000 г. основана «Дальневосточная ассоциация рестораторов и отельеров» с целью создания эффективных профессиональных взаимосвязей в индустрии гостеприимства на Дальнем Востоке. В 2006 г. создана «Ассоциация рестораторов и отельеров Нижегородской области» по инициативе ведущих рестораторов города для того, чтобы не конкурировать друг с другом, а бороться за клиента.

В 2000-е годы появляются и региональные объединения ресторанного бизнеса. Так, по инициативе ведущих рестораторов города совместно с Управлением по потребительскому рынку Администрации г. Улан-Удэ в 2005 г. создано некоммерческое партнерство «Бурятская Ассоциация Рестораторов». В 2008 г. основана Ассоциация предприятий общественного питания Санкт-Петербурга при поддержке Комитета по экономическому развитию, промышленной политике и торговле Санкт-Петербурга, в содружестве с Центром контроля качества товаров, работ и услуг. Учредителями ассоциации стали компании, составляющие всю тематическую отраслевую цепочку, от производителей и поставщиков продуктов, алкоголя и специализированного оборудования до рестораторов, предприятий общественного питания разного уровня.

Представители ресторанного бизнеса объединяются для решения одной важной цели – осуществление инвестиционных, творческих, культурных, учебных, организационных и других инициатив по подъему общего уровня обслуживания во всех звеньях индустрии общественного питания.

Анализ деятельности российских ассоциаций рестораторов позволил выявить следующие направления их работы.

1. Разработка программ повышения квалификации и обучение работников, занятых в сфере общественного питания. Ассоциации рестораторов, кулинаров и барменов проводят обучение работников на базе средних профессиональных учреждений или на базе учебных центров.

Система обучения в Барменской Ассоциации России соблюдает принципы максимальной доступности образования для всех желающих, практической направленности обучения и высокий уровень профессиональной подготовки выпускников. Ассоциация готовит специалистов обслуживающего и административного персонала ресторанов и баров по программе Международной Барменской Ассоциации (I.B.A.) и методике, основанной на передовом опыте лучших рестораторов и барменов мира, предлагает следующие обучающие программы на базе учебного центра ассоциации: курсы барменов, курсы официантов, кур-

сы рестораторов, курс «Антивор», курсы «Дегустаторов коктейлей», «Мастерство бариста», школа флеринга, обучение в ресторане заказчика, обучение работы с программами Tilly Pad, BARcheck, «Официант-заказ», а также модульные курсы по профессии бармен и барменеджер.

2. Ассоциации предлагают услуги на льготной основе для своих членов или всех желающих предприятий сферы гостеприимства:

- консалтинговые услуги – консультационное сопровождение после обучения персонала; разработка, проектирование, эргономика барной стойки; консультации и постановка работы заведения; помощь в подборе профессионального барного оборудования, инвентаря, посуды; составление алкогольной линейки бара; разработка уникальных (фирменных, под стилистику заведения) рецептов коктейлей; разработка и составление карт бара, сигарных, винных, кальянных карт, кофейного меню; составление калькуляционных и технологических карт для коктейлей;

- аудит: тестирование и аттестация персонала заведения; независимый аудит бара (снятие остатков); программа – тайный посетитель (выявление недочетов в работе обслуживающего персонала и работы заведения);

- Promotion: показательная работа в баре в качестве рекламы заведения, организация и работа коктейль-бара на любом мероприятии; профессиональное бармен-шоу, коктейль-шоу; организация и проведение профессиональных конкурсов;

- специализированная литература «Ресторанный магазин»;

- автоматизация предприятий: комплексная автоматизация предприятий (система Tilly Pad, программа для снятия остатков «Barcheck», программа для принятия заказа официантами «Официант-заказ»).

3. Пропаганда современных знаний и достижений в сфере индустрии питания, организация и проведение чемпионатов, олимпиад, конкурсов, декад, месячников национальных кухонь в стране и за рубежом, кулинарных выставок, дегустаций, различных благотворительных акций, конференций, семинаров, фестивалей профессионального мастерства специалистов ресторанного дела. Например, международные выставки – международный кулинарный салон «Мир Ресторана & Отеля», международная выставка «ПИР. Индустрия гостеприимства», профессиональная международная выставка Moscow Bar Show.

Особое значение в развитии профессионального мастерства имеют международные и российские конкурсы – международный Чем-

пионат по кулинарии и сервису «Золотая Кулина», международный конкурс среди барменов «MONIN CUP», мировой Чемпионат по флейрингу TITANS WORLD OPEN, международный конкурс барменского искусства Bacardi Legacy Cocktail Competition, всероссийский Чемпионат по кулинарному искусству. В Москве ежегодно присуждается значимая столичная премия «Лавровый лист» в области ресторанного бизнеса, существующая 2004 г.

В отличие от других общественных организаций в области ресторанного бизнеса Ассоциация предприятий общественного питания Санкт-Петербурга регулярно проводит круглые столы по вопросам общественного питания, в их числе круглые столы и семинары на темы «Кадровый вопрос в сфере общественного питания Санкт-Петербурга», «Стандартизация работы предприятия общественного питания», «Организация службы кейтеринга, разработка альтернативных стратегий работы ресторана и кафе», «Безопасность в ресторанном бизнесе Санкт-Петербурга: экономическая, юридическая безопасность, организация работы охранных служб».

4. Привлечение профессиональных организаций смежных областей для взаимовыгодного сотрудничества, развитие предложений товаров и услуг для членов ассоциаций, а также развитие партнерских организаций – производителей, поставщиков, продавцов, рестораторов.

5. Оказание своим членам методической и консультативной помощи по основным направлениям их профессиональной деятельности, информирование их о теоретических и практических новшествах в области кулинарии и сервиса, о новых отечественных и зарубежных технологиях, содействие в интересах потребителей развитию изобретательства и рационализаторства, научно-исследовательской работе в области массового питания.

6. Поощрение своих членов, вносящих наибольший вклад в ее деятельность, путем учреждения специальных званий, наград, дипломов, премий и стипендий.

7. Сотрудничество со средствами массовой информации, отраслевой печатью, издание высокопрофессиональных книг и учебных пособий по вопросам кулинарии и сервиса, журналов, бюллетеней, буклетов и других изданий в рамках реализации уставных задач.

8. Содействие в разрешении споров и конфликтов, оказание юридической помощи, взаимодействие с органами государственной власти по созданию условий для цивилизованного ведения бизнеса в сфере общественного питания на муниципальном, региональном и федеральном уровнях.

9. Установление контактов с национальными и международными профессиональными ассоциациями и союзами, содействие членам ассоциаций в налаживании деловых взаимовыгодных связей с иностранными партнерами, участие в региональных, государственных и международных программах в области индустрии общественного питания.

10. Сохранение и возрождение национальных традиций индустрии питания и гостеприимства, повышение ресторанной культуры среди потребителей, формирование стандартов ведения ресторанного бизнеса в регионе, осуществление благотворительной деятельности.

Таким образом, представители ресторанного бизнеса объединяются для достижения социальных, культурных, образовательных, управленческих целей, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей, содействуют его членам в повышении престижа и пропаганде индустрии общественного питания и гостеприимства.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ: ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ПОВСЕДНЕВНОСТИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА ЖИТЕЛЕЙ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Р. С. Саликжанов, А. П. Коновалов, И. А. Бердешова
Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева
(Астана, Казахстан)

Известно, что культура – явление многогранное. Культура как ценность, как средство удовлетворения человеческих потребностей, которые способствуют развитию и конкретному человеку, и всего общества. Именно гармония в удовлетворении развивающихся потребностей единичных субъектов, и в конечном итоге формирование общества, которая называется «развитое, цивилизованное общество» есть цель государства. В такой развивающейся гармонии, как известно, одинаково важное значение имеют две составляющие: культурный уровень конкретного человека и культурно-развивающий потенциал бытия, в котором происходит социализация членов общества. Насколько эти составляющие отстают друг от друга, от цивилизационных достижений мирового сообщества и составляет суть социально-культурных проблем [1].

Сложность и пути решения социально-культурных проблем связаны с уровнем развития экономики, следовательно, динамика экономических показателей должна соотноситься с динамикой социального и культурного развития, социализационными траекториями личности [2].

В данной статье мы бы хотели обсудить результаты социологического опроса, проведенного в 2008 году, в котором приняли участие жители Восточно-Казахстанской области (*N-1952*). Другие данные этого исследования изложены в публикации авторов [3].

Анализ социально-культурной ситуации хотели бы начать с рассмотрения общественно-значимых проблем, отмеченных респондентами, и в которых своеобразно проявились интересующие нас исследовательские аспекты. В таблице 1 систематизированы такие общественно-значимые проблемы (первые 10 проблем). Что здесь привлекает внимание?

Таблица 1 – Рейтинг общественно-значимых проблем

Значимые проблемы	По ВКО, %
1. Рост цен	55,3
2. Состояние улиц и дорог	36,1
3. Экология	35,5
4. Преступность	29,0
5. Слабое здоровье населения	28,3
6. Языковые проблемы	27,0
7. Безработица	25,9
8. Платное медобслуживание	20,1
9. Платное образование	17,5
10. Коррупция	17,3

На первом месте находится проблема роста цен. До 2006 года эту позицию долгие годы занимала безработица. Теперь безработица – на седьмом месте, что говорить об изменениях в производстве, его оживлении. Следовательно, произошел рост рабочих мест, увеличилась занятость населения – главный источник благосостояния. Культурологический аспект здесь проявился, как минимум, в двух качествах. Рост производства востребует развитие многих составляющих: образование, повышение квалификации, обретение специальных (дополнительных) коммуникационных, технических и других навыков. С другой стороны, материальный источник, коим является производство, позволяет работнику удовлетворять многие другие развивающиеся потребности. К примеру, заниматься укреплением своего здоровья, расширять кругозор, повышать субкультурный уровень, наконец, главное, воспитывать детей, приобщать их к более высоким человеческим ценностям и т. д.

Однако как же вяжется рост цен с развивающимися потребностями населения области? Ответ и очевиден, и прост, и достаточно сло-

жен. Дело в том, что рост цен или ограничивает, или вовсе нейтрализует возможности для развития человека. Действительно, более 10 лет в Восточно-Казахстанской области, как и республике в целом, большая часть населения находилась в стадии выживания, а не динамичного развития. Поскольку не располагала для этого достаточными материальными возможностями. В связи с оживлением экономики улучшилось материальное благосостояние граждан, появились возможности покупать автомобили, дорогую бытовую технику, жилье, путешествовать, отдыхать, укреплять здоровье, заниматься регулярным ремонтом квартир, оплачивать образование детей и др.

Рост цен, как известно, способен свести к нулю любые достижения в сфере материального производства. Это явление остро воспринимается населением. К тому же у многих еще жив в памяти рост цен 1992 года, который в течение короткого времени превратил в нищих большую часть населения области, республики. К примеру, в 1999 году, как свидетельствуют наши исследования, 78 % населения региона не имели возможностей оплачивать свое образование, образование своих детей. В 2005 году таковых оказалось уже 34 %.

Нельзя не заметить, что в первой десятке общественно-значимых проблем находятся разные категории: «рост цен», «состояние улиц и дорог», «экология», «преступность», «слабое здоровье», «языковые проблемы», «безработица», «платное медобслуживание», «платное образование» и «коррупция».

На наш взгляд, такая палитра – отражение переходного периода в развитии нашего общества, когда страна пошла на подъем после длительной социально-экономической депрессии. Поэтому людей, помимо материальных, стали заботить и другие проблемы.

В частности, многие и многие жители отдают себе отчет в том, что они серьезно не занимались сохранением своего здоровья, ведением здорового образа жизни. С этим нельзя не согласиться, если внимательно ознакомиться еще с одним материалом социологического исследования, отражающим далеко не самый желательный культурный уровень значительной части населения нашей области (таблица 2).

К сожалению, как свидетельствуют результаты опроса, у нас гораздо больше тех, кто курит, пьет спиртные напитки, регулярно нарушает режим питания и отдыха, нежели тех, кто повышает свою физическую и духовную культуру. В результате имеем то, что и следовало ожидать – относительно слабое здоровье.

Таблица 2 – Образ жизни и привычки, в %

№ п/п.	Наименование	По ВКО	В том числе		
			18-29 лет	30-49 лет	50 и > лет
1	Курят	29,8	33,4	29,5	26,1
2	Употребляют крепкие спиртные напитки	24,5	25,0	27,1	20,8
3	Употребляют вино, пиво	47,1	51,1	51,1	37,9
4	Не бывают в музеях, выставках, спектаклях, концертах	79,6	76,9	79,8	82,6

Печальным фактом является и то, что у молодых людей практически такое же здоровье, что и у пожилого поколения, чему в значительной мере способствует нездоровый образ жизни.

Нашу озабоченность вызывает значительные масштабы нездорового образа жизни, что само по себе не может не вызывать глубокой озабоченности всех, от кого зависит перелом в данной ситуации, прежде всего – от самих жителей.

Увлечения спортом, как известно, это весьма полезная для физического развития привычка. Исследования, действительно, демонстрируют крайне неблагоприятную ситуацию с развитием массовости в спорте. И данные опроса свидетельствуют о том, что из числа молодежи 18-29 лет на постоянной основе занимаются самым массовым видом спорта – футболом – только около 13,2 % опрошенных.

Более того, можно сказать, что за последние годы произошла девальвация массовых видов спорта. Иначе как можно назвать ситуацию, когда в разы уменьшилось число увлекающихся по видам спорта.

В таблице 3 приведены основные причины такого явления. Среди них, как видим, на первом месте оказалось «отсутствие желания» (другими словами – лень).

Нельзя не согласиться с респондентами, что «отсутствие желания» – категория социальная, что она вполне может появиться, если усилятся другие составляющие физической культуры: недостаток материальных средств, строительство спортивных сооружений, формирование традиций, физическое воспитание, агитация и другие явления. К примеру, о какой массовости спортивных традиций и воспитания мо-

жет идти речь, если только в среднем 5 % населения увлекаются спортом семьями.

Таблица 3 – Рейтинг основных причин слабого увлечения спортом

Причины	%
1. Отсутствие желания	35,0
2. Недостаток спортивных сооружений	25,1
3. Недостаток средств	22,0
4. Отсутствие спортивных традиций	15,3
5. Недостаток воспитания	6,4
6. Слабая агитация	5,1

Следующий культурологический анализ связан с образованием и трудовой занятостью населения области. В качестве исходной позиции обратим внимание на место образования в рейтинге общественно-значимых проблем (таблица 1), где оно дважды упоминается как «платное» и как «качество», причем не на самых последних местах. Все это является далеко не случайным. Дело в том, как показывают другие наши исследования, образование в ходе перестройки оставалось единственным антидеградирующим социальным институтом. Причем сформировалась такая ситуация, когда самой популярной формой после школьного обучения оказались вузы. К примеру, по данным социологического опроса выпускников средних школ 2007 года, 78 % одиннадцатиклассников изъявили желание продолжить обучение именно в высших учебных заведениях. Это уникальное явление, если сравнивать с 1989 годом, когда более 40 % вчерашних школьников поступали в профессионально-технические училища.

С чем связана такая ситуация, объясняется просто. В условиях, когда безработица определяет соответствующий характер занятости человека, когда никто не может гарантировать трудоустройство, лучшим местом «полезной занятости» молодого человека остается вуз (34,7 % из числа опрошенных), что во многом обусловило появление таких неприятных для общества явлений, как формализм, профессиональная некомпетентность, размывание культурных ценностей и др.

Однако результаты опроса, систематизированные в таблице 4, снова разочаровывают нас в качестве образования как одного из проявлений уровня соответствующей социальной культуры. Во-первых, «трюйки», хотя и формально, но отличаются от «пятерок» и часто являются отражением менее качественного уровня образования. А таких достаточное много. Во-вторых, одна третья часть опрошенных откровенно призналась в том, что специальность – не самое главное при

обучении в колледже, вузе. Хотя их мнение и логичное, но правильным не назовешь (с точки зрения культуры и прогресса общества). В-третьих, только третья часть «перестроечных» респондентов работала по специальности. В связи с чем возникают следующие вопросы. Можно ли считать качественным образование, если учился формально? Насколько правомерными могут быть суждения о достаточной подготовленности к работе по специальности, если в ходе обучения в колледже или вузе получал только «тройки»? Наконец, можно ли называть себя высококультурным и полезным для общества человеком, если и дня не работал по специальности?

Среди населения области вот уже третий год прослеживается тенденция переосмысления в предназначении образования. Это, как мы видим, нашло отражение в рейтинге общественно-значимых проблем, где качество образования оказалось на двенадцатом месте, что ранее нами не фиксировалось (находилось в третьей десятке рейтинга).

Таблица 4 – Оценки качества образования, %

Характер оценок	%
Учились без «троек» в школе	45,2
Учились без «троек» в колледже	44,6
Учились без «троек» в техникуме, вузе	55,7
Считают, что были достаточно подготовлены для работы по специальности: выпускники колледжей (техникумов)	84,9
Считают, что были достаточно подготовлены для работы по специальности: выпускники вузов	85,2
Работали по специальности после окончания колледжа (техн.), сейчас не работают	50,2
Работали по специальности после окончания вуза, сейчас не работают	9,5

Однако среди обучающихся в вузах проблема качества образования находится в первой пятерке. Что же произошло? Дело в том, что рыночная экономика, социальная конкуренция, введение некоторых новаций в системе высшего образования (ЕНТ – аналог российского ЕГЭ, кредитная система, промежуточный госконтроль знаний и др.) обостряют среди населения чувство неудовлетворенности тем, что получают дети в школе, других учебных заведениях, как они это делают и насколько результативно помогают им в этом учителя, преподаватели, организаторы учебного процесса. Как показали наши исследования среди старшеклассников 2007 года, почти 40 % выпускников, имеющих в

аттестатах только «четверки» и «пятерки», оказались не довольными качеством полученных в школе знаний. И это справедливо. Если иметь в виду, что меньше 30 % абитуриентам удастся заполучить для дальнейшего обучения государственные образовательные гранты. Остальные же 70 % вообще не могут претендовать на дальнейшее обучение, даже на платной основе, из-за недостатка баллов, или в лучшем случае устраиваются на неквалифицированную, соответственно мало оплачиваемую работу.

Социологический опрос позволил конкретизировать реальные границы проблемных зон в развитии социально-культурных процессов Восточно-Казахстанской области; подтвердились предположения исследователей о том, что современный характер социально-культурной ситуации в ВКО определяют несколько основных общественных факторов. Первый – это рост экономики, подъем материального благосостояния населения, в значительной мере мотивирующей возрастающий уровень потребления. Второй – последствия длительной и глубокой социально-экономической депрессии, воспроизводящиеся в характере потребления, уровне социального поведения граждан. Третий – национальные, полиэтнические и общечеловеческие ценности, сохранившиеся в социальной среде и воспроизводящие как передовое и прогрессивное, так и остаток в межчеловеческих связях, в социуме.

Наложения трех отмеченных факторов обуславливают специфику социально-культурной ситуации. Данная специфика выражается в основной тенденции – активный рост потребностей в производстве высоких развивающих ценностей и их распространении на все общество; живучесть тех ценностей, которые позволяли выжить населению в условиях социальной стагнации, но являются объективной преградой в производстве более высоких общественных качеств.

Список использованных источников:

1. **Жакиянов, Т.** Социально-правовые проблемы молодежной политики в Казахстане // «Саясат-policy». – 2007. – № 8. – с. 75.
2. **Мудрик, А. В.** Социализация человека / А. В. Мудрик. – М.: Изд. центр «Академия», 2004. – С. 4.
3. Социально-экономическое развитие региона: экономические, правовые и управленческие аспекты. Материалы междунар. форума. (Семей, 5 марта, 2008 г.). – С. 29-34.

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ ГЕОГРАФОВ К ТУРИСТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ

В. Н. Коржнев, С. И. Коржнева
Алтайская государственная академия образования

По окончании вуза определенный процент выпускников географических факультетов идет работать в туристический бизнес. Тем, кто пошел работать в школу учителями географии, приходится в процессе внеклассной работы организовывать и проводить поездки школьников на интересные объекты природы. Подготовка к такому роду деятельности проводится в процессе полевых практик студентов по различным дисциплинам: геологии, геоморфологии, гидрологии, ландшафтоведению, дальней комплексной и др. Мы планируем районы проведения практик в наиболее доступных районах массового туризма. При этом студенты приобретают навыки организации выезда групп, проведения походов, связанных с переходами, организацией полевых лагерей, ориентировкой на незнакомой местности и работы с картографическим материалом. Выбор места проведения практик нередко регламентируется временем, запланированным на практику, и финансированием. Прослеживается тенденция сокращения времени на полевые практики, что, на наш взгляд снижает качество подготовки специалиста.

Перечислим основные районы проведения полевых практик на Алтае, где мы бывали неоднократно: с. Пролетарка, среднее течение р. Песчаной, Бирюзовая Катунь в Алтайском районе, Каракольские озера в Чемальском районе, Каракольское проявление молибден-бериллиевых руд в Усть-Канском районе, Денисова пещера и каскад водопадов на р. Шинок в Солонешенском районе, ледник Мажей и Шавлинские озера в Кош-Агачском районе [2].

Практики начинаются с г. Бийска, окрестности которого содержат интересные объекты природы: террасовые комплексы у с. Борового; береговые обнажения р. Чемровки, в которых, если повезет, можно обнаружить ископаемые остатки мамонта и шерстистого носорога; овраги на 5 Бийской террасе и ее обнажения в Бийске, где есть ископаемые остатки пресноводных моллюсков; г. Пикет в с. Сростки, где можно наблюдать овраги, обнажения гранитов, изучить малую речку Федуловку; Канонерское старичное озеро, которое находится в стадии зарастания, превращения в болото: Ковалевское озеро в г. Бийске; малые реки и родники в пределах г. Бийска; Иконниковский остров на слиянии р. Бии и Катунь, у северной оконечности которого обнажение третичных галечников; сосновый бор в окрестностях г. Бий-

ска; пойма рек Бии и Катунь; селетебные и природные ландшафты в окрестностях с. Борового, с. Угренево и моста через р. Бию, обнажения косослоистых песков, суглинков и глин 1, 2 и 3 надпойменной террасы; эоловые формы рельефа на поверхности 3 террасы в окрестностях с. Усть-Катунь. Бийск интересен как исторический, культурный центр. Здесь есть музей Чуйского тракта, Музей Алтайской духовной миссии, Бийский краеведческий музей, многочисленные архитектурные памятники и др. [1, 2].

В 100 км от Бийска с. Пролетарка известно своими пещерами (Пролетарской, Кыркылинской, Каторжной), золото-ртутными месторождениями, Сарасинским флюоритовым месторождением, многочисленными местонахождениями ископаемой девонской морской фауны. Здесь впервые в 1927 г. были установлены археоциатовые известняки нижнего кембрия. В окрестностях с. Басаргино в отложениях нижнего эмса установлены компоненты проторптеридиевой флоры. Район среднего течения р. Песчаной на отрезке от с. Таурак до с. Солоновки интересен береговыми обнажениями габбро-гранодиорит-гранитового Таураковского массива и гранит-лейкогранитового Белокурихинского массива и вмещающими нижнедевонскими терригенно-карбонатными толщами. В береговых обнажениях р. Песчаной у южных склонов г. Кондратьевой можно собрать коллекционные образцы девонских трилобитов. Можно сделать восхождение на г. Плешивую, с которой открывается вид на ступенчато поднимающиеся хребты Горного Алтая. Можно посетить проявления вольфрама в пределах Белокурихинского массива. Район Бирюзовой Катунь интересен Тавдинскими пещерами, Чаустинским проявлением кианита, долинно-террасовыми комплексами, разнообразным сочетанием урочищ, которые можно наблюдать, совершая пешеходный маршрут Бирюзовая Катунь – Камышлинский водопад – Барангол – Бирюзовая Катунь. Поход и практика на Каракольских озерах позволит студентам наблюдать высотную поясность, изучить строение ископаемого девонского вулкана, наблюдать снежники и каскад Каракольских озер, составить ландшафтную схему территории. Поход на Башцелакский хребет можно совместить с посещением Денисовой пещеры, каскада водопадов на р. Шинок, Музейной пещеры. На Башцелакском хребте интересны минералогическими находками отвалы штолен на Каракольском молибден-бериллиевом месторождении. Здесь же можно посетить живописное Потайнухинское каровое озеро, берега которого сложены развалами гранитов. Интересен этот район и для ландшафтных наблюдений. В Кош-Агачском районе на леднике Мажей студенты наблюдают боковые и конечные

морены, ритмично слоистые льды самого ледника, процесс формирования флювиогляциальных отложений. При передвижении от ледника в сторону Шавлинских озер наблюдаем долину Пра-Чуи, которую туристы называют «Плато». Всяческие долины наблюдаются при подходе к Шавлинскому озеру. Здесь же видны бараньи лбы и глыбы, принесенные ледником. Само Большое Шавлинское расположено на границе леса. По отметинам на деревьях заметны следы схода лавин. Хорошо выражены безлесные лотки схода лавин. Верхние Шавлинские озера располагаются в зоне каменистых развалов и высокогорных тундр, а выше лежат вечные снега и ледники. Район пригоден для любых видов практик [2].

Кроме перечисленных районов, для проведения полевых практик интересна долина р. Бии, которая пересекает Турочакский гранитный массив и Саракокшинский плагиогранитный массив. Кроме гранитов и плагиогранитов, по бегам Бии обнажаются мигматиты, среди которых можно найти практически все их разновидности, и вмещающие осадочные палеозойские толщи. Район славится месторождениями и проявлениями золота. Из памятников историко-культурного значения следует отметить скалу «Иконостас», где на высоте 60 м в гранитах Турочакского массива в 30-е годы выбит огромный барельеф В. И. Ленина.

Подводя итог, заметим, что полевые практики вырабатывают у студентов бережное отношение к природе, пропагандируют здоровый образ жизни.

Список использованных источников:

1. **Дзагоева, Е. А.** Особо охраняемые природные территории г. Бийска: справочное издание [Текст] / Е. А. Дзагоева, Г. С. Петрищева, Н. А. Цехановская, С. Л. Бакланова – Бийск: БПГУ им. В. М. Шукшина, 1999. – 86 с.

2. **Коржнев, В. Н.** По туристическим маршрутам от Бийска до Северо-Чуйского хребта: полевые практики студентов-географов: учебно-методич. пособие [Текст] / В. Н. Коржнев / под редакцией Г. Я. Барышникова – Бийск: ООО Формат, 2013. – 258 с.

РАЗВИТИЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Е. А. Волохова, Г. В. Соцердотова
Иркутский государственный университет

Особо охраняемые природные территории предназначены для сохранения типичных и уникальных природных ландшафтов, разнообразия животного и растительного мира, охраны объектов природного и культурного наследия. Полностью или частично изъятые из хозяйственного использования, они имеют режим особой охраны, а на прилегающих к ним участках земли и водного пространства могут создаваться охранные зоны с регулируемым режимом хозяйственной деятельности. Особо охраняемые природные территории относятся к объектам общенационального достояния [1].

Федеральное государственное бюджетное учреждение «Прибайкальский национальный парк» (ПНП) Организован Постановлением Совмина РСФСР от 13.02.1986 г. № 71. Он включает в себя самый большой охраняемый участок байкальской береговой линии (около четверти ее длины). По богатству растительного и животного мира, количеству редких видов флоры и фауны и археологических объектов ПНП превосходит любую другую особо охраняемую природную территорию (ООПТ) Байкальского региона. ПНП является частью Объекта всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Озеро Байкал». При этом именно через Прибайкальский национальный парк проходит основной поток туристов, посещающих западное побережье Байкала. В виде узкой полосы ПНП охватывает большую часть (около 470 км) западного побережья озера Байкал – от пос. Култук на юге до мыса Кочериковского на севере, а также остров Ольхон. Общая площадь парка – 417297 га, из них 305297 га относятся к лесному фонду, 112000 га – земли сельскохозяйственного назначения, включенные в ПНП без изъятия из хозяйственного использования. Охраняемая территория включает южную часть Ольхинского плато, восточные склоны Приморского хребта, местами выхода на водораздел, бассейн р. Большая, Приольхонское плато (Тажеранская степь), материковое побережье Малого моря и о. Ольхон. Абсолютные высоты колеблются от 500-600 м на юге до 1700 м на севере. Территория парка разделена на 10 лесничеств.

Независимо от различия в задачах, режимах охраны или видах управления все категории охраняемых территорий (ОТ) имеют общие причину создания и глобальную цель – эффективное сохранение био-

разнообразия, включая природные, культурные, исторические и социально-экономические аспекты. Разные категории ОТ отражают различные способы достижения этой цели, а также и степень реализации различных иных задач. Таким образом, основной задачей сбора средств для ОТ является оказание содействия более эффективному сохранению биоразнообразия.

Существуют варианты непротиворечивого взаимодействия администраций охраняемых природных территорий и субъектов природопользования. Два наиболее приемлемых из них относятся к использованию охраняемых территорий как научных и рекреационных объектов при условии приоритетности этих двух направлений деятельности перед другими видами природопользования, контролируемости процесса, возможного финансового поддержания территории и людей, проживающих в границах охраняемых земель.

Социальное развитие территории следует понимать как определенную совокупность экономических, социальных, политических и духовных процессов, осуществляемых в местном сообществе в интересах последовательного совершенствования условий жизни и трудовой деятельности населения. Достижения стратегических целей обеспечивается созданием в каждом местном сообществе такой социальной атмосферы, которая предполагает согласованную деятельность муниципальных органов власти и всего населения.

Голоустненское муниципальное образование расположено в юго-восточной части Иркутского муниципального района, оно граничит с Большереченским, Листвянским и Ушаковским муниципальными образованиями Иркутского района, Ольхонским муниципальным районом и Эхирит-Булагатским районом Усть-Ордынского Бурятского округа Иркутской области и Республикой Бурятия (по озеру Байкал).

Центр муниципального образования – с. Малое Голоустное – осуществляет функции административного управления и культурно-бытового обслуживания в отношении подчиненных поселков Большое Голоустное и Нижний Кочергат.

На территории поселения нет крупных предприятий сельского хозяйства и промышленного производства, прогнозируется развитие малого бизнеса. Поголовье скота в личных подсобных хозяйствах уменьшается, в структуре населения преобладает увеличение пожилых людей. Основная часть сельского жилого фонда не имеет элементарных коммунальных удобств. Из-за отсутствия инвестиций не ведется строительство социальной сферы (нет дошкольного учреждения, спортивного закрытого зала в общеобразовательной школе п. Большое Го-

лоустное, дома досуга расположены в приспособленных помещениях, требуется строительство общеобразовательной школы, фельшерско-акушерского пункта и т. д.) На территории нет крупных предприятий, промышленная деятельность практически запрещена, так как территория муниципального образования расположена в центральной зоне оз. Байкал. Но при предпринимается попытки развивать туристические услуги: уже имеются домашние гостиницы, сеть общественного питания, туристические маршруты одного дня по окрестностям п. Большое Голоустное, прогулки по Байкалу на катерах.

Территория Голоустненского МО обладает высоким природно-рекреационным потенциалом для привлечения как внутреннего, так и внешнего туриста, что также подтверждается решением Правительства РФ о создании особой экономической зоны (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа на территории Иркутского района, в том числе на территории п. Большое Голоустное. Реализация проекта ОЭЗ на территории Иркутского района отнесена на вторую очередь создания ОЭЗ в Иркутской области и запланирована на период после 2020 года. Богатый животный мир Байкала и его побережья, наличие редких и исчезающих видов растений, обилие памятников природы (мысы, утесы, скалы, пещеры, острова и пр.), истории и культуры, разнообразие гидроминеральных ресурсов способствуют формированию высокого природного рекреационного потенциала. Озеро Байкал является само по себе мировым брендом. Развитие туризма на основе имеющегося рекреационного потенциала вблизи оз. Байкал при щадящем режиме хозяйствования является одним из важных направлений социально-экономического развития Голоустненского муниципального образования.

Главной целью «Программа комплексного социально-экономического развития Голоустненского МО на 2011-2015 гг.» является создание условий для укрепления и развития экономического потенциала муниципального образования, формирование благоприятного социального климата и улучшение окружающей среды.

Стратегической целью программы является создание благоприятных условий для жизни населения Голоустненского муниципального образования путем повышения качества решения вопросов непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения, решение которых в соответствии с Конституцией Российской Федерации и Федеральными законами осуществляется населением и (или) органами местного самоуправления самостоятельно.

Основными направлениями развития муниципального образования являются:

1. Сбалансированное развитие экономики.
2. Повышение инфраструктурной обеспеченности.
3. Обеспечение населения полным комплексом социальных услуг надлежащего качества.
4. Сохранение экологии.

Распределение дефицитных финансовых средств МО должно ежегодно осуществляться в соответствии с названными направлениями.

Одной из стратегических целей развития территории является формирование конкурентоспособной туристско-рекреационной отрасли, обеспечивающей удовлетворение спроса потребителей на туристско-рекреационные услуги и ускоренное развитие региона за счет роста бюджетных доходов, увеличения числа рабочих мест, сохранения и рационального использования культурно-исторического наследия и природно-климатических условий. Индустрия отдыха позволяет решить проблему безработицы, поскольку способствует созданию новых рабочих мест не только в сфере туризма, но и в связанных с ней секторах: производстве продуктов питания, сувениров, предоставлении бытовых и транспортных услуг и т. д.

Для достижения поставленных задач необходимы следующие действия.

1. Инфраструктурные: создание комплекса организаций, которые можно назвать системообразующими. К их числу относятся:

- средства размещения, ориентированные на обеспечение туристов доступными и комфортными номерами;
- разветвленная сеть учреждений питания;
- объекты производственной инфраструктуры, обеспечивающие такими ресурсами, как вода, природный газ, тепло, электроэнергия и т. д.

2. Административные:

- оказание государственной поддержки инвестиционным программам и проектам в области рекреации и туризма;
- поддержка организаций, работающих в сфере туризма и культуры, в том числе субъектов малого предпринимательства, создание для них благоприятных нормативно-правовых условий, устранение излишних административных барьеров при сохранении государственного контроля над качеством их услуг;
- ужесточение контроля за использованием рекреационных ресурсов, а именно рафтинг и конный прокат;
- разработка программ развития туризма на уровне сельской администрации.

3. Правовые:

- совершенствование законодательной базы;
- издание нормативных правовых актов, регулирующих и стимулирующих инвестиционные процессы в сфере туризма как на уровне района, так и на уровне поселения;
- совершенствование законодательства в части регулирования туризма (природный парк: полномочия, административная ответственность и т. д.).

4. Финансовые:

- освоение средств на развитие инфраструктуры туризма в рамках финансирования объектов программы развития туризма, в рамках создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа и рамках освоения рекреационной территории в границах поселения;
- подготовка бизнес-планов реконструкции существующих объектов туризма, средств размещения, питания, строительства новых объектов.

5. Информационные:

- разработка и публикация информационно-рекламной продукции;
- создание информационных центров.

6. Организационные:

- организация и участие в семинарах по обмену опытом в сфере развития туризма с привлечением органов местного самоуправления, туристических фирм, представителей клубов специализированных видов туризма, ассоциаций туризма и общественности;
- привлечение молодежи к занятию туризмом и спортом.

7. Историко-культурные:

- улучшение состояния ряда культурно-исторических объектов;
- разработка зрелищных мероприятий культурно-исторической и этнографической тематики;
- развитие народных промыслов и ремесел;
- разработка тематических маршрутов.

8. Социальные:

- меры по улучшению общего социального климата, обеспечению безопасности туристов;
- поддержание инициативы местного населения в творческой и предпринимательской деятельности по развитию туризма;
- разработка механизмов вовлечения местного населения и переподготовки кадров для работы в сфере туризма.

9. Эстетические:

- меры по благоустройству населенных пунктов, природных и культурно-исторических объектов.

10. Введение режима использования земель.
11. Проведение мероприятий по совершенствованию землепользования [4, 5].

Список использованных источников:

1. Государственный Доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2011 году». – Москва, 2012 год.
2. Государственный Доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Иркутской области в 2011 году». – Иркутск, 2012 год.
3. «Программа комплексного социально-экономического развития Голоустненского МО на 2011-2015 гг.». – Иркутск, 2010 год.
4. Генеральный план Голоустненского Муниципального образования – сельского поселения иркутского района Иркутской области. Разработчик ОАО «Иркутскгипродорнии». – Иркутск, 2013 год.
5. Познавательный туризм на особо охраняемых территориях: теория, практика и бизнес: междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 18-21 апреля 2013 г.: материалы /ФГБОУ ВПО «ИГУ». – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. – 353 с.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТРАЕКТОРИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ
ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ**

И. Н. Ротанова

Алтайский государственный университет

Социально-экономическое развитие России прирастать будет туризмом – так можно в целом охарактеризовать планы большинства субъектов Российской Федерации развивать в качестве ведущей отрасли индустрии отдыха сферу туризма, базирующуюся на природных ресурсах, в первую очередь, на своеобразии географического образа и традициях сельского уклада жизни различных регионов страны. Во многих регионах России в качестве одной из перспективных отраслей индустрии отдыха поддержку получает сельский туризм. Сельский туризм понимается как сектор туристской отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Специалисты и аналитики прогнозируют, что сельский туризм в России позволит не только поддержать, но и повысить благосостояние жителей деревень.

Быстрое расширение сферы туристского бизнеса в России способствует росту спроса на профессиональное образование и реализа-

цию индивидуальных образовательных траекторий по специальностям туристско-рекреационного, туристско-сервисного профиля. По различным данным, в России около 300 вузов ведут обучение по специальностям, связанным с туризмом.

Самодетельное вовлечение населения в сельский туризм и оказание одноименных услуг происходит одновременно с формированием данного вида туризма как особой сферы деятельности в России в целом и вызывает необходимость подготовки квалифицированных кадров, организацию процесса обучения специалистов как в формате высшего, среднего, так и дополнительного профессионального, а также корпоративного образования. По оценкам экспертов, около 70 % работников, занятых в сфере туризма, не имеют соответствующего образования. Для сферы сельского туризма эта цифра, по тем же экспертным оценкам, достигает 90-93 %.

Основываясь на документах, посвященных модернизации российского образования, в которых выражена мысль о необходимости смены ориентиров образования с преимущественного получения теоретических знаний и реализации абстрактных задач к формированию универсальных способностей личности, основанных на новых социальных потребностях и ценностях – компетенциях, можно говорить о том, что сельский туризм может служить той сферой деятельности, для которой актуальна значительная специфичность образовательного процесса, что, в свою очередь, обуславливает необходимость организации общей стратегии обучения и реализации профессионально-личностного образования через индивидуальную профессионально-образовательную траекторию.

Образовательная траектория определяется как целенаправленно проектируемая дифференцированная образовательная программа, формируемая общественными потребностями, индивидуальными способностями и возможностями обучающегося, а также утвержденными образовательными стандартами. Это последовательная совокупность элементов учебной деятельности, базирующаяся на определенном образом взаимосвязанных дисциплинах. Современная образовательная траектория предполагает направление реализации образовательной программы с приоритетом организационно-образовательного и вариативного практико-ориентированного компонентов.

Содержание образовательной траектории включает в себя модули учебных дисциплин, практики, учебно-исследовательскую деятельность (курсовые и дипломные работы), самостоятельную работу, текущий и итоговый контроль знаний и другое, используемое в обуче-

нии студентов. Работа по совершенствованию содержания образования в рамках образовательной траектории отвечает требованиям государственного образовательного стандарта, состоящего из федерального и регионального (вузовского) компонентов по всем циклам образовательного стандарта. Содержание подготовки обучающегося в настоящее время опирается, прежде всего, на компетентностный подход федеральных государственных стандартов профессионального образования, определяющих требования к результатам освоения основных образовательных программ подготовки выпускника по указанному в стандарте направлению и квалификации.

Востребованность специалистов основывается на анализе потребностей и формировании профессиональных профилей; постоянном последовательном развитии образовательных модулей; создании базы по обмену опытом и внедрению лучших практик. Для решения этих задач необходимо построение адекватных моделей учебного процесса, причем такие модели должны быть не только динамическими, но и допускать их использование в качестве эталонных для системы менеджмента качества образования. Учебный процесс в соответствии с особенностью системы профессионального образования в модели представляется групповой образовательной траекторией.

Практическая ориентированность образовательной траектории, направленной на подготовку специалистов в сфере туризма, предопределяет достижение специфических задач, в числе которых подготовка кадрового ресурса для становления и развития сельского туризма. Одной из задач является взаимодействие учреждения профессионального образования с услугодателями (субъектами туризма, работодателями) сферы сельского туризма, направленное на формирование самореализующейся, мобильной, креативной личности специалиста в рамках индивидуальных профессионально-образовательных траекторий. При проектировании образовательных траекторий необходима оценка состояния сельского туризма в регионах и анализ необходимых квалификаций с привлечением представителей бизнеса (услугодателей, работодателей), специализирующихся в сельском туризме. Спецификой сельского туризма является то, что это, прежде всего, услуга, требующая наличия сельскохозяйственной среды, т. е. присущих для нее видов деятельности, растений, животных, а целью туриста, временно проживающего в сельской местности, – удовлетворение потребности в отдыхе, укреплении здоровья, знакомство с сельской жизнью, сельхозпроизводством посредством вступления в экономические отношения с сельским хозяином и другими субъектами туристской деятельности.

Анализ ситуации, связанной с развитием сельского туризма, подтверждает необходимость разработки группы специальностей и специализаций, способствующих построению профессионально-квалификационной структуры практико-ориентированной системы подготовки кадровых ресурсов в сельском туризме.

Алтайский край обладает благоприятными природно-климатическими условиями, богатыми и разнообразными историко-культурными памятниками и традициями, этнографическими и сельскохозяйственными ресурсами для развития туризма, в том числе сельского. В настоящее время сельский туризм в Алтайском крае активно развивается в таких районах, как: Алтайский, Солонешенский, Краснощепковский, Чарышский, Змеиногорский, Курьинский, Советский, Солтонский, Шипуновский, характеризующихся различным рекреационным потенциалом, включая подготовленность кадров. Туристов принимают более 50 граждан и крестьянских фермерских хозяйств, ведущих личные подсобные хозяйства, они способны одновременно принять около 500 туристов.

В крае реализуется ведомственная целевая программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009-2012 годы. Региональная программа направлена на повышение уровня жизни сельского населения за счет увеличения количества форм занятости и самозанятости селян, роста доходов на основе развития сельского туризма. Предполагается создание материально-технической базы сельского туризма, развитие инфраструктуры, улучшение информационного обслуживания лиц, занятых в этой сфере. Также среди основных мероприятий – обучение, подготовка и переподготовка лиц, осуществляющих деятельность в сфере сельского туризма. В рамках федеральной программы «Ты – предприниматель» и краевой программы содействия развитию молодежного предпринимательства реализуется образовательный проект «Сельский туризм – будущее сельских территорий Алтайского края».

Реально действующий вариант системы подготовки специалистов в сфере туризма на сегодняшний день выглядит следующим образом – это программы высшего, среднего, дополнительного профессионального, а также корпоративного образования, переподготовки и повышения квалификации кадров, осуществляемые образовательными учреждениями края, среди которых Алтайский государственный университет, Алтайский государственный технический университет, Алтайская государственная академия культуры и искусств, Алтайская государственная педагогическая академия, Алтайская государственная академия образования им. В. М. Шукшина, Алтайский государственный кол-

ледж, Алтайский филиал Российской международной академии туризма, Алтайский институт повышения квалификации руководителей и специалистов АПК и др. Большая часть перечисленных образовательных учреждений реализует направление подготовки «Туризм».

Наиболее комплексно образовательные траектории представлены в Алтайском государственном университете (АлтГУ). Здесь ведется подготовка специалистов для сферы рекреации и туризма с 1993 года. В настоящее время в университете образовательные программы высшего профессионального образования для сферы туризма включают следующие направления подготовки: 021000.62 Рекреационная география и туризм; 100100.62 Сервис. Профиль: «Социально-культурный профиль»; 100400.62 Туризм. Профиль: «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»; 101100.62 Гостиничное дело. Общий профиль; 021000.68 География. Магистерская программа «Географические основы устойчивого развития рекреационных территорий и туризма»; 100400.68 Туризм. Магистерская программа «Туризм и туристские рынки: глобальный, региональный, национальный».

Колледж АлтГУ осуществляет обучение по образовательным программам среднего профессионального образования по специальностям: 100401. Туризм; 101101 Гостиничный сервис; 250109 Садово-парковое и ландшафтное строительство; 280711 Рациональное использование природоохозяйственных комплексов.

Построение содержания образования в АлтГУ обеспечивает приобретение обучающимися необходимых умений, практических навыков и теоретических знаний для выполнения функций профессиональной деятельности в инфраструктуре обслуживания отдыхающих, включая и сферу сельского туризма.

Однако на фоне традиционно сложившейся системы подготовки специалистов наблюдается дефицит основополагающих знаний, необходимых для успешного продвижения сельского туризма, которые могут быть обеспечены такими учебными дисциплинами или комплексными учебными модулями, как основы социального предпринимательства и предоставления услуг сельского туризма; маркетинг сельского туризма как предпринимательской деятельности; делопроизводство и документооборот; деловое общение и управление персоналом; менеджмент гостевых услуг; бухгалтерский учет и аудит; обеспечение экономического и нормативно-правового регулирования в сфере сельского туризма; направления и механизмы государственной поддержки в сельском туризме и др.

Необходимо продуктивное партнерское взаимодействие образовательных учреждений, специалистов муниципальных образований, отвечающих за развитие туризма, владельцев гостевых домов и агро-туристических хозяйств.

Подтверждением разнообразия видов сельского туризма может служить краткий перечень выделяемых видов так называемого несельскохозяйственного бизнеса на сельских территориях: сельский этнографический туризм, сельский экологический туризм, сельский детский туризм, сельский образовательный туризм, сельский кулинарный (гастрономический) туризм, сельский промысловый туризм, сельский спортивный туризм, сельский приключенческий туризм, сельский познавательный туризм, сельский экзотический туризм, сельский оздоровительный туризм и др.

Сельский туризм может и должен стать важным социально-экономическим ресурсом развития сельских территорий Алтайского края, отправной точкой может послужить формирование социального заказа на кадры. Комплекс первоочередных мероприятий федерального и регионального значения должен включать кадровое обеспечение организации сельского туризма, базирующееся на организации системной подготовки квалифицированных специалистов, непосредственно оказывающих услуги – квалифицированных гидов-проводников, экскурсоводов, администраторов, горничных, аниматоров, универсальных сотрудников, способных совмещать несколько должностных обязанностей одновременно. Индивидуальные профессионально-образовательные траектории обеспечат личностное и профессиональное развитие как студентов и молодых специалистов, так и непосредственных участников сельского туризма – хозяев подворий, аграрных производств, других услугодателей в сфере сельского туризма.

Новые образовательные возможности могут быть реализованы при создании единой образовательной системы как среды непрерывного профессионального образования в сфере сельского туризма в рамках различных образовательных траекторий: среднее профессиональное образование – бакалавриат – магистратура; бакалавриат – дополнительное образование – повышение квалификации – корпоративное образование с использованием современных технологий дистанционного и открытого образования, доступом к сетевым электронным ресурсам, постоянно действующим электронным конференциям, проектным разработкам в сетевых дневниках. Важна роль базовой подготовки специалистов через систему высшего и среднего профессионального образования, развитие региональных программ для целей профес-

сионального роста кадрового потенциала, регламентирующих переподготовку и повышение квалификации кадров.

ИННОВАЦИИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ ДЛЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Ж. Д. Танчев

Экономический университет, Варна, Болгария

Сегодня вряд ли кто-нибудь усомнится в том, что успех любого бизнеса определяют человеческие ресурсы. Проблема нехватки квалифицированных кадров актуальна для различных отраслей, а для динамично развивающейся индустрии гостеприимства, вероятно, важнейшая. Причем проблема гораздо серьезнее, чем просто недостаточное число выпускников.

В России гостиничные предприятия сталкиваются с проблемами повышения конкурентоспособности на международном и национальном рынках, доходности гостиничного бизнеса, адаптации к условиям развивающихся рынков и перехода к освоению рыночных возможностей. Решение этих проблем требует комплексного подхода к корректировке проводимых в стране реформ (изменения в системе управления гостиничного хозяйства, подготовки персонала разного уровня, обладающего профессиональными компетенциями как для существующих гостиниц, так и для вновь открываемых гостиниц в вузах и колледжах, применение в области подготовки новых методик обучения).

Начав работу на российском рынке, западные ТГЦ (транснациональные гостиничные цепи) ощутили резкую нехватку профессионального руководящего и обслуживающего персонала.

Как отмечают сегодня практики, профессиональный уровень молодых специалистов крайне низок. Выпускник обладает серьезной, можно даже сказать, фундаментальной базой общетеоретических знаний и дисциплин.

Однако наблюдаются серьезные проблемы в специализации, практическом опыте, знании современных технологий и недостаточной языковой подготовке. Очевиден разрыв между учебными программами по подготовке кадров для отрасли и ее реальными потребностями. Имеют место недостаточная компетентность молодых специалистов и отсутствие адаптационных навыков, которыми они должны обладать в динамично развивающейся конкурентной среде.

Отсутствует система диверсифицированного и сбалансированного профессионального образования в сфере туризма и гостеприимства.

Нет тесной интеграции науки и бизнес-структур, т. е. нет широкого спектра научно обоснованных образовательных программ и образовательных учреждений, осуществляющих непрерывную, многоуровневую, профессиональную деятельность по подготовке и переподготовке кадров в сфере туризма и гостеприимства в тесном взаимодействии с практикой.

Отсутствие отраслевого заказа на потребность в специалистах разного уровня приводит к полной хаотичности в численности и профессиональной направленности подготовки специалистов. Учебные заведения практически работают «вслепую», т. е. готовят столько специалистов, сколько могут. Это усложняет трудоустройство молодых специалистов, не обеспечивает конкретных потребностей предприятий.

Отсутствуют отраслевые профессиональные стандарты, которые определяют перечень основных навыков и знаний, требуемых для выполнения должностных обязанностей работников гостиничной индустрии всех уровней. На основе отраслевых профессиональных стандартов возможно обновление действующих и введение новых образовательных стандартов профессионального образования, предусматривающих качественное и содержательное улучшение подготовки кадров в условиях изменения соотношения теоретических и практических блоков, а также усиления языковой и информационной подготовки, изучения современных мировых технологий организации гостиничного бизнеса. Только их полная сопряженность может быть основой для подготовки современных высококвалифицированных специалистов. Наблюдается ряд проблем:

- резкая диспропорция в подготовке специалистов разных уровней с явным дефицитом специалистов начального и среднего профессионального образования и соответствующих образовательных учреждений;
- отсутствие тренинговых центров, оснащенных современным и постоянно обновляющимся оборудованием, для проведения лабораторных, практических работ, прохождения практик. Слабая материально-техническая база образовательных учреждений, а также научно-методическая;
- отсутствие возможности у преподавателей систематически повышать свою квалификацию;
- отсутствие системы дополнительного профессионального образования под заказ отрасли, практики трудоустройства выпускников по полученной профессии, независимой оценки итогового экзамена выпускников с привлечением работодателя;
- слабая вовлеченность бизнеса в процесс подготовки кадров.

Следовательно, в целях развития отечественной системы подготовки кадров для индустрии гостеприимства необходимо принять комплекс мер по устранению вышеуказанных проблем, а также целесообразно изучить ведущие зарубежные системы, основанные на непрерывном, многоуровневом, поэтапном принципе подготовки кадров.

Непрерывность обучения обеспечивается обязательностью прохождения всех уровней подготовки:

- довузовское (школьное профильное) образование;
- начальное профессиональное образование;
- среднее профессиональное образование;
- высшее профессиональное образование;
- дополнительное профессиональное образование;
- послевузовское профессиональное образование.

При этом по окончании каждого из них учащийся получает диплом (удостоверение, сертификат) с указанием наименования полученной специализации и квалификации.

В основу концепции обучения должны быть положены следующие принципы:

- сочетание теоретических и практических знаний;
- формирование коммуникативных навыков работы в коллективе;
- всестороннее изучение мирового опыта в сфере туризма и гостеприимства;
- постоянное и устойчивое стремление к совершенствованию бизнеса посредством создания новых услуг;
- углубленное изучение иностранных языков, культуры, традиций иных сообществ и воспитание толерантного отношения к культуре клиента;
- изучение этических норм обслуживания клиента, ориентированных на его интересы и потребности.

Эффективность обучения определяется результативностью, которую необходимо доказать еще будучи студентом. Такую возможность студент может получить, проходя практику на предприятиях туристской и гостиничной индустрии.

Наиболее эффективными являются следующие формы практических занятий:

- внеаудиторные формы занятий (дидактические, обслуживание гостинично-туристских семинаров, выставок, ярмарок и т. д.);

- учебно-исследовательская работа студентов (исследование определенных проблем и подготовка докладов для студенческих научных конференций, написание рефератов, курсовых и дипломных работ);
- педагогический контроль результатов обучения (семинарские занятия, текущие и государственные экзамены);
- отдельные виды практики (учебно-ознакомительная, производственная, преддипломная).

Активные методы обучения в профессиональном образовании направлены на интенсификацию мыслительной деятельности обучающегося, способность корректировать собственные действия, умение аргументировать и высказывать суждения, принимать решения как в стандартных, так и в нестандартных ситуациях.

Современный учебный процесс нельзя представить без компьютерных технологий, поднимающих интерактивные методы обучения на качественно новый уровень.

Основным рычагом управления качеством подготовки специалистов для гостинично-туристской отрасли является совершенствование образовательных стандартов, в которых приводится набор профессиональных знаний, умений, навыков, требований, предъявляемых к специалистам различных профессий отрасли.

Анализ западного опыта подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства

Западный опыт характеризуется определенными свойствами:

- подготовка кадров осуществляется крупными гостиничными комплексами, имеющими свои замкнутые учебные центры;
- будущий специалист проходит все уровни профессиональной подготовки: ученик (стажер) – студент – бакалавр – магистр – специалист, повышающий свою профессиональную квалификацию;
- получение и закрепление практических навыков, изучение языков, информационных технологий, освоение коммуникаций в процессе общения с гостями;
- получение практических управленческих навыков в работе менеджера гостиницы и знаний по функциональным областям: управление персоналом, финансы, маркетинг и т. д.;
- обучение будущего специалиста начинается в случае установления потребности в нем конкретного предприятия.

Самая сильная сторона зарубежного опыта подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства – формирование устойчивых практических навыков в процессе обучения.

В условиях конкуренции на рынке гостиничного бизнеса качество обслуживания выходит на первое место по значимости, оставляя позади материальные компоненты бизнеса, поскольку основной продукт гостиницы – это услуга. Всему этому необходимо научить сотрудников отрасли, и начинать следует уже со школьной скамьи на уроках профессиональной ориентации школьников с последующим обучением в колледжах, средних специальных учебных заведениях, вузах. Кроме того, необходимо постоянно знакомить действующий персонал гостинично-туристской отрасли с последними мировыми достижениями в отрасли, передовыми методами обслуживания, повышать их квалификацию.

Одним словом, разработать многоступенчатую, непрерывную систему подготовки кадров для индустрии гостеприимства и формировать ценные практические навыки в процессе обучения.

Список использованных источников:

1. **Александрова, А. Ю.** Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. **Арифуллин М. В.** Пути повышения эффективности гостиничных услуг: монография / М. В. Арифуллин. – М.: Изд-во МАТГР, 2010. – 180 с.
3. **Браймер, Р. А.** Основы управления в индустрии гостеприимства: учебник / Р. А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
4. **Жукова, М. А.** Менеджмент в туристском бизнесе / М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006.
5. **Пляттов, В. Л.** Деловые игры: разработка, организация, проведение / В. Л. Пляттов. – М., 1991.
6. Профессиональное туристское образование в контексте формирования образовательных стандартов / А. А. Федуллина. – М.: КНОРУС, 2008.
7. **Смирнов, С. А.** Практикуемые модели социально-гуманитарного образования // Преподавание социально-гуманитарных дисциплин в вузах России: состояние, проблемы, перспективы / С. А. Смирнов. – М., 2001.
8. **Янкевич, В. С.** Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт: учебник / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 416 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Н. В. Биттер

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

В настоящее время в Алтайском крае происходит насыщение рынка специалистами в данных сферах, но, к сожалению, не все специалисты обладают достаточным уровнем квалификации, и попали в данную сферу случайно.

Маркетинг играет решающую роль в выживании и развитии образовательных учреждений. Значение активной и продуманной маркетинговой политики хорошо должны пониматься руководством заведения, а соответствующие исследования рынка и рекламные кампании планироваться и проводиться систематически в течение всего учебного года. Специальная служба маркетинга должна формировать те основные принципы маркетинговой политики, которые проводятся в жизнь директорами филиалов.

С целью выявления проблем маркетинга образовательных услуг в сфере гостеприимства и туризма Алтайского края нами было проведено анкетирование 25 студентов первого курса, обучающихся на направлениях «Сервис», «Туризм» Алтайского территориального ресурсного центра и Факультета социальных коммуникаций и туризма ФГБОУ АлтГТУ им. И. И. Ползунова, а также 10 студентов специальности «Гостиничный сервис» Алтайского механико-технологического техникума молочной промышленности с. Алтайского.

На первый вопрос 20 студентов (56 %) ответили, что на их выбор поступления в учебное заведение оказал влияние имидж вуза или ссуза; 5 учащихся (14 %) указали влияние родителей и родственников; 7 привлекла интересная будущая профессиональная деятельность (21 %); 3 воздержались от ответа (9 %).

Из полученных данных можно сделать вывод, что на успешность маркетинговых мероприятий большое влияние оказывает имидж образовательных учреждений.

На вопрос: «Какие профориентационные мероприятия в учебном заведении влияют на выбор абитуриентов?» были получены следующие результаты: 26 учащихся (73 %) указали «Дни открытых дверей»; 3 (9 %) – ярмарки профессий; 4 (11 %) – посещения школ преподавате-

лями учебных заведений с целью проведения профориентационной работы; 3 (7 %) – мастер классы на факультетах, кафедрах и т. д.

Мы видим, что на сегодняшний день основным профориентационным мероприятием является проведение «Дней открытых дверей» в учебных заведениях.

Также нами были проанализированы виды источников информации об учебном заведении. 5 (14 %) учащихся указали справочники учебных заведений; 26 (73 %) получили интересующую информацию на сайтах учебных заведений; 4 (13 %) – от знакомых и других источников информации.

Были выявлены проблемы, снижающие имидж учебного заведения. Отсутствие бюджетных мест на многих направлениях подготовки – 20 (56 %) учащихся; большое количество часов по непрофилирующим дисциплинам – 12 (37 %); 3 (7 %) – внешний вид аудиторий.

Мы видим, что основными проблемами являются отсутствие бюджетных мест (в основном это свойственно вузам) и большое количество непрофилирующих дисциплин, которые были заменены непрофилирующими кафедрами на профильные дисциплины.

Студентами были предложены следующие мероприятия, которые могут повлиять на успешность маркетинговых мероприятий, проводимых в учебных заведениях. Проведение преподавателями вузов и ссузов в школах курсов по профилирующим дисциплинам будущих специальностей (элективные курсы) – 17 учащихся (48 %); встреча с успешными выпускниками вузов и ссузов – 12 учащихся (37 %); экскурсии на предприятия – 6 учащихся (15 %).

Также нами были проанализированы маркетинговые мероприятия, проводимые в высших и средних учебных заведениях. В АлтГТУ существует Центр профессиональной ориентации и Отдел маркетинга образования.

Подведем итог, в маркетинге открытых систем участники рынка образовательных услуг опираются на положение о том, что ограничение взаимоотношений с конкурентами только соперничеством бесперспективно и неплототворно. В образовании сотрудничество конкурентов проявляется постоянно и эффект его значителен: при формировании новых учебных дисциплин, подготовке учебных и методических пособий, использовании научно-педагогических кадров, создании и эксплуатации дорогостоящих комплексов учебного и научного оборудования, а также других объектов инвестирования. Учитываемая долгосрочность проявления эффекта инвестиций в образовании (в высшей школе – через 4-6 лет), инвесторы стремятся минимизировать

риск, поощряют готовность образовательных учреждений к сотрудничеству с конкурентами.

Также большинство учебных учреждений применяют такие маркетинговые ходы, как:

- печатные издания. Размещение сообщений в печатной продукции (научных трудах, учебниках и учебных пособиях) авторами и тем более издателями, которыми выступают сотрудники и подразделения этих учреждений. Оптимальные места размещения сообщений не только первые листы издания, но и страницы между введением и основной частью книги, а также на одном развороте с оглавлением;

- Дни открытых дверей. Образовательные учреждения, как правило, лишены возможности масштабно участвовать в проведении выставок и тем более ярмарок как одном из традиционных и мощных средств PR. Однако у них есть параллельная возможность – проведение «Дней открытых дверей», встреч выпускников и др. Безусловно, в этих же целях можно широко использовать контакты с аудиториями на научных конференциях, симпозиумах и т. п., особенно по проблемам образования;

- личные продажи. Именно технология личных продаж, базируясь на непосредственном и живом взаимном общении, позволяет выявить и скорректировать индивидуальную пригодность ОУ, способствует становлению разнообразных доброжелательных отношений между образовательным учреждением и возможным клиентом, наиболее сильно побуждает последнего к позитивной ответной реакции. И наконец, самое главное: личные продажи позволяют перейти от стратегии агрессивного «проталкивания» готовых ОУ на рынок к стратегии привлечения покупателей к ним, формирования спроса на ОУ. К сожалению, именно личные продажи ОУ – наиболее слабое, неотработанное звено в системе их продвижения на рынке, особенно на отечественном. Организация и стимулирование личных продаж со стороны образовательных учреждений встречаются редко и находятся в зачаточном состоянии; усилия энтузиастов практически не находят понимания и поощрения;

- отделы маркетинга вуза организуют выставки, дают информацию в СМИ, готовят рекламные материалы и публикации для подразделений и др. Наиболее авторитетные маркетологи участвуют в вопросах ценообразования, снижения издержек;

- центры, отделы маркетинга и рекламы возглавляются, как правило, специалистами вузовского профиля. Для выхода на рынок

используются традиционные стратегии, конкуренция чаще игнорируется.

Исходя из выше сказанного, мы можем выделить следующие проблемы маркетинга образовательных услуг в сфере гостеприимства и туризма в Алтайском крае:

- проблема качества подготовки специалистов, которая имела наивысшую актуальность в самом начале становления системы негосударственного высшего образования, но, однако, до сих пор ее сохраняет, хотя уже в гораздо меньшей степени;

- кадровое обеспечение учебного процесса. Эта проблема тесно связана с предыдущей. Например, большинство преподавателей негосударственных вузов трудятся на условиях почасовой оплаты труда или совместительства. Есть случаи, когда к преподаванию привлекаются лица, базовое образование которых не соответствует преподаваемым дисциплинам;

- проблема финансирования;

- проблема взаимодействия образования и рынка. В теоретическом и методологическом плане недостаточно разработанными остаются проблемы воздействия рынка на функционирование высшей школы, основные направления государственного регулирования этого процесса, вопросы платности высшего образования и адаптации различных сторон деятельности высшей школы к условиям рынка;

- устаревшие методы профориентационной и имиджевой работы вузов и ссузов с будущими абитуриентами.

Основываясь на выделенных проблемах, нами была разработана структура управления маркетингом рынка образовательных услуг в сфере индустрии гостеприимства и туризма, в которую включены:

1. Ректор.
2. Проректор по УР и НИР.
3. Отдел маркетинга.
4. Центр профориентации.
5. Отдел по продвижению выпускников.
6. Сайт образовательных учреждений.
7. Кафедры.

Нами разработана система мероприятий по продвижению образовательных услуг в области сервиса и туризма:

1. Проведение отделом маркетинга мероприятий по продвижению образовательных услуг учебного заведения на образовательный рынок (льготные условия поступления для успешных учащихся школ, привлечение спонсоров к оплате учебы перспективных студентов и т. д.).

2. Мероприятия по продвижению выпускников.

3. На профориентационных мероприятиях делать упор на реальных профессиональных успехах преподавателей, студентов и выпускников вуза (гранты, награды, премии и т. п.) а не на возможностях поступить на специальности с минимальным баллом по ЕГЭ.

4. Формировать идею «элитарности» вуза, связать идею окончания вуза со стопроцентной успешной карьерой.

5. Введение в школах элективных курсов по профильным дисциплинам специальностей сервиса и туризма.

6. Организовывать встречи студентов со школьниками с целью привлечения будущих выпускников.

7. Для привлечения внимания абитуриентов нужно расширять сайты. На сайте нужно разместить презентации, а также более расширенную информацию о направлениях.

8. Внедрение системы «Онлайн-консультант». Это поможет абитуриентам быстро и достоверно узнать информацию, связанную с поступлением и обучением в образовательном учреждении.

Таким образом, с учетом выявленной специфики образовательного учреждения, кадрового потенциала образовательных учреждений, а также крайней ограниченности их ресурсов, оптимальной для таких учреждений может быть предложенная нами структура управления маркетингом образовательных услуг в сфере сервиса и туризма и система реализации маркетинговых мероприятий.

Список использованных источников:

1. **Бизюкова, И. В.** Кадры управления: подбор и оценка / И. В. Бизюкова. – М.: Экономика, 2005. – 150 с.

2. **Ванькина, И. В.** Маркетинг образования / И. В. Ванькина, А. П. Егоршин, В. И. Кучеренко. – М.: Логос, 2007. – 336 с.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЛИГИОВЕДЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Т. П. Минченко

Томский научный центр СО РАН

В настоящее время, когда наблюдается значительное усиление воздействия религиозного фактора на общественную жизнь и политику, высшее образование должно предполагать определенный уровень религиоведческих знаний.

Для россиян такие знания жизненно необходимы в силу многонациональности и многоконфессиональности нашего общества, значительной интенсификации миграций как внутри страны, так и за ее пределами, расширения географии туризма. Невежество в сфере культуры и религии как ее важнейшей составляющей зачастую приводит к вспышкам нетерпимости, ксенофобии, фанатизму и фундаментализму. Особенно важно научное знание о разнообразных религиях в структуре подготовки специалистов, работающих с людьми, в частности в сфере сервиса и туризма.

Интенсивная динамика роста числа религиозных объединений и количества последователей различных религий в России с 90-х гг. XX в. одним из следствий имело то, что большую их часть составляли люди, имеющие поверхностные и несистемные знания о вероучении и культуре той религии, к которой они приобщились. С одной стороны, неопыты испытывали потребность в получении знаний о вере, с другой – беспрецедентное увеличение числа религиозных объединений разных конфессий породило проблему недостаточной подготовленности кадров духовенства.

Эта ситуация содействовала тому, что существующие в России конфессии стали активно создавать духовные образовательные учреждения различных форм: воскресные школы, культурно-образовательные центры, катехизические пункты, различные образовательные кружки и т. п., другие формы добровольного обучения религии детей и взрослых. Религиозное образование получило правовое обоснование в виде ст. 5 Федерального закона РФ «О свободе совести и о религиозных объединениях» [1].

Вместе с тем наряду со стремлением к получению религиозного образования в различных слоях общества возникает не связанный с конфессиональностью интерес к религии как социокультурному явлению. Этот интерес лежит в основе потребности значительной части населения в объективных научных знаниях о религии, которая не сводится к усвоению того или иного вероучения, а имеет более широкий общекультурный познавательный характер, поскольку он связан со стремлением к изучению религии в ее различных формах, ее роли в истории и культурной жизни общества. Эта потребность в научном религиозноведческом образовании пока далеко не в полной мере удовлетворяется в системе государственного и муниципального образования или на уровне культурно-просветительных учреждений, а также в средствах массовой информации.

Понятие религиозноведческой культуры предполагает, в первую очередь, уважение свободы духовного выбора личности, что напрямую

связано со знанием хотя бы основных положений распространенных в нашем обществе религий. В отношении верующих религиозная культура включает требование глубокого знания своей традиции, а не сведения ее к внешней, обрядовой стороне. Кроме того, важна дифференциация веры и идеологии, уважение к иному мировоззрению, а также умение различать религиозный опыт и опыт психологический, этический, эстетический, и т. д. Не вызывает сомнения, что просвещение в этой сфере необходимо сегодня как верующим, так и неверующим людям. Религиоведческие знания являются одним из базовых оснований коммуникации людей различных мировоззрений.

Религиоведение как комплексная самостоятельная область знания сформировалась в конце XIX в. на стыке философии, истории, социологии, антропологии, психологии, этнологии, археологии и других наук, хотя соответствующие знания накапливались в течение многих веков.

В России только в начале 90-х гг. XX в. был принят Государственный образовательный стандарт по специальности «Религиоведение» и разработан ряд религиоведческих учебных курсов для всех специальностей. Курсы «Религиоведение», «История религий» и др. были предусмотрены в учебных планах вузов.

С принятием новой версии Федерального закона «О свободе совести и о религиозных объединениях» в 1997 г. ситуация изменилась. В соответствии с новым Государственным образовательным стандартом религиоведческие курсы перестали быть обязательным компонентом социально-гуманитарного образования и стали реже вводиться в учебные планы вузов при подготовке студентов разных специальностей. В то же время можно отметить активный рост религиозных учебных заведений по всей стране, помимо подготовки священнослужителей и преподавателей религиозных курсов, при религиозных объединениях действуют воскресные школы и иные культурно-образовательные центры.

В настоящий момент в российском государственном образовании практически отсутствует системное научное религиоведческое образование, что не отвечает современным условиям подготовки специалистов, особенно тех специальностей, которые относятся к сфере услуг в широком смысле этого слова. Конфессиональные курсы не могут заменить научного религиоведческого образования. В большинстве вузов студенты получают лишь отрывочные знания о религии в рамках курсов «Философия» и «Культурология», что явно не соответствует требованиям, предъявляемым к будущим специалистам, прежде всего тем, которые будут работать с людьми. Ситуация усугубляется тем,

что для России характерно отсутствие организованного и структурированного профессионального религиоведческого сообщества, которое координировало бы процессы в области высшего образования. Только в 2006 году создано Российское сообщество преподавателей религиоведения при Учебно-методическом совете по философии, политологии, религиоведению УМО по классическому университетскому образованию [2].

Актуальность научного религиоведческого образования в вузах связана и с активным распространением с середины 90-х гг. в России различных форм неоеккультизма и неомистицизма, явной коммерческой ориентированностью новых технологий манипулирования верой.

Для более глубокого понимания проблем, связанных с осуществлением религиоведческого образования в современной России, необходимо рассмотреть, как трактуется понятие религиоведения в настоящее время и какие внутренние причины, связанные с развитием отечественного религиоведения, приводят к тому, что религиоведческое образование в России явно не отвечает современным потребностям.

В современной России можно выделить два различных подхода к религиоведению. Первый, сложившийся в советское время, атеистический подход к анализу религиозной сферы, хотя и утратил идеологически навязанное в советском прошлом «единственно верное» значение, тем не менее существует, в том числе в современных учебниках по религиоведению. Кроме того, многие кафедры религиоведения основаны на базе бывших кафедр научного атеизма, и это прошлое оказывает влияние и на настоящее, не всегда позволяя адекватно интерпретировать религиоведческие понятия.

Второй подход к религиоведению, занимающий в настоящее время при значительной поддержке государства первенствующее значение, – теологический. Если говорить конкретнее, идеологи, поддерживающие позицию Русской православной церкви, пытаются подменить цели религиоведческой науки, рассматривая религиоведение в качестве вспомогательного инструмента решения теологических (и политических) проблем. Отметим основное отличие религиоведческого и теологического дискурсов: если для теолога основной задачей является апологетика своего вероучения, то для религиоведа – это объективное исследование, предполагающее цивилизованные межрелигиозные дискуссии.

В целом можно сказать, что тесная связь государства и религии на протяжении почти всей истории России и преследование религии в советское время породили устойчивую традицию субъективности и

предвзятости по отношению к религиозной сфере, независимо от конкретного – атеистического либо теологического – подхода. Таким образом, главными задачами научного религиоведения являются формирование самостоятельной, свободной от односторонности предметной области и методологии, адекватной новой ситуации, а также объективного отношения к предмету исследования. Выражаясь другими словами, необходимо не допускать превращения религиоведения в идеологию, с одной стороны, и в богословие – с другой.

Что касается становления профессионального религиоведческого образования, то в настоящее время в России установлен перечень дисциплин федерального компонента Государственного образовательного стандарта по направлению «Религиоведение», существуют различные программы религиоведческих курсов как для будущих специалистов-религиоведов, так и для представителей других специальностей. Магистр, обучающийся по специальности 522400 – религиоведение – подготовлен к обучению в аспирантуре преимущественно по научным специальностям: 522401 – философия религии, 522402 – религиозная философия, 522403 – социология религии, 522404 – психология религии, 522405 – феноменология религии, 522406 – свободомыслие в духовной жизни общества, 522407 – история религии, 522408 – методология истории религии.

Но здесь обращается внимание не только на профессиональное религиоведческое образование, а на более широкое распространение научных знаний о религии, в том числе через религиоведческие курсы для нерелигиоведческих специальностей, прежде всего социальных и гуманитарных. В современном образовании представляется необходимым введение в рамках федерального компонента дисциплины «Религиоведение» для нерелигиоведческих специальностей, в первую очередь, для профессий, связанных с работой с людьми. Такой курс, помимо формирования системного общекультурного подхода, по своему содержанию и методам отвечает запросам новой онтологии науки и образования, поскольку обеспечивает межпредметный характер образования. Взаимодействие и взаимовлияние языков различных областей знания – конкретных наук, философии и теологии – также представляет собой широкое поле междисциплинарности.

Религия воздействует на все сферы человеческой деятельности, поэтому современное религиоведение представляет собой комплексную междисциплинарную науку, использующую методологию как социальных наук (социологии, психологии, этнологии, философии, истории и др.), так и наук о культуре (языкознания, культурологии, искусствоведения).

Помимо знаний о религиях с позиций разных наук, в содержание курса «Религиоведение» логично включить правовой раздел, рассматривающий основы международного и российского законодательства в отношении свободы совести.

Анализ программ по религиоведению для нерелигиоведческих специальностей большинства вузов показывает, что в эти программы в основном включается материал по истории религий, что во многом обусловлено проблемой недостатка квалифицированных преподавателей, которые могли бы обеспечить качественное религиоведческое образование, свободное как от научной односторонности (т. е. включающее все сферы религиоведения – историю религии, философию религии, социологию религии, психологию религии, географию религии и др.), так и от конфессиональной односторонности в смысле изложения материала с позиции какой-либо одной религии.

С одной стороны, в обществе и в системе высшего образования существует потребность в религиоведении, а с другой – несмотря на достаточно успешные выпуски специалистов за последнее десятилетие, разнообразие учебной литературы, существует множество проблем, связанных со становлением объективного религиоведения, с отсутствием профессионального научного сообщества религиоведов, а также единого пространства религиоведческого образования в России. Свободное от односторонности научное религиоведческое образование является мощным резервом преодоления манипулятивности в сфере убеждений и веры, предотвращения нетерпимости и фанатизма, межкультурных и межнациональных противоречий. Это необходимое условие формирования правовой культуры в обществе.

Поскольку повышение уровня религиоведческой культуры имеет большое практическое значение в жизни человека и важно не только для религиоведов, но и для других специальностей, в первую очередь, философов, историков, филологов, педагогов, юристов, работников сферы сервиса и туризма, для них могут быть предложены различные формы религиоведческого образования: краткосрочные курсы по программе повышения квалификации или дополнительное двухлетнее высшее образование, задача которого дать слушателям целостное представление о религиозном опыте человечества, показать его многообразие в разных культурах, сформировать уважительное отношение к иному мировоззрению. Для будущих специалистов в сфере сервиса и туризма это может быть подготовка по программе магистратуры, позволяющая отбирать слушателей и выбирать специализацию, например, в области религиозной эстетики и культуры с тем, чтобы выпускники могли работать в музеях или в тура-

гентствах, получив более глубокие знания в области взаимодействия религии, искусства и культуры.

Вместе с тем только просветительских усилий явно недостаточно. Одним из существенных условий формирования мировоззренческой культуры и толерантности является создание правовой основы для предотвращения или цивилизованного разрешения религиозных и, шире, мировоззренческих конфликтов.

С одной стороны, необходимо приведение законодательства, касающегося регулирования религиозных отношений, в соответствие с российской Конституцией. И конструктивной перспективой здесь видится не усложнение «специального религиозного законодательства», как это происходит в настоящее время, а совершенствование гражданского и уголовного законодательства с целью более полной реализации конституционных прав и свобод, регулирование прав религиозных объединений на общих основаниях – как общественных некоммерческих организаций, что в перспективе ведет к отмене «особого религиозного законодательства». Не менее важной задачей является формирование механизмов правовой культуры, позволяющих реализовывать нормы, закрепленные в законе. С другой стороны, существует потребность в теоретическом осмыслении оснований свободы совести и вероисповедания в условиях постсекулярного мира в стране, конституционно являющейся светским государством, которое, тем не менее, активно финансово и идеологически поддерживает крупнейшую конфессию.

Актуальной остается проблема подготовки специалистов, которые могли бы обеспечить качественное религиозное образование, свободное от научной односторонности (т. е. включающее все сферы религиоведения – историю религии, философию религии, социологию религии, психологию религии и географию религии), а также свободное от конфессиональной односторонности в смысле изложения материала с позиции какой-либо одной религии. Из опыта преподавания религиоведческих курсов представляется, что научное религиоведение, безусловно, является эффективным средством преодоления мировоззренческой однобокости, которая является питательной средой религиозного или атеистического экстремизма.

Таким образом, одним из первых условий формирования религиоведческой культуры, преодоления ксенофобии и терпимости к иным убеждениям и верованиям, является знание об основах вероучений различных религий, тесно связанных с социокультурными традициями, национальным менталитетом и психологией.

Список использованных источников:

1. Федеральный Закон от 26 сентября 1997 г. № 125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1997. – № 39. – Ст. 4465.
2. **Минченко, Т. П.** Религиоведение в структуре классического образования // Классический университет в неклассическое время: Труды ТГУ. Т. 269. Серия культурологическая. – Томск: Изд-во ТГУ, 2008. – С. 181-183.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ

Б. Баярхуу

Ховдский государственный университет, Монголия

Туризм как хозяйственное явление имеет долгую и богатую историю. В разных работах встречается много предложений относительно этапов развития туризма в Монголии. Выделяются, в основном, следующие этапы [12]:

- туризм до XIII в.;
- туризм от XIII до начала XX в.;
- туризм современный (можно условно разделить на подэтапы:
а) 1921-1990 гг.;
- б) после 1990 г.).

Принято считать туристскими путешествия, которые совершались не только в целях отдыха, но и перемещения военного и торгового характера [8].

В Монголии началом развития туризма можно считать 1954 г., когда по утверждению Правительства было организовано учреждение «Агентство обслуживания иностранцев» [6]. Тогда же началось строительство домов отдыха. География туризма расширилась за счет освоения новых районов Хангая, Хубсугула и Гоби. В это время в стране сложились предпосылки для превращения туризма в крупную отрасль по обслуживанию населения.

Современное туристское хозяйство требует организационно-экономических преобразований в сфере обеспечения туристского обслуживания и значительных капитальных вложений в развитие и укрупнение его материальной базы [5]. Последняя в Западной Монголии резко отстает от возросших потребностей отрасли и не обеспечивает комплексности в предоставлении туристических услуг. Преимущества для туризма в Западной Монголии выражаются в следующих особенностях:

- разнообразие ландшафтов (от Котловины Больших озёр до гор Монгольского Алтая);
- этнокультурное разнообразие территории, включая этнокультурные особенности ойратов и казахов;
- наличие большого количества историко-археологических памятников.

В Западной Монголии до сих пор практически не сложилась система туризма со всеми необходимыми атрибутами – рекламой (информация для туристов), торговыми услугами, транспортом, размещением, питанием, обеспеченностью связью, коммунальными услугами и подготовкой квалифицированных кадров. Ведомственная разобщённость в организации туризма и, соответственно, раздельное планирование, строительство, управление и эксплуатация гостиничного хозяйства, неувязанность туристских потребностей с развитием дополнительных видов обслуживания торговли, питания, легкой и пищевой промышленности, дорожного строительства, транспорта, коммунального хозяйства и других объектов не позволяют организовать комплексную систему обслуживания, обуславливают низкую эффективность, а зачастую и убыточность туристских объектов, и тормозят развитие туризма в целом.

В каждом аймаке региона в 2001 г. при главе администрации были созданы секторы по туризму, в обязанности которых входит управление туризмом на уровне аймака. Эти сектора занимаются не только туризмом, но и сферой обслуживания, производством и торговлей. Отсюда видно, что вопросы туризма являются только в виде приложения. Занимается всем этим делом, как правило, только один специалист – экономист – с правом давать лицензию по требованию. Это только одна из причин, мешающих развитию туризма, есть еще и другие.

Главная из них – низкий уровень экономического и социального развития страны в целом. Ныне Монголия оказалась в разряде развивающихся стран с крайне низким национальным доходом. Следующая важная причина заключается в том, что, несмотря на условное отнесение туризма к производящим отраслям экономики, он практически не рассматривается как нечто единое целое в плане государственного развития и не включается в межотраслевой баланс, потому что до создания секторов в аймаке вопросами туризма никто не занимался.

Одной из важнейших причин неразвитости туризма в стране следует признать также практически полное отсутствие научного обеспечения. В Монголии нет научных структур, которые бы занимались вопросами комплексного научно обоснованного прогнозирования и долгосрочного планирования развития и территориальной организации туризма [10]. В настоящее время в Монголии (и в Западной Монголии)

начинать работу по созданию современной индустрии туризма приходится практически с нуля.

Специфика туристских услуг предполагает необходимость использования наглядных средств, в полном объеме отражающих объекты туристского интереса. Реклама и информация о преимуществах для туристов является одним из многих помощников туристической деятельности в конкретной борьбе за туристов, и имеет свои особенности из-за предлагаемых туров. Малое количество иностранных туристов, посетивших Западную Монголию, доказывает, что заграничное рекламирование недостаточно. Поэтому на туристическом рынке надо рекламировать свои туристские достоинства. Эта реклама может быть печатной, электронной (веб-сайт в интернете), рекламным письмом и видеорекламой, а также участием в международных выставках. Эта реклама должна предоставляться и в Западной Монголии, и во всей Монголии, и в других странах мира.

Туристские фирмы не рекламируют свои услуги с этим преимуществами ни в Западной Монголии, ни в Монголии, ни в других странах мира. Это связано, с одной стороны, с тем, что изготовление рекламы стоит очень дорого, а с другой стороны, с особенностями принимающей страны и размещением рекламы. Содержание рекламы может состоять из предложения разнообразия видов туризма, туристических ресурсов Западной Монголии (и Монголии). Самое главное в рекламе состоит в следующем: туристская реклама несёт большую ответственность за истинность и точность сообщения. Учет вышесказанного в разработке и создании, размещении, использовании туристической рекламы будет способствовать появлению интереса к Западной Монголии и приносить немалый доход.

Торговые услуги для иностранных туристов осуществляются так же, как и для местных жителей. Специально для туристов нет магазинов, торговых центров. Они покупают продукты на рынке, базаре и в обычных магазинах, а сувениры продаются в музее, на почте, в киосках, на рынке.

Несомненно, для развития туризма необходимо развитие транспортной сети, чтобы обеспечить доставку посетивших территорию в рекреационно-туристических целях. Чтобы сделать регион привлекательным для туристов, необходимо развивать гостиничную и транспортную инфраструктуру [11]. Туристы приезжают рейсами местных авиалиний и на такси. На территории Западной Монголии из-за плохого состояния дорог теряется комфортность поездки. Все населенные пункты и туристские достопримечательности связываются между собой

только грунтовыми дорогами. По мере выполнения проекта «Мянганы зам» («Дорога тысячелетия») отремонтируют и построят мосты на больших реках и отремонтируют главные дороги (магистралы). В недоступных местах по интересам туристов будет использован конный и верблюжий переходы. Конный туризм сопряжён с некоторыми психологическими проблемами и с периодом привыкания к животному. Проект «Дорога тысячелетия» принят недавно на государственном уровне Монголии. Уже идет реконструкция автодороги (улучшенная грунтовая дорога) Ховд – Улгий – Ташанта. После завершения реконструкции будет действовать транзитный грузопоток Такшикен (Китай) – Ховд – Улгий (Монголия) – Ташанта (Россия).

Размещение и питание туристов является также важной частью развития туризма. Развитие предприятий питания с обеспечением конкурентоспособности в современных условиях возможно только на основе стратегии, в которой приняты критерии качества ко всем процессам, связанным с предоставлением услуг – планированию, разработке услуги, реализации и послепродажной деятельности, включающей, в том числе, и время реагирования на жалобы, полученные после отъезда гостей. В Ховдском аймаке обеспечение общим управлением качества на предприятиях размещения и питания сегодня используется меньше всего. Во многом это связано с отсутствием современной улучшенной стратегии развития в организациях сферы гостеприимства. В местной кухне преобладают блюда из мяса домашних животных. Туристы могут заняться любимым делом и даже поучаствовать в приготовлении блюд монгольской кухни и посмотреть, как готовить блюда с помощью горячих камней.

Разработка и успешная реализация стратегии развития, направленная на улучшение качества услуг на предприятиях, которые связаны с приемом и размещением приезжающих, позволяет достигнуть целей, связанных как с эффективностью туризма на местах, так и с повышением эффективности работы конкретного предприятия. Туристы, посещавшие сомоны (районы) даже в суриях (тип мелкого сельского населения). живут в своих палатках, однако цель их поездки – почувствовать природную уникальность, услышать звуки природы и пожить в юртах. Обычно туристы ездят со своими продуктами и комплектами кухни (газовая плита, наборы для туристов), или в группе вместе с ними едут повара. В гостиницах питание проводится в ресторанах, столовых, способами обслуживания – официантом и самообслуживанием, по ассортименту блюд – блюдами национальной кухни, питанием по предварительному заказу.

Вопросы наличия квалифицированных кадров – особая проблема в туристской сфере. Квалифицированный гид – проводник при работе с иностранными туристами предусматривает сочетание знаний и навыков работы с современным владением иностранным языком. Гармоничное сочетание всех основных качеств в сфере экскурсионного обслуживания может обеспечить эффективное проведение экскурсии и в целом поднимает культуру обслуживания иностранных туристов на качественный уровень [7].

На основе современного состояния туристических услуг и основных туристических ресурсов, направления туристских потоков разработана генеральная схема развития.

В схему развития туризма обычно включается концепция местной администрации, какой главный вид туризма может лучше всего развиваться, какие главные факторы влияют на развитие туризма и развитие этих факторов по этапам [9].

Для развития туризма Западной Монголии требуются:

- а) стратегия и план развития;
- б) информационная поддержка;
- в) участие местных жителей;
- г) организация туристских учреждений.

Для развития иностранного туризма и притока зарубежных гостей в каждом монгольском аймаке необходима тщательно продуманная стратегия. Из истории туризма видно, что чем мощнее туристский поток, тем легче развивать местную экономику, укреплять финансы, планировать туристические маршруты и объекты показа и посещения [1]. Если обоснована генеральная схема развития туристского обслуживания, то можно проводить различные мероприятия. Туризм будет благотворно влиять на развитие отраслей хозяйства Ховдского аймака, ускоряя формирование и развитие инфраструктуры, расширяя сферы приложения труда местного населения и способствуя развитию сферы туристского обслуживания на экономически слабо развитой территории аймака [2].

Из проведенного анкетирования приезжающих в Западную Монголию туристов видно, что привлекают посетителей её история, культура, традиции кочевников.

Главная задача – максимально увеличить доход, получаемый от туристов, при этом предотвращая долговременный ущерб, наносимый окружающей среде и культуре местного населения. Поэтому туризм на территории Западного региона (и всей Монголии) должен иметь экологический характер. Небольшое число туристов, останавливающихся

в юртах, в своих палатках, употребляющих блюда местной кухни, использующих местных проводников, может быть экономически и экологически выгоднее, чем большое количество живущих в гостиницах, мотелях, путешествующих на машинах и употребляющих дорогую еду и напитки.

В сомонах должны появиться туристские бюро и укрепляться материально-техническая база, строятся кемпинги, расширена география туристических маршрутов. Для качественного обслуживания иностранных гостей на экологических маршрутах требуется объединение знаний биологии, географии, истории, современного состояния региона. В связи с этим надо готовить профессиональные квалифицированные кадры, и это имеет большое значение для развития экологического туризма.

Формирование информационных туристических ресурсов появляется по следующим направлениям:

- исследование истории района. Ученые-краеведы, изучающие историю региона, естественную историю, объясняющие ход развития историко-культурных и природных процессов, запечатленных в современном ландшафте, в культурном и природном наследии, должны активно участвовать в создании ресурсного потенциала аймака;

- выявление природных и историко-культурных объектов. Выявление и учет новых памятников истории, культуры и природы расширяет разнообразие туристических ресурсов, создает предпосылки для увеличения продолжительности пребывания туристов в данном месте и тем самым способствует более глубокой туристской специализации аймака, усилению роли туризма в хозяйственном комплексе Ховдского аймака.

С экономической точки зрения, экологический туризм может способствовать улучшению инфраструктуры населенных пунктов, находящихся близ прохождения маршрутов и туристических объектов. При этом местное (сельское) население может извлечь существенную выгоду из экологического туризма, улучшить свое экономическое положение благодаря работе в качестве охранников туристов или туристических групп, обеспечению туристов различными товарами, продуктами питания и сдавая в аренду гужевого домашнего животных. Может оказаться, что именно экологический туризм будет играть важную роль в преодолении уровня бедности населения, создавая дополнительные рабочие места [4].

В целом, имея богатый рекреационный ресурсный потенциал, Ховдский аймак может стать центром международного туризма, если в дальнейшем улучшать инфраструктуру объектов туризма и отдыха.

Кочевой образ жизни народов влияет на природу как фактор восстановления. Суровая погода и кочевой образ жизни определяют туризм региона по двум направлениям.

а) природа: краткий туристический сезон; особенности природной среды;

б) связь с природной средой отражается на экономике: из-за краткости туристического сезона летом бывает большая нагрузка туристов; большой расход капиталов зимой; недостойная среда инвестиций (маленький рынок).

Необходима работа по увеличению длительности туристического сезона и видов туризма. Туристы едут в регион в заповедники и национальные парки, где наблюдают за редкими животными и птицами [3]. Экотуризм – это самый важный способ сохранения своей нетронутой природы. Пока что экологический туризм Западной Монголии не удовлетворяет этим требованиям, так как:

- доход от туризма не делится с сельскими жителями (он должен способствовать развитию местной экономики);
- плохое воздействие на природу (мусор и загрязнение окружающей среды);
- не разработаны вопросы безопасности;
- нет правовой системы экологического туризма.

Удовлетворение этих требований является главной задачей по развитию экологического туризма региона.

Список использованных источников:

1. **Баярхуу, Б.** Об итогах анкетирования, проведенного среди туристов // История, культура, природные условия и ресурсы Западной Монголии и сопредельных регионов: Тез. докл. V междунар. конф. – Томск, 2001. – С. 222.

2. **Баярхуу, Б.** Монгол орны бусчилсэн хогжлийн бодлого дахь аялал жуулчлалын асуудлууд (Вопросы туризма в концепциях регионального развития Монголии) // МУИС-ийн Ховд дахь салбар сургуулийн Эрдэм шинжилгээний бичиг. Байгалийн ухааны салбар. 2004. Дугаар 11 (монг.)

3. **Ганбаатар, Б.** Огий нуурын ард иргэдэд тушиглэсэн шувуу ашиглах хотолбор (Базовая программа наблюдений за птицами в

районе озера Огий) // Монгол орны экотуризмын хөгжил үндэсний зовлогооний эмхэтгэл. – УБ, 2002. – С. 21-22 (монг.)

4. **Гуляев, В. Г.** Туризм: экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев. – М: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.

5. **Гургэмжав, Э.** Аялал жуулчлалын маркетинг (Маркетинг туризма) / Э. Гургэмжав, Н. Жансансурен. – УБ, 1999. – 247 с.

6. **Жамсансурэн, Н.** Экотуризмын сургалтын онцлог асуудлууд, шийдвэрлэх арга замууд (Проблемы обучения экотуризму и пути его реализации) // Монгол орны экотуризмын хөгжил үндэсний зовлогооний эмхэтгэл. – УБ, 2002. – С. 29-32 (монг.).

7. **Мацюцкий, С.** Туристу о растениях / С. Матюцкий. – М.: Профиздат. 1988. – 168 с.

8. Cater E. Ecotourism in the Third World // Erlet Carter, Gwen Lowman Ecotourism (A sustainable option). – 1994, P. 82-85 (англ.).

9. Inskeep Edward. Tourism planning. – N.1991 (англ.).

10. Now is Mongolia's time // Sky and land magazine. – UB, 2001 (англ.).

11. Prosser R. Societal change and growth in alternative tourism // Erlet Carter, Gwen Lowman Ecotourism (A sustainable option). – N.1994 – P. 23-31 (англ.).

12. Shagdar Sh. Fifty routes through the Mongolia. – UB, 1995. – 112 p. (англ.).

БРЕНД ГОРОДА БАРНАУЛА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Е. А. Антипина

Креативная лаборатория «Presentация»

В мире увеличивается роль городов и агломераций, именно они становятся опорным каркасом и хабом, через который приходят основные ресурсы регионального развития для территорий, находящихся далеко за городской чертой. Чем более крупным и многопрофильным городом обладает регион в качестве своей региональной столицы, тем с большего пространства и через большее количество различных социально-экономических и транспортных сетей он может получать ресурсы для своего роста и развития. Современный региональный столичный город должен развиваться не только исходя из своей внутренней исторической логики и идентичности, но и в соответствии с мировыми, российскими и региональными трендами, той конкурентной средой, в которой он существует. Понимание городом своего конкурент-

ного преимущества, которое у него имеется на внутреннем рынке (для своих горожан и жителей региона), оценка инфраструктурных проектов, а также человеческого и имиджевого капитала, позволяет перейти от локальной стратегии развития к глобальной, выстраивать сравнительные конкурентные преимущества по отношению к близлежащим городам, мыслить себя в различных региональных контекстах и мировом пространстве.

В частности, при разработке (формировании) бренда города Барнаула нами был применён геомаркетинговый подход. Данный подход позволил нам не только проанализировать внутренний потенциал города Барнаула, выстроить наиболее оптимальные логистические маршруты, но и оценить положение города Барнаула в качестве точки сборки для различных регионов России и мира, отразить ключевые изменения, которые сейчас происходят в социокультурно-экономической сфере, показать, в какой мере они обусловлены мировыми трендами и как они повлияют на входящие потоки города Барнаула, а также проанализировать роль и конкурентный потенциал города Барнаула в различных масштабах.

Для того чтобы определиться с масштабом присутствия и потенциального влияния города Барнаула, нами также был проанализирован большой объём данных, предоставленных Территориальным органом Федеральной государственной статистики по Алтайскому краю, Алтайской таможней и другими, а также проведён анализ рейтингов, трендов, документов социально-экономического развития, историко-культурный обзор, отечественного и международного опыта в области брендинга, экспертные интервью с представителями бизнес-сообщества г. Москвы, анкетирования и фокус-группы, исследование ментальности жителей г. Барнаула с помощью тестовых экспертных систем, а также круглые столы с представителями бизнеса, культуры, туризма, проведены серии открытых публичных лекций и тематических проектных семинаров с приглашением ведущих федеральных экспертов по региональному развитию, человеческому капиталу и маркетингу территории. В ходе исследовательского этапа были выявлены мнения, потребности и интересы как внутренней, так и внешней целевой аудитории Барнаула, а также сформированы предпосылки для разработки трёх базовых концепций бренда города Барнаула.

- **Анализ статистических данных и рейтингов.** В ходе данного анализа было выявлено, что Барнаул, в первую очередь, имеет значительный потенциал в области торговли как внутренней, так и внешней, промышленного и пищевого производства, а также сельского хозяйства.

Это же показал анализ основных стейкхолдеров, здесь лидируют следующие сферы: торговля, строительство, энергетика, пищевая промышленность и машиностроение. При этом основными странами, в которые осуществляется экспорт из Барнаула, являются страны Азии: Казахстан, Китай, Узбекистан, Киргизия, Таджикистан, Афганистан, Монголия и др. В свою очередь основными странами импортерами для Барнаула являются также страны восточной Азии: Казахстан, Китай, Узбекистан, Киргизия, Таджикистан, их совокупная доля составляет 64 % от общего объема импорта.

• **Экспертное интервью с представителями бизнес-сообщества г. Москвы.** В качестве внешней экспертной группы выступили представители бизнеса г. Москвы, так как москвичи – это носители трендов и европейской ментальности, с которыми придется сталкиваться и работать. Взяв Москву в качестве одной из территорий для тестирования, эти результаты также можно частично проецировать на другие крупные города России. Результаты экспертного интервью показали, что в сознании внешней аудитории еще не сложился свой собственный, уникальный образ города Барнаула. Внешняя аудитория считает, что Барнаул – это **город, расположенный рядом с Казахстаном и Китаем**, на приграничной территории. В связи с этим город становится привлекательным для ведения международного бизнеса, создания и реализации российско-азиатских бизнес-проектов.

• **Серия экспертных групп и семинаров с представителями внутренней целевой аудитории г. Барнаула.** В экспертный совет вошли представители промышленности, инновационного бизнеса, производства продуктов питания, туризма, учёные, архитекторы, дизайнеры, представители администрации города, регионоведы, историки, общественники. На проектных семинарах, реализованных в рамках данного совета, выступали эксперты федерального и международного уровня в области маркетинга территории (Панкрухин А. П.), человеческого капитала (Алексеев Ю. В.), экономического и инвестиционного проектирования, агломерационного развития (Прилепин А. М.). В рамках проектных семинаров эксперты обсуждали тренды глобального развития, их влияние на социальные и бизнес-процессы в городе, роль человеческого капитала и тех компетенций, которые сегодня есть у Барнаула. Результатом семинаров стало понимание текущего положения дел г. Барнаула и перспектив его развития.

• Что касается **мифологем в имидже Барнаула**, то существуют различные толкования Барнаула как города. Внешняя аудитория считает, что Барнаул – это город, расположенный рядом с Казахстаном и

Китаем, на приграничной территории. В связи с этим город становится привлекательным для ведения международного бизнеса, создания и реализации российско-азиатских бизнес-проектов. Среди жителей Сибири и тех людей, которые были в городе проездом, существует мнение, что Барнаул – это большая деревня. В свою очередь, сами жители называют Барнаул столицей мира. Данное выражение является показателем отношения внутренней аудитории к своему городу и его потенциалу, а ниже мы увидим, что данная мифологема находит своё отражение даже на ментальной карте барнаульцев.

• **Исследование ментальности жителей г. Барнаула.** Результаты, полученные в ходе анкетирования, были подтверждены, а также расширены и более глубоко интерпретированы тестовыми экспертными системами, с помощью которых было проведено исследование ментальности жителей г. Барнаула, выявлены сознательные и подсознательные установки и мотивы реального и идеального образа бренда Барнаула с целью последующего конструирования его архитектуры, отвечающей подсознательным ожиданиям его жителей. Результаты семантического тестирования позволяют выявить класс наиболее эффективных решений по композиции и дизайну бренда города, построить точные модельные прогнозы интереса к региональному бренду, определить варианты совмещения психологических и технологических приёмов композиции и дизайна, а также исследовать степень их взаимозависимости.

Тестовые экспертные системы показали, что жители города Барнаула чётко разделяют все представленные им для тестирования логотипы международных городов на региональные и международные, при этом такое разделение не всегда соответствует реальному статусу того или иного города.

В результате исследования было выявлено, что прообразом (прототипом) регионального бренда Барнаула является бренд украинского города Львова. Несмотря на то, что он безошибочно распознаётся всеми барнаульцами как свой и родной (похожий на Барнаул), не является тем брендом, на который бы жители Барнаула хотели равняться. В данном случае, региональный статус бренда воспринимается барнаульцами со значением «минус». В свою очередь прообразом (прототипом) международного бренда Барнаула стал логотип города Гонконга. Слоган бренда: «Всемирный азиатский город». В ментальности горожан этот бренд имеет следующие характеристики: привлекательный, многоликий, интересный.

Это исследование показало, что жители Барнаула имеют гибкий ментальный потенциал для жизни в городе, позиционирующем себя как на межрегиональном, так и на международном уровне. К бренду своего города они предъявляют те же критерии, что и к брендам ведущих международных городов. При этом он должен быть легко распознаваемым, но иметь несколько разных смыслов в себе, логически считываемыми самими жителями. Это не должно быть что-то слишком авангардное, так как ко всему модному и аристократичному жители Барнаула относятся с некоторым подозрением, но вместе с тем это должно быть современное решение, отвечающее критериям, которые они закладывают в международный бренд.

В бренде своего города барнаульцам хотелось бы легко прочитывать многомерное символическое решение, которое бы в форме современного знака позволяло увидеть много разных логически связанных смыслов. Это должен быть богатый, космополитичный символ. В нём должны содержаться какие-то всем известные простые символы и понятия, которые были бы по-новому осмыслены и современно преподнесены.

В результате, нами были разработаны три пилотные концепции бренда города Барнаула, которые мы связали со сценариями муниципального развития, описанными в Концепции развития города Барнаула до 2020 года: инерционным, умеренным и инновационным:

1. Барнаул – современная агломерация на юге Сибири (инерционный).
2. Барнаул – один из ведущих сельскохозяйственных центров России (умеренный).
3. Барнаул – деловой, культурный и туристический центр трансграничного региона Большой Алтай (инновационный).

Каждой концепции бренда соответствовала своя география позиционирования Барнаула, а также число глобальных вызовов, которые город может преобразовать в возможности для своего роста и развития.

18 ноября 2012 г. на заседании Координационного совета по развитию туризма, после презентации ключевых концепций бренда города путем открытого голосования, было решено в качестве сценария развития бренда города Барнаула выбрать инновационный сценарий, а в качестве концепции бренда города Барнаула концепцию: «Барнаул – деловой, культурный и туристический центр трансграничного региона Большой Алтай», так как данная концепция наиболее актуальна, может объединить в себе две предыдущие и позиционировать Барнаул как центр международных коммуникаций трансграничного региона Боль-

шой Алтай, что, в свою очередь, делает Барнаул центром конгрессного и делового туризма, с амбицией, стать глобальным экономически развитым городом.

В рамках разработки бренда Барнаула было решено присоединить имидж Барнаула к уже сформировавшемуся имиджу Алтай. Это связано с двумя основными причинами. Во-первых, как показали исследования, за пределами региона Барнаул очень плохо знают, но знают сильный бренд Алтай. Во-вторых, Алтай является более узнаваемой территорией, чем Барнаул, и обладает позитивным имиджем. Данный регион известен как в стране, так и далеко за ее пределами. Традиционно наблюдается закономерная тенденция к восприятию города через место, где он расположен. Таким образом, аудитория наделяет Барнаул характеристиками, свойственными Алтаю. Понятие Алтай включает в себя территории Алтайского края и Республики Алтай, Алтайских гор и предгорий, а также части Большого Алтая.

Другой регион, с которым внешняя аудитория также косвенно связывает Барнаул, говоря, что он находится где-то рядом с Казахстаном, – трансграничный регион Большой Алтай. Это территория, где соприкасаются границы четырех стран: России, Китая, Казахстана и Монголии. Чем больше территория, которую может обслужить город, тем больше он значит в масштабах страны и мира. Именно поэтому было решено позиционировать Барнаул как центр такого масштабного и значимого региона, как Большой Алтай.

«Барнаул – Большой Алтай начинается здесь!» Это слоган, который осуществляет и объясняет эту связку, и вместе с тем создает задел для развития экономики будущего, основанной на услугах в области делового сотрудничества, образовательных и логистических услуг. Таким образом, Барнаул становится не просто административной столицей Алтайского края, а актором международной регионализации, инициатором маркетингового продвижения трансграничного субрегиона Большой Алтай в России и мире, одновременно являясь выгодным деловым партнёром как для европейских, так и для азиатских городов-партнёров за счёт своего выгодного геомаркетингового предложения. Барнаул – это территория, где помимо деловых мероприятий можно посетить развлекательные и оздоровительные центры, познакомиться с культурой и историей города и целого региона. Барнаул – это место, где начинается знакомство с Алтаем, любое путешествие по этому региону. Таким образом, Барнаул должен остаться в сознании потребителей как город, где начинается Большой Алтай, центр этого

региона во всех смыслах. Англоязычный вариант слогана: «Gateway to the Great Altai!».

4 декабря 2012 г. в г. Сеул (Республика Корея) кейс по бренду города Барнаула был представлен на форуме, посвященном презентации инвестиционных проектов субъектов Российской Федерации, по приглашению Департамента Международных связей и развития приграничного сотрудничества Министерства регионального развития Российской Федерации. Барнаул был представлен как привлекательный трансграничный инвестиционный проект, и это нашло поддержку и одобрение у корейского бизнес-сообщества.

Для того чтобы бренд города Барнаула стал действительно эффективным инструментом регионального развития, особое внимание в отчёте нами было обращено на необходимость формирования системы управления данным нематериальным активом на принципах государственно-частного партнёрства, а также разработку системы качества, которая бы лежала в основе использования данного бренда коммерческими компаниями.

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ТУРИЗМА В МОНГОЛИИ

Л. Даваасурэн

Ховдский государственный университет, кафедра география

Еще в древности люди обращали внимание на хозяйственные выгоды, которые несли с собой приезды туристов. Однако только с XIX столетия туризм начал существенно влиять на экономику многих регионов. Основные цели поездки людей (туристов) были торговля и завоевание земель. Основоположником туризма в современном понимании является английский предприниматель Томас Кук, который в 1843 г. организовал первое железнодорожное путешествие в Лондон. А в 1870 г. уже 500 тыс. англичан обслуживались фирмой «Томас Кук». В настоящее время действуют 12000 турагентств фирмы «Томас Кук». Фирма ежегодно обслуживает 20 млн. туристов [3]. Высокие прибыли, какие имели хозяйства отдельных стран и регионов от обслуживания туристов, привели к тому, что на рубеже XIX и XX вв. отрасль туристических услуг стали называть туристской промышленностью, или «индустрией». Туристское хозяйство как один из основных элементов туристского предложения оказывает решающее влияние на территориальную структуру и интенсивность туристского движения. О пригодности территории для развития туристского движения, наряду с природными достоинствами, судят также по уровню развития туристического хозяйства.

Монголия с ее уникальным туристским наследием имеет огромный потенциал для развития въездного и внутреннего туризма. Основной поток иностранных туристов направлен в Гоби, где находятся местонахождения остатков вымерших животных (динозавры) и можно наблюдать традиции кочевников.

Сегодня на туристском рынке действуют более 100 фирм (компаний). Ситуация с въездным туризмом в Монголии складывается следующим образом: наибольшее количество иностранных туристов пришлось на 1998 год. В среднем в Монголию в год приезжают 152 тыс. человек. Развитие туризма в Ховдском аймаке во многом определяется его приграничным положением. Во внешнеэкономической деятельности основным партнером области является Китай. В связи с этим Ховдский аймак принимает значительную часть граждан КНР. Преобладающее направление потоков иностранных туристов примерно следующее (таблица 1). Больше всего их прибывает (30-40 %) из России и Китая. Большинство этих гостей приезжает, чтобы торговать.

Иностранные гости приезжают, чтобы отдохнуть, посещать в Монголии достопримечательности. Преобладающее направление этих туристов в Монголии – из Японии и Китая (таблица 2).

Постепенно в Монголии складывается система подготовки и переподготовки кадров в области туризма и гостиничного сервиса. В настоящий момент 30 высших учебных заведений осуществляют подготовку специалистов в сфере туризма [1].

К примеру, Монгольский государственный университет, начиная с 1992/1993 учебного года, организует обучение студентов по направлению «Менеджмент туризма».

Таблица 1 – Общее количество иностранцев, посетивших Монголию [5]

Страна	1995	2000	2005	2010	2011
Китай	47721	57546	171422	290092	346984
Россия	28390	49456	62151	125543	104916
Япония	8976	11392	13014	14279	15336
Юж.Корея	2561	8039	30910	42551	44810
США	4322	6451	10234	12982	16445
Германия	3502	4206	8204	8220	8750
Англия	1752	2800	5224	6228	7436
Остальные	9215	15315	22486	25797	44655
Всего	106439	155155	323645	525692	589332

Таблица 2 – Количество туристов, приезжающих в Монголию [5]

Стран ы	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Япония	13092	12952	16707	17238	14939	11401	14140	14988
Китай	139283	170345	178941	211007	196832	229451	193730	200010
Россия	53917	57926	79163	98759	109975	108105	121647	102738
Южная Корея	26602	30787	39930	43930	43396	38273	42231	43994
США	9431	10153	11377	12223	12474	11344	12808	15423
Герма- ния	8769	8168	8576	8250	8027	6867	8095	8545
Англия	4948	5206	5893	6717	6781	5872	6209	7120
Осталь- ные	26076	23827	25364	30661	30402	59700	31204	31730
Всего	282118	319364	365951	428785	422826	471013	430064	424548

Туристское хозяйство можно разделить на основное и вспомогательное [4]. Они взаимосвязаны и не могут существовать друг без друга. К основным учреждениям туризма относятся учреждения и объекты, предназначенные исключительно для обслуживания туристов: турбазы, гостиницы, кемпинги, приюты и т. п. К вспомогательным относятся рекреационные объекты, используемые туристами частично или периодически: дороги, транспорт, связь, рестораны, магазины, бытовые и культурные учреждения и т. д. В предложении услуг для туристов предоставление ночлега занимает первое место. Базы для ночлега туристов включают гостиницы, турбазы, мотели, квартиры и комнаты, снимаемые у местного населения, кемпинги и палатки. Эти учреждения разделены по аттестации на 4-звездные, 3-звездные, 2-звездные, 1-звездные. По количеству принимаемых туристов установлены туристические регионы. Например, регионы, принимающие свыше 10000 туристов в год – Улан-Батор, Омногоби, Хархорин, Бурдидий орчим, Архангай, Хувсугул, Замын-Удэ, Баян-Улгий.

С развитием международного и внутреннего туризма растет спрос и на более дешевые средства размещения – кемпинги. Кемпинги требуют весьма небольших затрат и могут быть сооружены быстро. Поэтому кемпинги представляются наиболее перспективными для размещения быстро расширяющегося потока туристов.

В Монголии значительный процент туристского ночлега обеспечивают юрты и палатки. Мало распространенной в Монголии, но

очень перспективной, формой размещения туристов являются эко-гэр (эко-юрта) и юрты для охотников.

Удовлетворение спроса туристов на продукты и напитки имеет не меньшее значение, чем обеспечение ночлега и отдыха. Питание организуется в ресторанах при туристских гостиницах, кафе и других предприятиях общественного питания. Одной из форм предприятий являются национальные рестораны и кафе. Монгольский национальный ресторан отличается от других характером кухни – здесь преобладают мясомолочные продукты. Если предприятия общепита использовать в полной мере, то национальная кухня может стать источником получения доходов, в частности, иностранной валюты.

Самый главный недостаток ресторанов – они не обеспечивают полностью спроса туристов: одни идут в ресторан, в основном, чтобы поесть, а другие приятно провести время, посмотреть интересную концертную программу. В зависимости от этих особенностей начали специализироваться и открываться рестораны и кафе.

Правительство Монголии поставило перед собой следующие задачи по развитию туризма:

- задействовать генеральную программу развития национального туризма, совершенствовать межотраслевое управление туризмом по соглашению между предприятиями и министерствами;
- развивать туристическую инфраструктуру города Улан-Батора, регионов Хархорин, Умнегоби и Хувсугул;
- повысить качество туристических услуг до международных стандартов.

В настоящее время, по данным на ноябрь 2011 года, в Монголии действуют 450 туристических учреждений, 155 санаторно-курортных комплексов, имеющих 5900 мест в номерах, 255 турбазы, имеющие 10400 мест в номерах, и 450 гостиниц – мотелей, имеющих 10500 мест в номерах и действует более 10 автотранспортных учреждений для туристов (таблица 3) [6].

Таблица 3 – Количество предприятий туристической деятельности и работников [5, 6]

Показатели	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Число предприятий	183	262	418	403	493	472	426	1022
Количество сотрудников	1009	1167	1796	1864	2033	2389	2079	4340

Монголия ежегодно принимает участие в выставках и ярмарках по туризму, проводившихся в ФРГ, Нидерландах, Сингапуре, Японии, Тайване и России.

Заклучены договоры о сотрудничестве в сфере туризма с Российской Федерацией, Южной Кореей и Китайской Народной Республикой. Работают представительства Комитета по туризму при посольствах Монголии в Японии, Южной Корее, Федеративной Республике Германии, Австрии, Израиле, Швеции и Непале.

В 2002 г. около 753500 пассажиров въехали в Монголию, из них 235200 были иностранцами. В сравнении с 2001 г., количество въехавших пассажиров повысилось на 11,1 %, из которых количество иностранцев увеличилось на 22,4 %. 21,6 % иностранных пассажиров были туристами. Число иностранных туристов увеличилось на 58,8 % (в 2010 г.). В 2002 г. 68,5 % иностранных туристов были из Восточной Азии и Тихого океана, 26,7 % – европейского гражданства.

В 2003 г. около 725100 пассажиров въехали в Монголию, и 204800 из них были иностранцами. По сравнению с 2002 г., количество въехавших повысилось на 4,2 %, из которых количество иностранцев увеличилось на 12,9 %. 30,1 % иностранных пассажиров были туристами, Число иностранных туристов увеличилось на 39,3 % в 2010 г. В 2003 г. 78,9 % иностранных туристов были из Восточной Азии и Тихого океана, 17,6 % были европейского гражданства.

По данным на 1999 г., в бюджет Монголии туризм принес доход на сумму 27,8 млн., а в 2002 г. – 130,1 млн. долларов США, т. е. увеличился в 4,6 раза. В 2011 г. туризм принес 282 млн. доллар США.

Процент дохода от туризма в ВВП Монголии в 1999 г. был 2,8 %, а 2002 г. – 9,8 %. В 1999 г. в отрасли туризма объем инвестиций составил 213 млн., а в 2002 году – 764 млн. долларов США, т. е. увеличился в 3,6 раза. Процент дохода от туризма в ВВП Монголии в 2011 г. был 2,5 %. В отрасли туризма работали 25000 работников [5].

По расчетам международных специалистов, вскоре туризм может стать ведущей отраслью экономики многих стран. Без международного туризма, равно как без открытости общества, свободы информации, свободы убеждений, немислимы международное доверие, взаимопонимание, разоружение и международная безопасность. Помимо туризма в обычном понимании, развитие получают такие интересные формы его организации, как симпозиумы, конференции и выставки [2]. По этим направлениям в 2000 г. Монголию посетили 17,7 тыс. туристов. Эти поездки позволяют совмещать и просто отдых, и знакомство с достопримечательностями страны. В структуре расходов

по обслуживанию преобладают затраты на питание, сувениры и др., на 1 интуриста в день приходится 148 долларов США. Но эти затраты зависят от самого иностранного туриста и отличаются для граждан разных стран. Например: японец тратит 180 долларов, американец – 173, кореец – 137, россиянин – 69.

Список использованных источников:

1. **Баттулга, Э.** Аялал жуулчлал ба ажил эрхлэлт (Сборник докладов специалистов по туризму), 2013.
2. **Балабанов, И. Т.** Экономика туризма / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М., 1999. – 176 с.
3. **Биржаков, М. Б.** Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – М., СПб.: Герда, 2001. – 400 с.
4. **Квартальнов, В. А.** Туризм социальный: история и современность / В. А. Квартальнов. – М.: Мысль, 1989. – 270 с.
5. Монгольский статистический сборник. Национальное статистическое учреждение. – УБ., 1995-2011 гг.
6. Национальный центр по туризму при министерстве Природной среды и туризма. 2011.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СИБИРИ

*Е. А. Боечко, В. В. Бовтун, Я. С. Альховик, И. В. Романовская,
О. П. Бовтун
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова*

Паломнический туризм является составной частью современной индустрии туризма. В настоящее время более половины объектов туристского интереса в мире связаны с культом или религией, имеющие место в настоящее время или уже утратившие свое значение, или забытые. И это в первую очередь касается Сибири – с ее многочисленными храмами и монастырями, а также культовыми сооружениями других религий.

Существующий уровень подготовки паломнических маршрутов сибирскими турфирмами, их сопровождение, соответствие организации приема положениям различных вероисповеданий не отвечают необходимым требованиям. Большинство фирм, организующих паломнические туры, не имеют поддержки церкви. Стоимость предлагаемых

поездок превышает финансовые возможности большинства граждан страны, а также отсутствует привлечение зарубежных туристов к российским святыням.

Сегодня религиозный туризм развивается на двух уровнях: турфирмы, которые наряду с обычными турами организуют и паломнические, а также фирмы, специализирующиеся исключительно на религиозном туризме. Последние фирмы постепенно отмирают, так как выжить только за счет паломнических туров сегодня невозможно.

С точки зрения систем привлечения, религиозному туризму близок научный туризм религиозной тематики. Такие поездки немногочисленны, но они расширяют географию туристских поездок. Ученых интересует религиозное наследие – рукописи, различные культовые предметы, найденные в том числе благодаря раскопкам, архитектурные формы как современных, так и ушедших в прошлое религий и многое другое. Исследователи направляются в центры существующих религий, страны и регионы с богатыми религиозными традициями.

Всемирная туристская организация отмечает, что число паломников в мире ежегодно растет на 50-65 %. Говоря о быстро развивающемся религиозном туризме в России и в Сибири, важно выявить его потенциал, попытаться предвидеть дальнейшее его развитие с тем, чтобы уже сегодня предпринять важные шаги на пути к оптимизации и развитию религиозного туризма.

Необходимо проработать и внедрить систему образования специалистов по религиозному туризму. Также, важно разработать систему тщательного выявления различных типов туристов и самих видов религиозного туризма в их специфики с целью диверсификации. Обществу и государству необходимо отдать приоритет культурным коммуникациям, идеям сотрудничества и развития, идеям сохранения культуры и религии как фундаментальных основ жизни общества. От решения этих вопросов во многом зависит как будущее религиозного туризма Сибири, так и туризма в целом [1].

В последние годы регионы России, в том числе и Сибирь, достаточно активно стараются использовать потенциал религиозного туризма. Кемеровские власти намерены активно развивать такие специфические отрасли туризма, как паломничество и религиозные поездки. Принимать паломников область будет совместно с епархией.

Для развития паломнического туризма в Бурятии есть все предпосылки: уникальная природа, культурно-историческое наследие, растущий спрос со стороны российских и иностранных туристов. Бурятия – единственный регион в России, где памятники буддизма представлены в

такой полноте. С этим тесно связан лечебный отдых в центрах тибетской медицины. **Маршруты по святым местам Бурятии наиболее посещаемы** летом, наплыв паломников наблюдается в августе и сентябре, когда набирает силу аршан. Зимой паломников меньше, и турфирмы в паломнические туры отправляют компактные группы из 2-3-х человек или вообще индивидуально. Наиболее часто в индивидуальный тур отправляются паломники с Запада, которые могут позволить себе дорогостоящий тур. И приезжают они в Бурятию, как правило, летом. Местные паломники могут отправиться к святым местам в любое время. Они предпочитают ездить большими группами, минимальная группа включает 6 человек.

На Алханае широко известно и ущелье грешников. Через ущелье без препятствий проходят люди, которых не беспокоят грехи, а те, на кого давит груз совершенных грехов, застревают и проходят с трудом. Проверить свои душевные качества можно и на халютинских источниках. Там на горе есть дерево желаний Сагаан Убгэна (Белого Старца), это место можно назвать уникальным, так как именно здесь испытывается человеческая добродетель. К дереву желаний нет единой тропы, каждый находит к нему путь самостоятельно, и человек, совершивший за свою жизнь много добрых дел, найдет дерево легко. А некоторые люди могут этого дерева и вовсе не найти, это показатель того, что еще необходимо над собой работать и увеличивать свою добродетель [2].

Паломнические маршруты Сибири, как правило, сосредоточены в одном треугольнике – на западе Сибирского округа. Один из самых популярных маршрутов: Тюмень – Абалак – Тобольск – Меркушино – Верхотурье. В Тюмени паломники чаще всего отправляются к церковному комплексу XVII-XVIII вв., расположенному в северной части города. После осмотра достопримечательностей Меркушино можно смело отправляться в городок Верхотурье. Паломники приезжают сюда взглянуть на хранилище с мощами Симеона Верхотурского и помолиться.

Таким образом, религиозный туризм – одно из перспективных направлений современного туризма Сибири, продолжающее расширять свою клиентскую базу. Интенсивность потоков туристов, путешествующих по Сибири с паломническими и религиозными целями, ежегодно увеличивается. Если в 2010 году уровень количества поездок с религиозными целями был примерно равен количеству поездок с целью обучения или лечения, то в 2013 году он в 4 раза превысил эти направления в туризме и стал сопоставим с поездками с целью развлечения, это не считая паломнических поездок.

Список использованных источников:

1. **Биржаков, М. Б.** Правовые основы и методы регулирования паломнического туризма / М. Б. Биржаков. – СПб.: ОЛБИС, 2003. – 187 с.
2. **Пеляев, С.** Актуальные вопросы паломничества мусульман России. Практическое пособие для организаторов и участников хаджа / С. Пеляев. – Режим доступа: <http://www.mid.ru/B1.Nsf/arh/0231EDA4792FC852C3256E>. – Загл. с экрана.

РЕКРЕАЦИОННАЯ ОЦЕНКА РЕЛЬЕФА МОНГОЛЬСКОГО АЛТАЯ

Ч. Лхагвасурэн, Б. Сайрангул
Ховдский университет (Монголия)

Современное развитие городов и промышленности сопровождается интенсификацией жизни человека. Потребность в восстановлении сил привела горожанина на природу. Учитывая, что города Западной Монголии расположены в пределах горной страны Монгольского Алтая, именно горы стали основным объектом современного рекреационного освоения городского жителя. Оценка рельефа стала актуальной в общей проблеме изучения рекреационного потенциала таких территорий.

Горы Монгольского Алтая простираются с северо-запада на юго-восток почти на 1000 м. Они ограничены на западе котловиной Больших озёр, на востоке – Заалтайской Гоби. В пределах Монгольского Алтая расположены территории Баян-Ульгийского, Ховдского Говь-Алтайского аймаков и часть Убсунурского аймака. Здесь известны многочисленные рекреационные объекты, которые привлекают внимание не только монгольских, но и иностранных туристов. Один из таких объектов – ледник Потанина – показан на рисунке 1.



Рисунок 1 – Высокогорная часть Монгольского Алтая.
Ледник Потанина

В эколого-ландшафтном отношении в пределах Монгольского Алтая выделяется три провинции: Сийлхэм Хархираа-Тургэний, Алтай-Таван-Богдын, Мунххайрхан [4, 5]. Каждая провинция подразделяется на округа. Сийлхэм Хархираа-Тургэний включает 3 округа: горные Хархираа-Тургэний и Алтан-Хухийн, котловинный Ачит-нуур. Провинция Алтай-Таван-Богдын включает пять округов: Таван Богдын и Сийлхэмийн, Цэнгэлхайрхан, Толбо-Сагсай, Хух Сэрх-Хонгор Хайрхан. Провинция Мунххайрхан – 6 округов: горные Мунххайрхан, Даянгийн-Тамчийн, Баатархайрхан-Сутай, Могойн улаан уул – Улаан хайрхан, Алаг хайрхан и котловинный Цэцэг-Тонхилын.

При рекреационной оценке рельефа Монгольского Алтая нами были проанализированы материалы [1, 2, 6, 8], и в контурах эколого-ландшафтных провинций (округов) выделены одноимённые рекреационно-геоморфологические провинции (районы). В ходе анализа создан проект в программной среде ArcGIS, куда вошли геоморфологические карты [7] (крутизны склонов м-ба 1: 000 000, густоты и глубины расчленения рельефа м-ба 1:6 000 000), а также крупномасштабные карты аймаков Западной Монголии. На основании карт крутизны склонов, густоты и глубины расчленения рельефа была сделана полуколичественная балльная оценка территории по степени благоприятности рельефа для отдыха, согласно которой все районы подразделены по 4-х балльной шкале на: 1 – весьма благоприятные, 2 – благоприятные, 3 – средние, 4 – неблагоприятные (таблица 1).

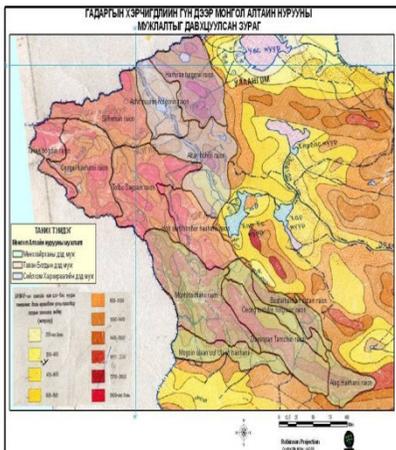
На основании вышеназванных показателей была проведена оценка рекреационного потенциала рельефа для рекреационно-геоморфологических провинций и районов, приведённая в таблице 2 и на рисунке 2.

В результате проведённой оценки рекреационного потенциала рельефа выделено три типа территорий с очень высокими, высокими и средними показателями.

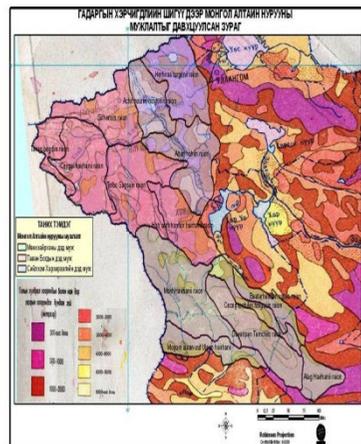
Очень высокими показателями рекреационной привлекательности рельефа характеризуются высокогорные районы с ледниками Западной Монголии и относительно невысокой антропогенной нагрузкой, включая практически всю провинцию Алтай-Таван-Богдын, горные округа провинции Сийлхэм Хархираа-Тургэний (Хархираа-Тургэний и Алтан-Хухийн) и Мунххайрхан (Мунххайрхан, Баатархайрхан-Сутай, Алаг хайрхан). Здесь имеются предпосылки для развития альпинизма, пешеходного и конного туризма, фото-сафари, охоты, научно-исследовательских работ.

Таблица 1 – Шкала для оценки благоприятности рельефа для отдыха

Показатели	Значения показателей	Степень благоприятности, баллы
Густота расчленения рельефа, м	3000-4000	1
	2000-3000	2
	1000-2000	3
	менее 1000	4
Глубина расчленения рельефа, м	менее 1000	1
	1000-1400	2
	1400-1800	3
	более 1800	4
Крутизна склонов, град.	менее 3	1
	3-6	2
	6-12	3
	более 12	4
Тип рельефа	равнинный, барьерный горный	1
	увалистый мало расчленённый	2
	расчленённый холмистый мелкосопочник	3
	расчленённый горный	4



А



В

Рисунок 2 – Оценка рекреационного потенциала рельефа по густоте расчленения (А), по глубине расчленения (В) (составлена на основе [7]). Рекреационно-геоморфологические районы в западной части карты оконтурены чёрными линиями

Таблица 2 – Рекреационный потенциал рельефа Монгольского Алтая

Провинция	№ п/п	Район	Показатели				Оценка	
			расчленения рельефа		крутизна склонов	тип рельефа	балл: общ./сред.	качественная
			густота	глубина				
Сийлхэм ХархирааТургэний	1	Хархираа Тургэний	4	4	4	3	15/3,7	очень выс.
	2	Ачитнуур	3	2	2	2	9/2,2	выс.
	3	АлтанХухийн	3	2	3	3	11,2/2,7	выс.
Алтай-Таван-Богдын	4	ТолбоСагсай	4	4	3	3	14/3,5	очень выс.
	5	Сийлхэмий	4	4	3	3	14/3,5	очень выс.
	6	Цэнгэлхайрхан	4	4	3	3	14/3,5	очень выс.
	7	ТаванБогдын	4	4	4	4	16/4	очень выс.
	8	ХухСэрхХонгорХайрхан	4	4	4	4	16/4	очень выс.
Мунхайрхан	9	ЦэцэгТонхилын	3	2	2	2	9/2,2	выс.
	10	Мунхайрхан	4	3	4	4	15/3,7	очень выс.
	11	Могойн улаануул – Улаанхайрхан	2	2	2	2	8/2	средний
	12	ДаянгийнТамчийн	3	3	3	2	11/2,7	выс.
	13	БаатарХайрханСутайн	4	3	4	4	15/3,7	очень выс.
	14	Алагхайрхан	4	4	3	4	15/3,7	очень выс.

Высокие показатели характерны для горного округа Алтан-Хухийн и котловинного Ачит-нуур в провинции Сийлхэм Хархираа-Тургэний, а также горного Даянгийн-Тамчийн и котловинного Цэцэг-Тонхилын в провинции Мунххайрхан. Основная привлекательность этих территорий определяется сочетанием ландшафтов озёрных котловин и их горного окружения.

Средние показатели определяют увалисто-малорасчленённые ландшафты низкогорий района Могойн улаан уул – Улаан хайрхан в провинции Мунххайрхан

Список использованных источников:

1. **Баясгалан, Л.** Өвөрхангай аймгийн аялал рекреацийн чадавхийн иж бүрэн үнэлгээ / Л. Баясгалан. – Улан-Батор, 2005 (монг.).
2. **Билэгсайхан, М.** Байгалийн рекреацийн газарзүй / М. Билэгсайхан, Б. Чинбат. – Улан-Батор, 2009 (монг.).
3. **Ганболд, Д.** Увс аймгийн байгалийн аялал рекреацийн нөөцийн үнэлгээ. / Бакалаврын ажил. – Ховд, 2011 (монг.).
4. **Даш, Д.** Монгол орны ландшафт-экологийн асуудлууд / Д. Даш. – Улан-Батор, 2002 (монг.).
5. **Даш, Д.** Монгол орны ландшафт-экологийн асуудлууд / Д. Даш. – Улан-Батор, 2010 (монг.).
6. **Даш, Д.** Рекреаци ба аялал жуулчлал / Д. Даш, Н. Мандах, Л. Баясгалан. – Улан-Батор, 2005 (монг.).
7. Национальный Атлас. Монгольская Народная Республика. – Улан-Батор – М.: Минская картографическая фабрика ГУГК СССР. 1990.
8. **Сүхбаатар, О.** Монгол орны байгалийн нөхцлийн аялал жуулчлалын тааламжийн үнэлгээ // МОГЗА – № 23 – 1986 (монг.).

СТРАТЕГИЯ АКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

*В. В. Бовтун, О. А. Гооге, И. В. Романовская, О. П. Бовтун
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова*

Алтайский край имеет уникальное разнообразие природных, исторических и социально-культурных ресурсов, обладая огромным туристским потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных гостей. Сами по себе уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает край, недостаточ-

ны в качестве единственного условия для обеспечения успешного развития туризма в регионе. Учитывая современный уровень и перспективы развития основных туристских административных районов Алтайского края, необходимым является продвижение туристского продукта. В первую очередь стратегия активного продвижения туристского продукта в Алтайском крае складывается из активного участия Администрации за счет реализации соответствующих целевых программ, целью которых является создание условий для устойчивого развития туризма, продвижения туристского продукта на российские и зарубежные рынки, формирование имиджа Алтайского края как центра всепогодного туризма.

На международной выставке «ITB-2013» в Германии, где были представлены стенды 180 стран, объединенный стенд России занимал площадь в 1000 м². Экспозиция Алтайского края, содержащая информацию об основных туристских направлениях края, располагалась на площади 210 м². Для наглядности представления туристских услуг было предусмотрено оснащение стенда роллерными конструкциями. Во время работы экспозиции на трех плазменных экранах демонстрировались видеоролики о туристской индустрии региона. Кроме того, на выставке была организована презентация Алтайского края, в рамках которой прошла дегустация экологически чистых алтайских продуктов.

В Москве, где в марте 2013 года прошла международная туристская выставка «Интурмаркет-2013», участвовали 143 страны. Стенд Алтайского края занял площадь 800 м² и представлял собой выставочное пространство, объединенное единым стилистическим и художественным замыслом с представлением лучших туристских продуктов. Большой интерес посетители проявили к активным турам по Алтайскому краю, санаторно-курортному лечению в городе Белокурихе, а также организации туров по брендовым туристским маршрутам края «Большое Золотое кольцо Алтая» и «Малое Золотое кольцо Алтая». Пользовалась большой популярностью сувенирная и брендовая продукция алтайских производителей («Пасеки предгорья»), «Алтайвитамины» и «ФЗ Гален»).

С туристическими и оздоровительными возможностями нашего края ознакомились Председатель Правительства России Дмитрий Медведев, Вице-премьер Правительства России Ольга Голодец, Министр культуры Владимир Мединский, Министр транспорта Максим Соколов, руководитель Федерального агентства по туризму Александр Радьков, Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Беларусь Игорь Петришенко, Чрезвычайный и Полномочный Посол Республики Болгария

Бойко Коцев. Они очень высоко оценили экспозицию Алтайского края. Дмитрий Медведев на совещании по вопросам развития туризма, которое провел на площадке выставки, отметил, что Алтайский край доминировал на «Интурмаркете» среди российских регионов.

На главной туристской выставке Сибири «Турсиб-SITT» в Новосибирске, где были представлены турфирмы Австрии, Океании, Венгрии, Кипра, Кубы, Мексики и других стран, турпродукция Алтайского края вызвала огромный интерес. В рамках XXIII Международной выставки «Путешествия и туризм: «Турсиб-2013» прошла XI межрегиональная олимпиада по туризму среди студентов, где команда студентов ФСКиТ Алтайского государственного технического университета специальности «Социально-культурный сервис и туризм» и направления «Туризм» заняла третье место. Правительство Новосибирской области выразило благодарность коллективу преподавателей АлтГТУ им. И. И. Ползунова за качественную подготовку специалистов туриндустрии и результативное участие в олимпиаде по туризму.

Перед наступлением высокого летнего сезона в апреле 2013 года в Алтайском крае, в непосредственной близости от города-курорта федерального значения Белокурихи, на территории туристско-развлекательного комплекса «Конный двор», состоялась III специализированная выставка внутреннего и въездного туризма «АлтайТур. АлтайКурорт-2013». Целью выставки являлось продвижение туристского продукта и края как региона активного развития туризма. В рамках выставки состоялась III региональная молодежная межвузовская научно-практическая конференция «Туризм в Алтайском крае глазами молодых исследователей», где приняли участие и студенты ФСКиТ Алтайского государственного технического университета направления «Сервис и туризм».

На территории ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае прошел праздник «Цветение маральника», ознаменовавший собой открытие туристического сезона-2013. В торжественном мероприятии принял участие Александр Карлин, губернатор Алтайского края. После официальной части губернатор вместе с представителями краевой администрации, депутатами АКЗС, воспитанниками Алтайского детского дома и студентами АГУ и АлтГТУ заложил новую аллею на территории «Бирюзовой Катуни».

В международной научно-практической конференции Экономика. Сервис. Туризм. Культура-2013, прошедшей в Алтайском государственном техническом университете, приняли участие ученые из

Китая, Монголии, Казахстана. Более 70 человек прислали свои доклады

Таким образом, ни один регион в России не продвигает сегодня турпродукт так, как это делает Алтайский край, и динамика его продвижения очень высока. Алтайский край успешно участвует в таких туристских форумах-выставках, как «ITB» в Берлине (Германия), «Интурмаркет» в Москве, «Турсиб-SITT» в Новосибирске и др. Основная цель участия – популяризация Алтайского края как туристского региона России и продвижение его турпродукта. Экспозиции региона входят в число самых представительных и масштабных и получили высокую оценку экспертов.

Список использованных источников:

1. Алтай продемонстрировал свой туристический потенциал. – Режим доступа: http://www.belokurikha-smi. Ru / publ / tema / altaj_prodemonstriroval_svoj_turisticheskij_potencial/17-1-0-1404 – Загл. с экрана.
2. Отчет с туристической выставки ИНТУРМАРКЕТ 2013. – Режим доступа: <http://www.nikator.ru/otchet-s-turisticheskoy-vystavki-inturmarket-2013/> – Загл. с экрана.

КАМЕННЫЕ СТАТУАРНЫЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ТЮРКСКОГО ВРЕМЕНИ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ (НА ПРИМЕРЕ БАЯН-УЛГИЙСКОГО АЙМАКА)

Э. Наранхуу

Ховдский университет (Монголия)

Туризм оказывает существенное влияние на экономическую сферу любого государства. Поэтому даже в высокоразвитых странах важную роль в развитии экономики, а также внутренней и внешней политики, наряду с прочими, играют финансовые потоки, поступающие от туризма.

Каждая страна имеет свои специфические ресурсы и условия для развития туризма, которые, прежде всего, обусловлены спецификой географического положения и историко-культурными особенностями региона. Монголия входит в число стран, обладающих достаточно крупными ресурсами как в области природно-ландшафтного разнообразия, так и в области многоликости и привлекательности историко-культурного наследия. Однако существует проблема

неравномерности выявленности и изученности памятников истории в туристическом бизнесе [1-5].

На протяжении многих лет ряд монгольских ученых, таких, как, например, Х. Пэрлээ, Д. Наваан, Б. Баяр, исследовали памятники истории и культуры Монголии в их связи с общекультурным контекстом развития человечества и достигли в этом определенных успехов. Ими было выявлено и научно описано большое количество памятников археологического прошлого в разных точках страны. Помимо отечественных ученых большой вклад в поиск и изучение историко-культурного наследия Монголии внесли зарубежные исследователи, первые из которых пришли в монгольские горы и степи еще в XIX в. (Потанин, Клеменц и др.). На основе многолетних продуктивных исследований ученых разных стран многообразное историко-культурное наследие Монголии сегодня делится на несколько основных групп:

- археологические;
- древние города;
- архитектурные;
- религиозные и этнографические;
- изобразительные.

Очень большое значение для науки и туризма имеют археологические объекты погребально-поминального и военного назначения, остатки древних городов, наскальные рисунки, древние и средневековые памятники с культовой архитектурой, каменные изваяния и целый ряд других категорий памятников.

В настоящей работе хотелось бы обратить внимание на одну из групп статуарного наследия, которая в научной литературе уже давно получила наименование «каменные бабы». Данный тип изваяний, выполненный из разного материала (гранит, базальт, сланцы, песчаник, мрамор) в разной форме (стелы с плоскостными изображениями или антропоморфными деталями, скруглая скульптура), показывает облик раннетюркского воина.

Данная категория памятников занимает одно из ведущих мест по историческому и культурному значению. Каменные статуарные произведения степного пояса Евразии и многих других стран дают очень широкие и объективные сведения о физических и духовных особенностях людей того времени на основе их портретирования, одеяний, аксессуаров религиозного и бытового назначения, оружия.

По изобразительной манере и культовому оформлению «каменные бабы» делятся на произведения двух этапов истории раннего средневековья:

- периода тюркских каганатов;
- периода уйгурского каганата.

Следует добавить, что вне зависимости от времени сооружения, все они являются объектами поминального назначения.

Произведения первого периода отличаются тем, что они посвящены великим ханам и князьям того времени, и при них поставлены изваяния, которые называются «зэлы» – камни, указывающие на число людей, участвовавших в похоронах.

Произведения второго – уйгурского – периода устанавливались одиночно. Рядом с ними обычно нет никаких других объектов. Из известных на территории Монголии более 500 «каменных баб», 400 относятся к периоду тюркских каганов. Подобные памятники найдены российскими и казахстанскими учеными на приграничных с Монголией территориях Алтая, Тувы, Казахстана. Информация о них опубликована в крупнейших научных трудах, в которых подчеркивается связь исследованных «каменных баб» с образцами, обнаруженными на территории Монголии, и таким образом, говорится о едином историко-культурном пространстве Центральной Азии.

Одним из крупных центров производства и использования средневековых каменных скульптур на приграничных с Россией, Казахстаном и Китаем территориях Западной Монголии является Баян-Ульгийский аймак, площадью 457000 км² с населением в 108000 человек. Доминирующей группой населения аймака являются казахи.

По опубликованным источникам, на сегодняшний день на территории аймака известно 90 «каменных баб», 60 из которых относятся к великотюркскому, а 30 – к уйгурскому времени. Помимо научной и культурной ценности эти памятники имеют важнейшую ценность в качестве потенциальных объектов в туристическом бизнесе. «Каменные бабы» – источник для демонстраций образа жизни людей прошлого времени – могут оказать большое влияние на развитие туризма в Монголии. Уже сейчас имеется возможность ознакомиться с ними через интернет. Потенциальные туристы получают исчерпывающую информацию о туристических перспективах страны в целом и отдельного региона в частности. Особенно, если привлекательная информационная страница интернета снабжена выразительными цветными фотографиями, демонстрирующими самые замечательные памятники и объекты историко-культурного наследия. Задача создания таких информационных страниц и наполнения их археологическими объектами, в том числе «каменными бабами», в настоящее время является насущной необходимостью в растущей

индустрии монгольского туризма. Заполнить информационный вакуум можно только с использованием наработок ученых Монголии и сопредельных стран, прежде всего исследователей из России, имеющих давний положительный опыт научных исследований в нашей стране.

Список использованных источников:

1. **Баярхуу, Б.** Особенности туризма в Монголии // Проблемы региональной экологии. – Томск, 2000. – Вып. 6.

2. **Баярхуу, Б.** Социально-экономические рекреационные ресурсы Ховдского аймака // История, культура, природные условия и ресурсы Западной Монголии и сопредельных регионов. Тез. докл. IV междунар. конф. – Томск, 1999.

3. **Веденин Ю. А., Мирошниченко Н. Н.** Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Серия географич. – 1969. – № 4.

4. **Даш, Д.** Ландшафтная дифференциация хребтов Монгольского Алтая и особенности их распространения // История, культура, природные условия и ресурсы Западной Монголии и сопредельных регионов: Тез. докл. VI междунар. конф. – Томск, 2003.

5. **Сарантуяа, Б., Даш, Д.** Монгол орны байгалийн нөхцөлийн рекреацийн үнэлгээ (Рекреационная оценка природных условия Монголии) // Монгол рны газарзүйн асуудлууд. – Улаанбаатар, 1988 (монг.).

ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ

*Р. И. Локтев, В. В. Бовтун, И. В. Романовская, О. П. Бовтун
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова*

К моменту включения Западной Сибири в состав Русского государства население было рассредоточено по обширной территории от Северного Ледовитого океана до Алтая. С XV в. и вплоть до 1960-х гг. начинается колонизация коренных народов Западной Сибири, которые занимались охотой, рыболовством, собирательством.

Первые советские органы управления у коренных малочисленных народов севера Западной Сибири были уже в 20-е годы. Они являлись временными и создавались в целях «защиты прав трудящихся туземцев», а также в целях «вовлечения их в дело управления, наибо-

лее полного и правильного проведения среди них законов Советского Правительства». Органами туземного управления признавались: родовые собрания, родовые советы, районные туземные съезды, районные туземные исполнительные комитеты [1].

Уже к 1930-м годам советы и районные туземные исполнительные комитеты были упразднены. В условиях начавшегося социалистического строительства кулаки и шаманы, а также крупные оленеводы национальных округов открыто вели антисоветскую работу для всех хозяйственно-политических кампаний, проводимыми Советами. К концу 1930-х годов было погашено сопротивление крупных оленеводов через группы бедноты; сотни охотников, рыболовов вовлеклись в управление государством [2].

В последние годы в связи с глобальными политическими и экономическими преобразованиями в нашей стране возросла миграция больших групп населения, в результате чего произошли изменения этнических процессов. Основная тенденция в развитии процессов в материальной и духовной культуре у народов Западной Сибири – сохранение традиционных элементов в быту, одежде, пище, жилище, проведение обрядов и т. п. Немаловажно отметить этнокультурное воспитание, т. е. взаимодействие поколений, направленное на межэтническую интеграцию и способствующую пониманию культуры и традиции рядом живущих народностей.

Благодаря многим ученым этнографам: В. И. Матющенко «Этнокультурные процессы в Западной Сибири», Н. Н. Миклухо-Маклая «Этнокультурный облик России», «Вопросы истории Западной Сибири» П. И. Рошевский, «Народы Западной и Средней Сибири» Ш. К. Ахметова, О. М. Бронникова, М. А. Жигунова, З. Я. Бояршинова «Население Западной Сибири до начала русской колонизации», З. П. Соколова «Народы Западной Сибири» была раскрыта история развития коренных малочисленных народов, их культура, быт, демографические показатели, а также взаимодействие с первопроходцами, прибывшими из европейской части России.

В начале 1990-х годов, с распадом СССР и развитием рыночных отношений, коренные малочисленные народы севера оказались в очень тяжелом положении: без опеки государства и материальной поддержки, налаженной системы здравоохранения, образования, а также других мер социальной защиты, к которым они привыкли за годы советской власти. Многие из народностей уезжали из городов в тайгу и тундру. В 1999 г. вышел федеральный закон «О государственной поддержке коренных малочисленных народов РФ», государство взяло

обязательство защиты исконной среды обитания, традиционных образа жизни, хозяйствования и промыслов малочисленных народов [1].

В 2000 и 2001 гг. были приняты два закона об общинах коренных народов и о выделении им территорий традиционного пользования. Кроме того, согласно российскому законодательству, коренной малочисленный народ имел ряд привилегий – это выбор любой профессии, освобождение от армейской службы и возможность представительства в региональных и местных структурах власти на основе специальных квот.

Важное значение имела политика региональных властей. Ярким примером является распоряжение Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры – от 2002 г. о создании государственного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры – «Театр обско-угорских народов – Солнце». Учредителем театра является Департамент культуры и искусства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. В сценическом искусстве театра обско-угорских народов два направления: фольклорно-музыкальная группа и национальный многожанровый театр, ориентированный на все возрастные, социальные и этнические группы населения. В репертуаре театра – спектакль по хантыйскому и мансийскому фольклору «За солнцем идущие, за миром смотрящие» с традиционной музыкой, танцами, песнями обских угров, живущих на севере Западной Сибири, и концертная программа «Звуки Древней Югры», спектакль – философская притча о творческой судьбе художника Геннадия Райшева, «Я в этот мир пришел, чтоб видеть солнце». 18 апреля 2008 г. состоялась премьера спектакля по хантыйским и мансийским сказкам «Сказки земли, где теплое солнце», спектакль для детей «Лесная сказка» [2].

Особое значение имеет проведение национальных праздников, которые в полной мере показывают всю культуру народности Севера. Так, в Ямало-Ненецком АО в целях развития и преемственности традиционной национальной культуры проводят «День оленевода», «Чужон-войтыр».

В Республике Алтай разработана целевая программа «Экономическое и социальное развитие коренных малочисленных народов Республики Алтай до 2015 года» в соответствии с Федеральным законом № 82-ФЗ «О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации». Также туристские агентства региона предлагают интереснейшие маршруты по местам силы «Чемала и Чуйского тракта». Путешествия по таким местам позволит отрешиться от повседневной суеты, очистить душу и тело, соприкоснуться с ритмом природы и

обрести внутреннюю гармонию. Появится интерес к более глубокому и осознанному общению с шаманами, откроются скрытые ресурсы души. Люди, посетившие такие места, могут отрешиться от повседневного мира и соединиться с природой. **Границы сознания расширяются**, и откроются совершенно новые ощущения и переживания, о существовании которых раньше и не подозревали.

В последнее время широко используются такие формы этнокультурного воспитания, как лекции, круглые столы, беседы. К сожалению, они не решают всех задач этнокультурного воспитания. В частности, И. А. Чебакова предлагает внедрить такую форму этнокультурного воспитания среди молодежи, как фестиваль, которая рассчитана не только на активное участие масс, но одновременно и на эстетическое восприятие, достигаемое его зрелищностью и красотой [3].

Таким образом, Западная Сибирь не только богата природой, но и своим этнокультурным наследием. На территории проживают около 40 коренных малочисленных народов со своей культурой, обычаями и бытом. Все вышесказанное ведет к развитию нового направления в туризме – этнокультурный туризм, который поможет регионам Западной Сибири улучшить инфраструктуру, повысит уровень жизни, приобщит нас к окружающей природе и культуре коренных малочисленных народов.

Список использованных источников:

1. Информационно-просветительский портал. 2003-2011 гг. http://chron.eduhmao.ru/page_10_25_3.html

2. Вопросы истории Западной Сибири [Текст] / М-во высш. и сред. спец. образования РСФСР ; [редкол.: П. И. Рощевский (отв. ред.) и др.]. – Тюмень : Тюмен. гос. ун-т, 1974. – (Научные труды / Тюмен. гос. ун-т, Каф. истории СССР ; Т. 7).

3. Чурного воспитания студенческой молодежи // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2010. – № 6.

ПЕРСПЕКТИВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ И РОССИИ)

С. Г. Платонова¹, Ч. Лхагвасурэн²

¹Институт водных и экологических проблем СО РАН (Россия),

²Ховдский университет (Монголия)

Становление трансграничного рекреационного пространства между Россией и Монголией в последние годы стало объектом пристального рассмотрения не только с практической (развитие туризма приграничных территорий), но и с научной точки зрения. Для его развития территория обладает благоприятными природными, этнокультурными, социально-экономическими, институциональными факторами и предпосылками.

Среди природных факторов важнейшим является рельеф. Деятельность рекреационных центров Западной Монголии, действующих и формирующихся в рамках рекреационного пространства, напрямую связана с ресурсным потенциалом рельефа, влияние которого на формирование рекреационного пространства Западной Монголии неоднозначно.

С одной стороны, рельеф играет организационную роль в формировании рекреационного пространства, во многом определяющего структуру, состояние и эволюцию рекреационного пространства, является фоном контрастности климатических условий и биоразнообразия, создавая особые условия для реализации разнообразных рекреационных целей отдыхающих. Кроме того, высок потенциал использования собственно эстетических свойства рельефа в изучаемом регионе. С другой стороны, сложный рельеф затрудняет развитие инфраструктуры, удорожает строительство объектов размещения и отдыха туристов, создаёт сложность доставки строительных материалов и ведения строительных работ, а также многое другое [1].

В рекреационном отношении, наряду с рельефом, развитию спортивных и экстремальных видов туризма способствуют изменение климатических условий, проявляющееся особенно контрастно с повышением высоты. Очень высокий потенциал в рекреационном отношении имеет биоразнообразие. В горах обычны горные бараны аргали, козлы и крупный хищник – снежный барс. Обилие и разнообразие видов птиц, особенно широко представленное на озёрах, определено положением исследуемой территории на путях их сезонной миграции.

Благоприятная ситуация для становления трансграничного рекреационного пространства сложилась в Западной Монголии и, с точки зрения социально-экономических и институциональных предпосылок, таких, как уклад экономики, изменения внешнеэкономического рынка в связи с изменением экономической и геополитической ситуации 90-х годов XX в., современная туристическая ориентация развития экономики Монголии, формирование трансграничной зоны Алтая.

С одной стороны, основные направления экономики Монголии, представленные сельским хозяйством и горнодобывающей промышленностью, не являются залогом стабильности экономики. Традиционный сельскохозяйственный уклад в крайне суровых природно-климатических условиях на общем фоне аридизации климата делают экономику очень восприимчивой к погодным изменениям. Увеличение засушливости или напротив аномалии, вызванные большим количеством осадков (например, зимой 2000-2001 гг. и 2009-2010 гг.), приводят к резким сокращениям поголовья скота, изменению структуры стада (преобладанию козы), и, соответственно, падению экономических показателей. Разработка богатых минерально-сырьевых ресурсов также не приводит к увеличению доходов населения. Горнодобывающая промышленность фактически вся отдана в концессию иностранным фирмам на невыгодных для Монгольской стороны условиях.

В 90-е годы произошло изменение внешнеторговой структуры. В Западной Монголии до минимума сократился вывоз мяса, шерсти и пуха в Россию (традиционные статьи монгольского экспорта), а резко возросла плата за энергоресурсы (традиционная статья монгольского импорта из России). Проводимая внешнеэкономическая политика Россией: огромные таможенные сборы, плата за визы, разного рода таможенные ограничения – сделала во многом невыгодной для монголов торговлю с Россией и организацию совместных российско-монгольских предприятий. С Китаем же, где существует режим наибольшего благоприятствования для приграничного торгово-экономического сотрудничества, напротив, торговля для монголов оказывается весьма выгодной, но при этом изменилась структура товарооборота [2].

С другой стороны, последние 20 лет ознаменовались: 1) значительной экологизацией общественного сознания и рынка европейского и российского общества; 2) бурным развитием туристической индустрии. В свете провозглашаемого кризиса современной техногенно-потребительской цивилизации особое значение стали приобретать экологически чистые биосферные и рекреационные ресурсы Западной Монголии: вода, воздух, минеральные источники, продукция живот-

новодства, рыба (Иванов). В свете современной конъюнктуры мирового туристического рынка Западная Монголия оказалась: 1) слабо освоенным в рекреационном понимании пространством; 2) дешёвым для конкретного потребителя поставщиком туристических услуг; 3) идеальным пространством для реализации рекреационных потребностей видов туризма, испытывающих сейчас подъём (экстремальных, культурно-познавательных, экологических, этнографических). Кроме того, важным внешнеполитическим фактором развития рекреационного пространства Западной Монголии является деятельность координационного Совета администраций приграничных субъектов России, Монголии, Китая и Казахстана в рамках трансграничной территории «Наш общий дом – Алтай».

Под влияние вышеназванных факторов со стороны государства в Монголии идёт создание правовой и кадровой базы развития туризма. В 2000 г. был принят «Закон о туризме» с изменениями и дополнениями 2001, 2003, 2005 и 2006 гг., где содержатся определение «туристской организации», её права и обязанности, классификация, разряд гостиницы. В правительственной программе по туризму отражены задачи по реализации генерального плана туризма, межобластному регулированию, совершенствованию менеджмента, развитию инфраструктуры туризма. В аймаках Монголии разрабатываются собственные программы по развитию туризма. Например, утверждена «Программа о развитии экотуризма в Ховдском аймаке». Таким образом, внутренний рынок приграничных западных территорий Монголии готов перестроиться на активную деятельность в рамках туристической индустрии.

Список использованных источников:

1. **Бредихин, А. В.** Организация рекреационно-геоморфологических систем. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук / А. В. Бредихин. – М.:, 2008. – 28 с. [Электронный ресурс]: http://dibase.Ru/article/15092008_bredikhinav/full
2. **Иванов, А. В.** Западная Монголия – узловый регион Евразии / А. В. Иванов. – [Электронный ресурс]: Legend tour. http://www.legendtour.ru/rus/mongolia/text/western_mongolia_txt.shtml

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА АЛТАЕ: КРАСНОЩЁКОВСКИЙ РАЙОН КАК ПРИМЕР ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НОВЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ

Н. И. Горбачёва, А. В. Орлова

*Алтайский филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный
университет культуры и искусств»*

В современном периоде развития социума мир становится единым жизненным пространством. Наблюдаются интенсивные тенденции к глобализации: стирание всех границ как на уровне политики и экономики, так и на уровне культуры и искусства. При этом кросскультурные тенденции, развивающиеся во всех странах, продолжают сосуществовать с национальными особенностями развития. Человек, становящийся жителем мира и свободно перемещающийся из одной страны в другую, с одного континента на другой, интенсивно осваивает при этом своеобразный уклад жизни стран и территорий, ментальность отдельно взятых наций и народностей. В связи с новыми тенденциями на геополитическом пространстве активное развитие получает туристический бизнес как на уровне межгосударственном, так и на уровне освоения местного территориального пространства.

В этом отношении территории Алтайя представляют собой перспективнейший район для реализации туристических проектов разных видов и направлений. Краснощёковский район, расположенный в юго-западной части Алтайского края, в его предгорных областях, – одно из мест, которые начинают интенсивно осваиваться как рекреационные зоны для туристических экскурсий. В природном отношении район является интереснейшим местом России. Здесь есть все природные растительные зоны: горы и предгорья, степи, леса, реки, озера, рукотворные водохранилища, скалы, карстовые пещеры, курганы, остатки крепостей, редутов, составляющие когда-то Колывано-Кузнецкую оборонительную линию. Сохранились и Демидовские шахты. Отсутствие крупных промышленных предприятий и отдалённость от промышленных центров положительно сказывается на экологическом состоянии района.

Постановлением № 234 администрации Алтайского края от 13 апреля 1998 г. были объявлены памятниками природы гора Большой Монастырь с пещерой Бастион и гора Малый Монастырь с пещерой Водяная. На основании заключения экспертной комиссии государственной экологической экспертизы № 5 от 15 декабря 2009 г. ре-

шено вышеуказанные, особо охраняемые природные территории, объединить в единый объект.

Назначение означенного памятника природы является многопрофильным: научным; ландшафтообразующим; рекреационным; учебно-просветительским. Площадь памятника природы – 12,6 га.

Постановлением № 234 администрации Алтайского края от 13 апреля 1998 г. были объявлены памятниками природы пещера Кулибинская и родник Черный Камень. На основании заключения экспертной комиссии государственной экологической экспертизы № 5 от 15 декабря 2009 г. решено вышеуказанные, особо охраняемые природные территории, объединить в единый объект. Площадь, занимаемая памятником природы – 72 га.

Центр территорий – село Краснощёково, отметившее 260-летие. В настоящее время – это самое большое село района.

За последние годы разработано и внедрено в практику несколько интересных экскурсий на территории района.

К примеру, однодневный экскурсионный маршрут Краснощёково – Усть-Пустынка (пещеры). Маршрут очень насыщенный: проходит через живописные пещеры Загонная и Летучих мышей. Кроме того, маршрут включает в себя отдых на берегу реки Чарыш, конные прогулки, ознакомительный сплав по реке (2-3 часа). Экскурсанты имеют возможность посетить мастерскую местного художника-коллекционера берестяных изделий В. Н. Чаркина. Здесь можно приобрести уникальный по своим целебным качествам мед местного производства.

В следующем экскурсионном маршруте, который называется «Золотые прииски – Серебряная вода», участие могут принять как новички, так и опытные туристы. Переезды по маршруту осуществляются с использованием автотранспорта, что делает маршрут удобным, так как это позволяет подъезжать близко ко всем экскурсионным объектам. Экскурсанты могут увидеть заброшенную шахту, золотодобывающий карьер, родник «Лисицинский» с чудодейственными свойствами серебряно-золотой воды. Заметим, что маршрут является всезонным, действующим как в летний, так и в зимний периоды.

Одним из экскурсионных маршрутов стал маршрут Краснощёково – Усть-Беловская каменоломня. Центром экспедиции является экскурсия по каменоломне, отдых на берегу реки Чарыш, посещение частной мараловодческой фермы. Для желающих организуется рыбалка на реке с возможностью приготовления ухи на костре, а также обед, приготовленный, по желанию экскурсантов, в национальном колорите. Заключительным аккордом всего путешествия становится посещение

«Суетского фонтана». Кроме того, на территории Краснощёковского района расположен Тигирекский заповедник [4], который был создан 4 декабря 1994 г. для сохранения биоразнообразия тайги, среднегорья и высокогорья Алтая. Это один из самых молодых заповедников России. На всей территории заповедника запрещается любая деятельность, противоречащая задачам заповедника и режиму особой охраны его территории.

С каждым годом увеличивается количество желающих посетить уникальные заповедные места Краснощёковского района. Для успешного развития туристического бизнеса необходимы две составляющие: разнообразная реклама маршрутов по Алтаю; разработка новых экскурсионных направлений.

Силами студентов АФ МГУКИ был разработан и внедрён новый экскурсионный фототур «Золотой путь на Эльдorado», который пролегал через Краснощёковский район. При этом предложенный маршрут изначально планировался как фототур, что явилось инновацией в системе туристического бизнеса Алтая.

Процесс подготовки новой экскурсии довольно сложен, поэтому для успешного выполнения всех связанных с этим работ готовится обширный пакет документов, помогающих структурировать все данные, используемые в процессе работы: общие сведения об экскурсии и экскурсионных объектах, предполагаемых для ознакомления, контрольный текст всех составляющих экскурсии, подробная схема (карта) маршрута, «Портфель экскурсовода» (папка с фотографиями, схемами, картами, чертежами, рисунками, репродукциями, копиями документов, образцы продукции предприятий, другие наглядные пособия), методические разработки на тему туристического маршрута [1].

Подготовка новой экскурсии (экскурсионного маршрута) проходит, в обязательном порядке, три основных ступени. Предварительная работа (первая ступень) – подбор материалов для будущей экскурсии, их изучение (т. е. процесс накопления информации по теме, определение цели и задач экскурсии). Одновременно с этим происходит отбор объектов, которые станут центральным звеном всей экскурсии. Непосредственная разработка самой экскурсии (вторая ступень) включает в себя: составление экскурсионного маршрута; обработку фактического материала; работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, написание контрольного текста; работу над методикой проведения экскурсии; выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии; подготовку методической разработки новой экскурсии; написание и защита индивидуально

составленных текстов. Заключительная ступень – непосредственная защита экскурсии на разработанном маршруте. Необходимым является утверждение новой экскурсии руководителем экскурсионного учреждения, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте [2, 3].

В процессе работы была составлена подробная программа маршрута с указанием всех пунктов посещения, всех предполагаемых действий. Особо оговариваются услуги фотографа, который сопровождает экскурсантов на протяжении всего путешествия. В помощь экскурсантам была напечатана брошюра для демонстрации основополагающих составляющих фототура, приведены образцы фоторабот. После создания плана маршрута сделана подробная калькуляция тура, которая показала, что вся экскурсия может быть отнесена к разряду «эконом класса», что немаловажно в пределах Алтайского региона. Для того чтобы на протяжении всего маршрута не было проблем с нехваткой информации, не возникало длительных, скучных пауз, мы подготовили «Портфель экскурсовода» (условное наименование комплекта наглядных пособий, используемых в ходе проведения экскурсии). Успех проведения экскурсии находится в прямой зависимости от использованных в ней методических приемов показа и рассказа. Выбор того или иного методического приема диктуется задачами, поставленными перед экскурсией и информационной насыщенностью конкретного объекта. Например, для проведения экскурсии на «Демидовскую метку» мы выбрали метод зрительной реконструкции. Термин «реконструкция» означает восстановление первоначального вида чего-либо по легендам или письменным источникам. Сущность данного метода заключается в том, что словесным путем восстанавливается первоначальный облик объекта. При посещении карьера по добыче золота, необходимо, на наш взгляд, прибегнуть к помощи сотрудника ООО «Поиск», который профессионально подаст информацию о современных способах золотодобычи.

Во время следования по маршруту необходимо беседовать с экскурсантами на тему прошедшей экскурсии, узнавать их мнение, эмоции по поводу увиденного.

Одним из пунктов маршрута является село Краснощёково, по территории которого в обязательном порядке проводится пешая экскурсия, в которую входит посещение историко-краеведческого музея, местного православного храма, кафе, сувенирных магазинов. После прибытия к конечной точке путешествия, туристической базе «Эльдорадо», экскурсанты получают подробную информацию о базе, о вре-

мени её основания, о причинах выбора места для устройства туристического комплекса. База предлагает определённый набор услуг каждому желающему: баня и сауна, настольные игры, пешие прогулки, разнообразное меню с национальным колоритом и т. д. Вечером всех ждёт интереснейшее событие, экскурсанты участвуют в театрализованном представлении по сценарию, в основе которого – Алтайская горная легенда. Театрализованное действие – не только развлечение, но и погружение в национальные традиции. Подобный приём ещё не использовался на территории района ни в одном туристическом маршруте. Проекты театрализованного и событийного туризма могут включать в себя традиционно проводимые конкурсы, фестивали, национальные праздники, этнографические посиделки и т. д. Главное преимущество театрализованного действия перед обычной экскурсией – это активное и обязательное участие туристов в происходящих событиях. В социально-культурном туризме используется чаще всего одна из форм театрализованного действия – игровая. Возникающая игровая ситуация ставит человека в положение участника, а не зрителя. Экскурсия к родникам (Галый ключ, Чёрный камень, Горный ключ), питающим реку Иня, осуществляется во время краткосрочного сплава по реке, когда отдыхающие наслаждаются природными красотами, продолжая пополнять личный фотоархив.

Таким образом, в современном социокультурном пространстве требуется не просто разрабатывать новые туристские маршруты, но и включать в них инновационные составляющие.

Список использованных источников:

1. Экскурсионное дело : учебное пособие для бакалавров и магистров / Г. П. Долженко. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Ростов н / Д : Феникс, 2012. – 308 с.
2. **Емельянов, Б. В.** Экскурсоведение / Б. В. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с.
3. **Гулиев, Н. А.** Введение в специальность (Туризм) : учебное пособие / Н. А. Гулиев, Е. В. Кулагина. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2002. – 188 с.
4. Земля пещер и родников : путеводитель по Краснощёковскому району Алтайского края / сост. С. Н. Кузнецова. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Барнаул, 2010. – 72 с.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНЫХ И ВЫЕЗДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В РОССИИ ЗА 2001-2012 ГГ.

И. А. Колупанова

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

Росстат обнародовал данные по туристическому въезду-выезду за 2012 год. Всего в прошлом году россияне совершили за рубеж 47 млн. 813 тыс. поездок, это на 9,3 % больше, чем в 2011. С целью туризма наши сограждане съездили за границу 15332,1 тыс. раз. Это больше, чем в 2011 году, однако мы давно не наблюдали столь вялого роста на выездном рынке: увеличение составляет всего 5,8 %. В 2011 году, по сравнению с 2010 г., рост был 15 %, а средний показатель за последние 5 лет (с 2008 года) – 11 % [10].

Рейтинг, по-прежнему, возглавляет Турция: 2516,1 туристических прибытий из России. Можно сказать, страна упрямо цепляется за свое первое место: если по абсолютным цифрам ее догнать все еще сложно, то динамика турпотока ухудшается с каждым годом. В 2010 году рост въездного турпотока составил 20,4 %, в 2011-м – 13,3 %, а в 2012-м въезд в Турцию снизился на 6,2 %. Между прочим, эта цифра не так уж далека от показателя кризисного 2009 года, когда турпоток в Турцию показал минус 11 %.

Египет по итогам 2012 года взял реванш и вернулся на традиционное второе место, оттеснив на третье Китай. Российские туристы съездили в Египет 1 млн. 906,6 тыс. раз, рост 31,2 %. Напомним, что по итогам 2011 года это направление потеряло 34 % турпотока из России. То есть потеря почти отыграна, но уровня благополучного 2010 года Египет не достиг: тогда было почти на 292 тыс. прибытий больше. Доля продаж Египта турагентскими сетями более-менее стабильна и с 2005 года практически не изменилась: в 2005 году было 23,8 %, в 2012-м – 25,8 %.

Событием прошедшего года стал Тунис. Он прибавил в 2012 году около 43 % и даже на 15 % превысил показатель благополучного 2010 года. Конечно, его турпоток с египетским несопоставим (207,5 тыс.), но, в отличие от Египта, Тунис не только отыграл революционные потери, но и уверенно двинулся дальше, наращивая въездной поток.

Почти вернула российский турпоток и Япония. После трагических событий в марте 2011 года въезд в эту страну из России упал на 50 %. В 2012 году потерю удалось отыграть почти полностью: россияне совершили в Японию почти 25 тыс. поездок, это чуть меньше, чем в 2010, рост составил 89 % [3].

Таиланд поднялся с 5-го места на 4-е. Испания, выдающая всем туристам мультивизы, скакнула с 7-го места на 5-е.

Далее в десятке Германия (рост 1,5 %), Греция (12,7 %), Италия (осталась на уровне 2011 года). Хорошо показали себя ОАЭ, выросшие на 39,2.

Неожиданное «понижение» Финляндии: потеряв 44 % турпотока, она переместилась с 4-го сразу на 10 место. Но объясняется это, скорее всего, перераспределением въезда по целям прибытий. Потому что общий въезд из России в Финляндию вырос на 16 %, а частные поездки – на 39,6 %.

Самые впечатляющие темпы роста в 2012 году традиционно показали страны, которые пока не могут похвастаться большим количеством прибытий в абсолютных цифрах: Мексика прибавила 187,4 % (43,4 тыс. прибытий из России), Гонконг – 124 % (41 тыс.), Вьетнам – 92,4 % (149,7 тыс.), Япония – 89,3 % (24,8 тыс.), Бельгия – 55,3 % (43,5 тыс.) [3].

Данные по въездному турпотoku менее впечатляющи. Министрство культуры считает, что современная методика подсчета содержит много издержек и уже внесло в нее свои поправки. Предполагается, что методика будет изменена в скором времени. Сейчас же турпоток в нашу страну вырос на 10 % и составил всего 2,57 млн человек. Диапазон роста и спада по большинству стран варьируется в районе тех же 10 %.

Больше всего туристов в Россию в 2012 году приехало из Германии: 375,3 тыс. человек и плюс 8 % в сравнении с предыдущим годом. На втором месте Китай, отправивший в нашу страну более 343 тыс. туристов. В прошлом году проводился год российского туризма в Китае, результатом чего стал прирост туристских прибытий на 47 %. США дали России еще почти 180 тыс. туристов, что на 6 % больше, чем годом ранее. На столько же вырос турпоток из Великобритании: почти 136 тыс. туристов из этой страны посетили Россию в 2012 году [3].

Турпоток из Финляндии в 2012 году сократился на 10 %. Эта страна находится на пятом месте среди стран-доноров для нашей страны, и по итогам года Россию посетило 120,3 тыс. финских туристов. Стоит отметить, что как и в ситуации с Россией, общий поток финских граждан в нашу страну значительно превышает туристический: почти 1,4 млн прибытий и первое место в этой категории.

Наилучший рост количества туристических прибытий в 2012 году продемонстрировал Тунис (+ 66 %). Правда, в абсолютном выражении турпоток из Туниса составляет скромные 731 человек. На втором месте Куба. Граждане этой страны совсем недавно получили право

получать выездные визы, чем, очевидно, с удовольствием пользуются. Турпоток с Кубы в Россию вырос на 62 % и составил 2,5 тыс. человек. Для сравнения, в 2012 году Кубу посетило более 62 тыс. россиян [3].

Граждане Турции активно пользуются введенным в прошлом году безвизовым режимом с Россией. Турпоток вырос на 25 % и составил почти 101 тыс. человек.

Турпоток из Австралии в Россию вырос на значительные 33 %. По итогам 2012 года страна отправила к нам 33 тыс. туристов.

Турпоток из Франции (эта страна также является одним из главных доноров для России) вырос на скромные 5 %. По итогам года, Россию посетили 99,6 тыс. французских туристов. Французские туроператоры и их российские партнеры во многом винят российские визовые центры за рубежом: с их появлением виза становится дороже, а рассмотрение документов – дольше. Схожую ситуацию можно наблюдать по Испании, турпоток откуда неуклонно снижается. В 2012 году Россия не досчиталась 30 % испанских туристов: турпоток составил 70,3 тыс. человек.

Турпоток с Кипра снизился на 47 % и составил всего 2,2 тыс. человек. Негативную динамику показали также Греция (- 15 %), Норвегия (- 12 %), Швеция (- 13 %) и Эстония (- 10 %) [3].

Долевое распределение объемов по продолжительности туров в 2012 году: менее 7 ночей, 7 ночей, 8-14 ночей, 15-21 ночь. Большинство туристов приобретают туры с более 21 ночи проживанием 8 и 14 ночей. Однако с каждым годом растет доля коротких туров. Основной спрос на такие туры наблюдается 6 %, 12 % на европейских направлениях. Пребывание 7 % в течение 15-21 ночи чаще встречается на дальних направлениях. А туры на сроки 21 % более трех недель туристы чаще всего приобретают в Египет 54 % и, например, Болгарию [1].

Анализируя статистические данные выездных туристских потоков в Россию за последние 5 лет, можно сделать вывод, что выездной поток в России увеличивался с каждым годом, кроме 2009 г, когда был спад на 15 %. Затем в 2010 году выездной поток вновь увеличивается. В 2011 году мы видим увеличение потока на 15 % по сравнению с 2010 г. Туристский поток продолжает увеличиваться и в 2012 году. Но всего лишь на 9,3 % по сравнению с 2011 годом.

Начиная с 2000 годов и до настоящего времени выездной и въездной туризм в России развивается неравномерно. Показатели выездного туризма за 2001 г намного ниже, чем за 2002 г. А в 2005 году идет увеличение туристского потока по сравнению с 2003 и 2004 гг. Выезд россиян на отдых за границу в 2007 году подскочил значитель-

но – на 20,8 %. Во всяком случае, за последние годы похожая динамика была зафиксирована лишь в 2002 году (20,3 %). В 2008 г. статистика туристских выездов показывает, что поток увеличился на 24,3 %. Далее вновь идет снижение туристского потока за границу в 2009 г. На 32 % выросло число поездок россиян на отдых за рубеж в 2010 году. Выше результат был только в «юбилейном» 2000-м, когда выездной турпоток увеличился на 59,7 %. Затем процент выезжающих за рубеж россиян в 2011 г. повысился на 15 %. В прошлом году россияне совершили за рубеж 47 млн. 813 тыс. поездок, это на 9,3 % больше, чем в 2011. Но это не показатель увеличения роста, так как он составляет всего 5,8 %. Такого слабого роста не было давно. Так как средний показатель за последние 5 лет (с 2008 года) – 11 %.

Въездной туризм также испытывает и взлеты и падения. В 2002 году идет небольшое увеличение иностранных туристов в России, по сравнению с 2001 г., на 6,3 %. А в 2003 году поток иностранных граждан в Россию немного увеличивается, но затем в 2004 году вновь идет снижение турпотока. Наиболее существенное увеличение иностранных туристов наблюдается в 2008 году. Он увеличился на 7 % по сравнению с 2007 годом. Въезд иностранных туристов в Россию за 2009 год уменьшается на 15,3 %. Иностранные граждане в 2011 году совершили 2 млн. 336 тыс. поездок в Россию с целью туризма – на 9,5 % больше, чем в 2010 году. А в 2012 году турпоток увеличился только на 10 % и составил всего 2,57 млн человек. Диапазон роста и спада по большинству стран варьируется в районе тех же 10 %.

Таким образом, Россия находится на целенаправленном пути формирования цивилизованного, динамичного, конкурентоспособного сектора туризма и рекреации. Правительством утверждена федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)» Особенности современного этапа развития туризма в России определяются глубинными преобразованиями во всех сферах общественной жизни. В стране складывается рынок туристских услуг и разрабатывается новая государственная доктрина развития туризма. Расширяются международные туристские потоки и география туристских поездок. Возрождается внутренний туризм.

Список использованных источников:

1. Долевое распределение объемов продаж в 2012 г. [Электронный ресурс] / АТОР. Итоги 2012 года: выездной туризм. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/ATORUS/2012-15751891> – Заглавие с экрана.
2. Водные ресурсы России [Электронный ресурс] / Экосистема.ру. – Электрон.данн. – Режим доступа: http://www.ecosystema.ru/07referats/vod_resource.htm – Заглавие с экрана.
3. В 2012 году выездной турпоток в шесть раз обогнал въездной [Электронный ресурс] / Ассоциация туроператоров России. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/21183.html> – Заглавие с экрана.
4. Географическое положение [Электронный ресурс] / Природа России. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://rospriroda.ru> – Заглавие с экрана.
5. Жадность хуже визы [Электронный ресурс] / Российская бизнес – газета. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2005/09/20/turizm.html> – Заглавие с экрана.
6. Оценка факторов, влияющих на развитие въездного туризма в России [Электронный ресурс] / Журнал «Эго». – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://ego.uara.ru/issue/2012/03/06/> – Заглавие с экрана.
7. Почвенные ресурсы России [Электронный ресурс] / Nado5.ru. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.nado5.ru/e-book/pochvennye-resursy-rossii> – Заглавие с экрана.
8. Ресурсы России [Электронный ресурс] / Туризм и отдых. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.mondial.kiev.ua/12.html> – Заглавие с экрана.
9. Статистика туризма в России [Электронный ресурс] / RATA-news – ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. – Электрон.данн. – Режим доступа: http://www.ratanews.ru/rubricator/rubric_37.stm – Заглавие с экрана.
10. Статистические показатели по туризму [Электронный ресурс] / Федеральная служба по статистике. – Электрон.данн. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. – Заглавие с экрана.

СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ СИБИРСКОГО КАЗАЧЕСТВА НА АЛТАЕ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВВ.

В. В. Исеев

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

На протяжении всей своей истории алтайское казачество являлось неразрывной частью Сибирского казачьего войска. В составе различных экспедиций сибирские (томские, кузнецкие) казаки неоднократно бывали на Алтайской земле уже в XVII в., но только в XVIII в. по мере усиления военного присутствия России в прииртышском регионе появилась возможность возвести на Алтае ряд крепостей (Белоярскую, Бийскую и др.) Во второй четверти XVIII в. казаки сибирских городов переводятся на Алтай для защиты комплекса Кольвано-Воскресенских заводов и несения службы на Кольвано-Кузнецкой оборонительной линии. После перехода демидовских заводов в ведение Кабинета в 1747 г. и в связи с обустройством оборонительной линии, казаки стали жить на Алтае постоянно, в 1751 г. их насчитывалось здесь 1337 чел. С 1764 по 1771 г. на Алтае возвели новую линию укреплений, получившую название Бийской казачьей линии. Эта линия, наряду с Пресногорьковской и Иртышской, стала надёжной защитой русских земель на юге Западной Сибири [1].

В ходе колонизации Алтая шло формирование казачьей семьи, которая в последующем стала важной составляющей казачьего общества. На начальном этапе остро ощущалась нехватка женщин, что не позволяло создать нормальную казачью семью. Данная проблема в Сибирском войске решалась с помощью присылки на линии «колодниц», но нередким было и воровство невест из казахских родов. На Алтае вышеперечисленные действия встречались достаточно редко, приток женского населения происходил за счет перевода в казачество крестьянских и солдатских семей, а также браков казаков с представительницами этих семей. В 1846 г. на основании нового положения о Сибирском линейном казачьем войске стали казаками государственные крестьяне 42 селений Курганского, Ишимского, Омского уездов Тобольской губернии и Бийского уезда Томской губернии, последние непосредственно пополнили ряды алтайского казачества [2].

В первой половине XIX в. казачьи поселения на Алтае располагались прерывистой цепью от Усть-Каменогорска до Кузнецка. В 1848 г. участок линии Кузнецк – Бийск был упразднен, а казаки в количестве 3030 душ мужского пола обращены в государственных крестьян. Часть

казаков в составе 10-го казачьего полка перешли в Семиречье в связи с образованием в 1867 г. Семиреченского казачьего войска. Во 2-й половине XIX в. острота женского вопроса уже была неактуальной.

В 1879 г. из 6733 чел. (3233 муж. и 3500 жен.) казачьего населения Бийской линии 49,75 % (3350 чел.) состояли в браке, 43,1 % (2901 чел.) относились к группе холостяков и незамужних и 7,15 % (482 чел.) были вдовцами и вдовами [3].

Алтайские казаки со второй половины XIX века практически не вступали в родство с крестьянами и представителями более низких социальных сословий. При заключении брака они стремились брать жён только в казачьих станицах и посёлках. Выйти замуж за «мужика» или жениться на «мужичке» было событием неслыханным.

Достаточно полное представление об обрядах и обычаях свадьбы алтайских казаков даёт этнографический очерк Ф. Зобнина, совершившего поездку по Устькаменогорскому уезду в 1897 году. Несмотря на то, что к этому времени казачьи поселения Бийской линии не входили в состав уезда, историческое прошлое связывало их достаточно прочно. До 1878 г. посёлки Боровской, Секисовский, Верх-Убинский и Плоский входили в состав станицы Устькаменогорской [4].

Свадьба в казачьих селениях, подобно русской традиционной свадьбе, включала в себя множество обычных и обрядовых действий.

Все они группировались вокруг следующих главных моментов: сватовства, зарученья или рукобитья, девичника, бранья, большого стола, стола для дружки и поезжан и других хмельных и похмельных столов.

На сватовство отправлялись: отец, мать, крёстный, крёстная и другие родственники жениха. Чтобы сватовство вышло удачным, жених, а еще лучше сваха, по требованию обычая, садились в доме невесты напротив её матери и обычно произносили заученную фразу: «Не сидеть пришли, не стоять пришли! Пришли с добрым словом – со сватаньем!». Затем называли отца невесты по имени и отчеству и объявляли, что такой-то просит красную девицу себе в законные супруги.

Отец, как правило, своего согласия не давал и говорил, что об этом нужно спросить мать, невесту, «родство» и вообще, нужно подумать, так как это дело серьезное.

Получив такого рода ответ, сваты отъезжали от дома невесты, у которой тем временем собирался тайный совет из пожилых и ближайших родственников. Невеста в совете не участвовала. Решение своё совет объявлял невесте и, получив её согласие, выносил постановление – выдать девицу замуж.

Свобода выбора была особенно характерна для казачества Бийской линии, располагавшейся на территории Алтая, где никого «силком не женили» [5].

Затем наступал обряд зарученья, или рукобитья. Вновь появлялись сваты и устами свахи спрашивали: «Что было говорено, на чём окончили?».

Отец невесты отвечал: «Невеста желает, родственники присоветовали, пожалуйста вечером на зарученье!».

Получив положительный ответ, сваха брала руки отца и матери невесты. Родители невесты «выговаривали» подарки для себя, родственников и подъём для невесты.

В различных районах Устькаменогорского уезда и в зависимости от состоятельности жениха и невесты подъём мог составлять от 10 до 30 рублей, такая же сумма, как правило, определялась для подарков родственникам невесты.

Самыми распространенными подарками были: халат и сапоги (отцу невесты), сапоги (брату), отрез на платье (матери), шаль (сестре), платки (невестке) и пр. Сверх того, родители невесты выговаривали себе водки на отлив, начиная от четверти и заканчивая ведром.

В назначенный для девичника день в доме невесты готовилась парная баня. Появление жениха девушки встречали песнями, в ходе которых выпрашивали у него подарки. После этого невеста с подружками и приглашённой свахой отправлялись в баню.

Тем временем дружка торопил отца невесты с устройством девичника. Если жених и невеста жили в одном поселке, то дружка и поезжане перед девичником собирались в доме жениха, если нет, то на какой-нибудь квартире.

Отец невесты, пригласив на девичник своих родственников, общал («докладывал», как говорили казаки) об этом дружке, после чего тот с женихом и поездом направлялись к невесте, неся с собою выговоренные на зарученье подарки и вино.

Подойдя к двери, дружка трижды «творил Иисусову молитву» и дождавшись, когда отец невесты ответит «аминь» входил в избу с женихом и поезжанами. Остановившись в комнате, дружка просил родителей невесты благословить собравшихся на застолье, после чего все усаживались за столы. Сваха брала невесту за руки и вела ее за стол к жениху.

Активную роль по-прежнему играл дружка. С его подачи отец невесты угощал пивом или вином своих родственников, начиная с ближайших и старших. Следуя его примеру, дружка также брал «мер-

ки» (стаканчики), наливал вино и обносил гостей, предварительно угостив отца невесты.

После того как начало было положено, далее всё шло своим чередом, пока каждому приглашенному не попадало до пяти или шести мерок. Обнести всех гостей пивом и вином один раз считалось рядовой, поэтому в дальнейшем счет шёл рядовками. Вино и пиво на этот раз подавал жених, а с невестиной стороны полагались закуска и чай. В некоторых поселках сибирских казаков было принято, чтобы сваты до тех пор угощали невестину родню, пока невеста не скажет: «Довольно!». Гости сидели за столами до тех пор, пока не подадут курник. Как только на столе появлялось это блюдо, гости спешили благодарить отца с матерью за угощение и покидали столы.

Ф. Зобнин утверждал, что «во всей Западной Сибири, от Урала до стен недвижного Китая, простой народ на всех торжественных обедах смотрит на курник как на конец обеда, и даже сложил поговорку: «Курник – выгонщик из-за стола долой!».

Жених из-за стола шёл за невестой, удалившейся по требованию свадебного ритуала с глаз собравшейся публики в куть. Здесь он одаривал её шалью, головным убором, ботинками и серьгами. Вслед за женихом к невесте подходил дружка, за ним поезжане. Определенных указаний насчет подарков не существовало: каждый решал этот вопрос, исходя из своих возможностей. После одаривания невесты подносили подарки её родителям, братьям и сестрам, как это было условлено на рукобитье.

Когда и эта процедура заканчивалась, отец и мать невесты приглашали жениха на «переходины». Жених спешил домой, чтобы встретиться и принять будущего тестя и тещу с родством. Здесь он подносил всем гостям по рюмке вина и затем вновь возвращался к невесте и окружающей её молодежи, предаваясь веселью, песням и пляске.

Во время девичника, когда гости и поезжане сидели за столами, девицы, окружающие невесту, составляли хор и пели установленные обычаем песни, за которые гости должны были дарить девицам деньги.

Накануне того дня, когда по предварительной договоренности должны были состояться браньё и поездка в церковь, поезжане собирались в доме жениха. Мать жениха топила баню, в которой мылись и парились все поезжане вместе с женихом.

По возвращению из бани дружка вновь обращался к родителям: «Благодарим, батюшка и матушка, за баню парную, за воду ключевую, за веники шёлковые!». После этих слов угощали поезжан, затем гото-

вились лошади, сбруя, экипажи для поездки на следующий день к невесте и в церковь.

Поутру поезжане и родственники собирались на «проводины». Прежде чем отправиться в путь, жених должен был получить благословение родителей. С этой целью дружка обращался к родителям жениха: «Батюшка родимый, матушка родимая! Умели своего чада милого поить и кормить, обувать, одевать, на работу посылать, умеете благословить в путь-дороженьку во матушку Божию церковь под златой венец стать, закон Божий принять!». Отец и мать отвечали: «Бог благословит!» – и приступали к благословению жениха. С этой целью они шли за стол, брали икону, хлеб-соль и через стол поочередно благословляли жениха иконой и хлебом-солью. В момент благословения полагалась пальба из ружей в комнате и во дворе.

После благословения дружка выводил жениха и поезд во двор и, обращаясь к собравшейся толпе, говорил: «Батюшка родимый и матушка родимая, старые старички – седые бородушки, старые старушки, молодые молодцы и молодые молодухи, красные девицы-озорные мастерицы, горшечные пагубницы, материны досадницы, маленькие ребятки – синеньки заплатки, об...анны пятки! Благословите нас в путь во дороженьку, во матушку во Божию церковь, под златой венец стать, закон божий принять!». Толпа хором отвечала: «Бог благословит!». Вновь раздавалась ружейная стрельба. Поезд двигался в следующем порядке: впереди дружка с полудружьем, за ними бояре, далее жених с тысяцким и, наконец, сваха с повозником. Здесь необходимо упомянуть, что поезжане в этот день одевались на особый лад. У всех поезжан на шее была шаль, которая, скрестившись на груди, затыкалась концами сзади. Дружка помимо скрещённой шали имел плеть за опояской.

При въезде на невестин двор дорогих гостей встречала невестина сваха с рюмками вина, которым она угощала приезжих, а затем оставляла их. Отец невесты преграждал вход в дом, удерживая дверь изнутри. Дружка, встав перед дверью, трижды творил «Иисусову молитву», и после того как отец невесты произносил «аминь», а дружка отвечал «Аминь спасет и помилует» – все входили в дом.

Здесь приезжие находили невесту за столом. Рядом с ней сидела сваха (крёстная невесты), повозник – по возможности брат невесты и девицы – подруги невесты, помогавшие ей шить наряды и приданое, а также оплакивать девичество.

Совершался так называемый «выкуп косы». Дружка брал в руки плеть и, страшая ею, пытался выгнать из-за стола телохранителей не-

весты. Сначала он набрасывался (шутя) на повозника: «Ты зачем сюда попал? Пошёл прочь, иначе задеру!» Тот как умел, защищался, но с места не сходил. Дружка шёл на хитрости; подносил повознику стакан вина, но тот отказывался. Тогда дружка прибавлял к вину рубль денег за «косу», и повозник, становясь мягче, пил вино, брал деньги и выходил из-за стола.

Договорившись с повозником, дружка обращался к девицам: «А вам чего надобно? Чего ждете?» – «Нам нужно за работу» – отвечали девицы. Стоимость подарков для девиц или небольшая сумма денег заранее определялись отцом невесты на зарученье, и потому желания девиц дружке были давным-давно известны, но он всё-таки пробовал отделаться стаканом вина, который и подносил девицам. Затем, уже видя, что хитрость не действует, давал условные деньги или подарки. Девицы пили вино из общего стакана, брали деньги и выходили из-за стола, покидая невесту.

Очистив место, дружка заводил свадебный поезд за стол и усаживал жениха рядом с невестой. Начиналось угощенье. Сначала угощали отца и мать невесты, а затем раздавали подарки и деньги – отцу 3 рубля, матери на платье и т. д. Одарив кого нужно, дружка спрашивал: «Батюшка родимый, матушка родима! Просим указать, кто родом выше, сердцу ближе, зелена вина подать, гостей угостить, чтоб веселее говорить!».

К этому желанному времени в доме невесты собирались все родственники невесты, а также посторонние зрители. Дружка угощал невестину родню, старых и малых – эти последние, если не могли выпить, отливали себе поднесённое вино в запасную посуду, а после этого обносил вином посторонних зрителей. В этом случае полагалось обнести не больше трех раз.

Окончив угощенье, дружка спрашивал: «Все ли, гости, довольны?». Сват отвечал: «Довольны!», и дружка направлял дело дальше. Он опять творил «Иисусову молитву» и затем просил родителей благословить невесту и жениха в тех же самых выражениях, в каких он обращался к родителям жениха выше.

Для получения благословения жених и невеста выходили из-за стола на особый войлочек или коврик перед столом, а родители заходили за стол и оттуда благословляли образом и хлебом-солью. По окончании благословения весь свадебный поезд выводился дружкой во двор или на улицу к экипажам, невесте помогал усаживаться жених, а свахе – тысяцкий.

Когда поезжане усаживались, дружка с полудружьем трижды обходили вокруг лошадей, читая при этом «воскресную молитву», которая считалась верным средством для изгнания нечистой силы. Затем, выяснив, все ли на месте, давалось распоряжение о выезде.

При отправлении в церковь поезд следовал в таком порядке: дружка с подружьем, бояре, тысяцкий с женихом и невеста со свахой и повозником. При возвращении порядок изменялся – молодые ехали вместе, а тысяцкий со свахой.

У крыльца отец и мать ещё раз благословляли новобрачных.

Затем дружка произносил: «Батюшка и матушка! Благословите в нову комнату зайти!». «Бог благословит», – говорили родители, и поезд заходил в дом за накрытый стол. Дружка угощал вином, затем полагался чай, окончив который дружка говорил: «Батюшка родимый, матушка родима! Благословите косу надвое раздвоить». Отец и мать благословляли. Свахи плели «молодухе» две косы, потом надевали наколку (в прежнее время голову завязывали косынкой).

Подобное «окручивание» молодой происходило скрытно от зрителей, под прикрытием растянутой шали. По окончании «окручивания» молодых открывали, подавали зеркало и спрашивали: «Посмотрите, стоите ли один другого?». Молодые смотрели и затем целовались, а собравшиеся приветствовали их криками: «Стоют, стоят!».

Пока совершалось «окручивание», повозник отправлялся в дом невесты за постелью, которую затем готовили свахи. Дружка обращался к родителям: «Батюшка родимый, матушка родима! Благословите нашего молодого князя с молодой княгиней на законную ложу положить!».

В конце XIX – начале XX века целомудрие невест уже не рассматривалось как обязательное требование. В различных районах Сибирского войска многочисленные документы свидетельствуют об активной добрачной жизни молодых казачек. На Алтае в станице Чарышской, в состав которой входило 5 населенных пунктов в 1899 году, родилось 167 детей, в том числе 4 от «незаконного сожительства» [6]. В 1900 году из 202 детей незаконнорожденными были уже 8 [7].

После брачной ночи молодые созывали родственников с той и другой стороны. Главный стол в этом пиршестве составляли молодые и их родители. Им прислуживал сам дружка. После некоторого угощения, 3-4 рядовок, молодые выходили из-за стола и брали вино. Первоначально подносили вино отцу молодого и его матери. Отец пил и дарил приданое, как правило, лошадь, мать – корову; такие же подарки дарили тесть и теща. Ближайшие родственники новобрачных подноси-

ли в приданое: теленка, овечку, деньги, а то и курицу. Всё зависело от степени зажиточности и личного отношения к новобрачным. Затем обносили поезжан. Поднося рюмку, молодые кланялись в землю и стояли в поклоне до тех пор, пока принявший вино не назначал приданого. Подав рядовую, молодые снова садились за стол. Когда угощение заканчивалось, невестина сторона говорила: «довольно». После этого наступала очередь угощать вином для поварихи. Ей давали мелкие деньги – копейку, три копейки.

Описанное пиршество называлось большим столом. В это время полагалось ставить на стол следующие кушанья: холодное, курники из мяса и свиного тука, убранные цветной бумагой; жаренное мясо, жареных гусей, уток, поросёнка, убранного цветной бумагой; картофель, залитый яйцами; пряженики (пирожки с мясом), пашкетки (пирожки с разными ягодами), пирожки из яиц, моркови, брюквы. Затем подавались различные горячие блюда: похлебки из мяса, свинины, птицы – всего не менее трёх похлёбок. Печенье на масле с чаем.

На другой день после венчания гости собирались к похмельному столу. Угощением и на этот раз занимались дружка и поезжане, необходимую принадлежность похмельного стола составляли пельмени.

По окончании всего этого длительного свадебного праздника обе стороны созывались молодыми на расхожий стол. Здесь отец молодого благодарил своих родственников и особенно нового свата, что помогли ему устроить и сыграть свадьбу как следует, по закону.

Все церемонии согласной (законной) свадьбы требовали от семьи жениха значительных расходов, которые в среднем составляли сумму в 100 рублей. Расходы складывались из следующих статей: подъём невесте – 15 рублей. Дары: тестю – 5 руб., теще – 2 руб., братьям невесты – 2 руб., сёстрам – 3 руб., невесте – платье, шаль, наколку, ботинки. Водки и наливки: 6-7 вёдер. Мясо и масло. За венчание причту 7 руб. Чай и сахар 2 руб. и прочее [4].

Свадьба являлась начальным этапом супружеской жизни, на протяжении которой формировалась казачья семья, имевшая для казака поистине святое значение.

Как правило, молодожёны через некоторое время после свадьбы отделялись от родителей и начинали жить своим домом. На Алтае в начале XX века совместное проживание с родителями никогда не длилось более 8-10 лет. У сибирских казаков господствовали малые семьи, состоявшие из супружеской пары (иногда также престарелых родителей мужа) и детей. Большие семьи, объединявшие родителей, их женатых сыновей, внуков составляли меньшинство. В конце XIX – начале XX

века по мере развития капиталистических отношений у сибирских казаков наметился процесс дробления семей. В станице Чарышской в 1899 году насчитывалось 606 семей, из которых 60 состояли из двух человек, 56 – из трёх, 76 – из четырёх, 103 – из пяти, 83 – из шести и 228 из семи человек [4]. Происходящие перемены подробно фиксируются анкетами сельскохозяйственной переписи 1917 года. Согласно этим данным в период с 1862 по 1917 гг. произошло 518 выделов казачьих хозяйств. Интенсивность этого процесса была следующей: 1862-1885 гг. – 20, 1886-1899 гг. – 117, 1900-1913 гг. – 331, 1914-1917 гг. – 48 выделов.

Представленные данные свидетельствуют о нарастающем процессе дробления казачьих семей, который был приостановлен Первой мировой войной.

Рассмотреть молодую казачью семью можно на примере посёлка Бобровского станицы Верх-Алейской. Средний брачный возраст для мужчин составлял 24-25 лет, для женщин 21-22 года.

Экономическая мощь молодых семей была невысокой. Так, например, семья Андреевых (Василий и Ирина, дочь Елена) после 2-х лет совместного проживания с родителями выделились в самостоятельное хозяйство в 1912 г. В 1917 г. они имели 2 лошадей, 2 коровы, овцу и свинью, 10 дес. пахотной и 2 дес. покосной земли. Засевали 1,3 дес. (0,9 дес. яровой пшеницей, 0,3 дес овсом и 0,1 дес. картофелем). Сельхозинвентарь (плуг и борону) глава семьи Василий Андреев арендовал у родного брата.

На Бийской казачьей линии в этот период времени проживали 12096 человек казачьего населения, представлявшие 2100 хозяйств. В среднем на 1 хозяйство приходилось 5,8 человек, т. е. казачья семья составляла в среднем из 6 человек. Большие семьи пользовались всеобщим уважением и являлись гордостью казачьих поселений. Так, например, в станице Терской проживал глава многочисленного семейства 61-летний казак Иван Ерофеевич Казанцев. Вместе с ним проживали его жена, брат, 4 сына, 4 снохи, 3 внука, 6 внучек и работник – всего 21 человек [1].

Революция 1917 года и последовавшая за ней братоубийственная Гражданская война нанесли казачьей семье непоправимый удар, разрушив многие традиции и обычаи, которые нашли своё отражение в казачьей свадьбе.

Список использованных источников:

1. **Исаев, В. В.** Казачество Бийской линии в революции и Гражданской войне: Монография / В. В. Исаев. – Барнаул, 2004. – С. 4-5.

2. ГАОО. Ф. 67. Оп. 1. Д. 525. Л. 19-20.
3. ГАОО. Ф. 67. Оп. 1. Д. 1305. Л. 308-310.
4. Памятная книжка Семипалатинской области на 1900 г. – Семипалатинск, 1900. – Вып. 4. – С. 1-24.
5. **Миненко, М.** «Жена мужа бьёт – не на худо учит» // Родина. 2004. – № 5. – С. 118.
6. ЦХАФ АК. Ф. 216. Оп. 1. Д. 26. ЛЛ. 17-19.
7. ЦХАФ АК. Ф. 216. Оп. 1. Д. 31. ЛЛ. 15-16.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ АГРОТУРИСТСКИХ КОМПЛЕКСОВ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

*А. А. Кочеткова, А. Н. Дунец
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова*

С 2009 г. органы власти в Алтайском крае начали целенаправленно заниматься развитием сельского туризма. Была принята ведомственная целевая программ по развитию этого вида туризма. Она направлена на повышение уровня жизни сельского населения путем увеличения количества форм занятости и самозанятости селян, роста доходов на основе развития сельского туризма.

Однако сельский туризм является особым видом туризма. Наличие гостевых домов еще не определяет успешность развития этого вида бизнеса. Кроме разнообразных туристских ресурсов, для данного вида туризма интерес представляет сельскохозяйственная деятельность. Объекты экскурсионного показа и анимационно-досуговая деятельности могут быть связаны со спецификой организации сельского хозяйства и историко-культурного наследия. Важно, чтобы органы местного самоуправления обеспечивали координацию этой сферы хозяйства. Таким образом, успешность развития сельского туризма связана с комплексным подходом к его организации в селе или административном районе [1].

Агротуристский комплекс формируется как сочетание организаций и физических лиц, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей в агротуризме и включает в себя взаимосвязь сельских гостевых домов, владельцев туристских ресурсов, организаций, оказывающих туристско-экскурсионные услуги, агропредприятий, представляющих туристский интерес, и органов управления, координирующих сферу сельского хозяйства и туризма [2].

Алтайский край славится сельскохозяйственной продукцией на всю страну. Наши фермеры выращивают пшеницу, занимаются разведением домашних животных, производят вкусный и полезный алтайский мёд, сыр и многое другое.

На базе фермерских и приусадебных хозяйств в селах края создано около 100 сельских гостевых домов, обслуживающих туристов. Пока развитие этого вида деятельности наиболее успешно получило распространение в Алтайском, Солонешенском, Краснощековском, Чарышском, Змеиногорском, Курьинском и Смоленском районах. Именно здесь есть хорошие перспективы для развития агротуристских комплексов, при условии взаимодействия сельских гостевых домов с органами местного самоуправления, учреждениями культуры и другими заинтересованными лицами [3].

Территория этих районов славится не только своими природными, но и культурными объектами.

На территории Алтайского района имеется крупнейший в крае садоводческий комплекс «Мичуринец», в котором произрастают яблоки, груши, сливы и другие виды фруктов. На базе садоводства налажено производство вина, в том числе из винограда. Также на территории района имеется страусиная ферма, маральники. Алтайский район знаменит своими пещерами (Тавдинские, Геофизическая, Алтайская), красавица Катунь дает возможность заняться водными видами спорта, а окрестности озера Ая расскажут туристам множество легенд.

Солонешенский и Чарышский районы хранят в себе историю народа, проживающего на этой территории много сотен лет назад. До наших дней сохранились такие памятники истории, как «Царский курган» и «Денисова пещера», представляющие особую ценность в истории края. В этих районах хорошо развито мараловодческое хозяйство, которое является изюминкой в развитии туризма на этой территории. Горные реки Чарыш, Песчанная, Ануй пригодны для сплавов. В районах имеются заказники, самый знаменитый из которых «Каскад водопадов на реке Шинок». Фонды сельских районных музеев насчитывают большую коллекцию экспонатов об истории, археологии и культуре районов.

Достопримечательности Краснощековского района известны еще со времен путешествия Палласа П. С. на Алтай в 1786 году, когда им была впервые описана в литературе пещера «Летучих мышей». На территории района много объектов, представляющий интерес как для археологов, так и для спелеологов, экологов, ботаников, историков. Здесь добывается известная на Алтае марка столовой воды «Золотая

алтайская». Источники Краснощековского района богаты ионами серебра. Сельские гостевые дома предлагают мастер класс по изготовлению народных инструментов, и знакомят туристов с местными достопримечательностями. Очень часто можно встретить такой вид досуга, как купание в проруби.

Особую привлекательность для туристов в сельской местности придают известные люди, некогда проживавшие в той или иной деревне. Например, Курьинский район – родина генерального конструктора стрелкового оружия, Дважды Героя Социалистического Труда Михаила Тимофеевича Калашникова. Здесь находится Колыванский камнерезный завод, знаменитый на весь мир «Царицей ваз», которая хранится в Эрмитаже. Начальная история завода тесно связана с развитием горно-рудного дела на Алтае. Славу и известность району в сфере сельского хозяйства принесли овцеводы, внесшие решающий вклад в создание алтайской тонкорунной породы овец.

Историко-культурные ресурсы Змеиногорского района также представляют большой интерес. На территории района имеется два памятника регионального значения: гора Ревнюха и озеро Колыванское. Район богат историческим наследием – на территории района обнаружено 74 памятника истории и археологии: курганы, могильники, курганные группы, каменоломни, древние поселения. Среди известных объектов отметим также Музей истории развития горного производства на Алтае, гора Змеиная, где добывали серебро и золото царской казне и была построена первая в России железная дорога. Основу средств размещения в районе составляют гостевые дома, предлагающие широкий спектр дополнительных услуг.

Большую известность среди туристов Советскому району Алтайского края придал находящийся в районе государственный заказник «Лебединый», расположенное здесь озеро «Лебединое» служит естественным местом зимовки лебедей. Зимой температура воды в озере 5-6°С. Гора Бабырган является памятником природы. С ее вершины открывается великолепная панорама всхолмленных равнин с одной стороны, и гор Алтая – с другой. Это удивительная гора, овсянная легендами и хранящая немало тайн и загадок. Советский район – один из немногих в Алтайском крае, который занимается промышленным возделыванием облепихи.

Это лишь небольшая часть районов Алтайского края, обладающая высоким потенциалом для развития сельского туризма. Помимо природных, исторических и сельскохозяйственных факторов, влияющих на развитие сельского туризма, необходимо отметить наличие

высших учебных заведений, занимающихся выпуском специалистов в сфере туризма, сельского хозяйства и сервиса. Наличие квалифицированного персонала – одно из условий успешной работы.

Чтобы сельский туризм действительно стал устойчивым, необходимо рассматривать его как комплексное и многогранное явление. Каждый владелец гостевого дома должен рассматривать аграрный туризм не только с позиции своих личных интересов, но и с точки зрения решения общей задачи туристского места, то есть с позиции развития сельской территории в целом.

Владельцам сельских гостевых домов необходимо принимать активное участие в культурной жизни села, туристских ярмарках, сотрудничать с туристскими фирмами для рекламирования своего турпродукта на рынке туристских услуг. Примером может служить ежегодная туристская выставка «Алтай – тур, Алтай – курорт», в рамках которой возможно будущее развитие туризма в районах путем объединения сил владельцев гостевых домов, администраций районов, представителей краеведческих сельских музеев и сельскохозяйственных предприятий.

Алтайский край богат природными и историко-культурными ресурсами. Их рациональное использование возможно реализовать при условии взаимодействия заинтересованных субъектов в рамках агротуристских комплексов. Перспективы их формирования в Алтайском крае связаны с созданием координационного совета по развитию сельского туризма в Алтайском крае, разработкой системы межведомственного взаимодействия для решения правовых, организационно-методических, кадровых и информационно-консультационных проблем на уровне административного района.

Список использованных источников:

1. **Здоров, А. Б.** Агротуристский комплекс: формирование и развитие: монография / А. Б. Здоров. – М. : Логос, 2011. – 211 с.
2. **Дунец, А. Н.** Взаимодействие субъектов сельского туризма в регионе // Российский журнал устойчивого туризма. – №2. – 2012. – С. 26-29
3. Сельские гостевые дома Алтайского края: каталог: информационно-справочное издание/ под ред. А. Н. Дунца. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2012. – 48 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ПРАВОБЕРЕЖЬЯ ОБИ У ГОРОДА БАРНАУЛА

А. Н. Дунец, В. В. Исаев
Алтайский государственный технический
университет им. И. И. Ползунова

Пригородные территории имеют важное значение для удовлетворения рекреационных потребностей жителей городов. Использование пригородной зоны Барнаула – административного центра Алтайского края – отличается большим разнообразием. Однако так как город находится на левом берегу Оби, именно левобережье длительное время имело преимущественное рекреационное освоение. Рассмотрев тридцатикилометровую прилегающую территорию к Барнаулу, мы попытались выявить основные привлекательные рекреационные ресурсы.

Правобережье Оби – один из древнейших районов, освоенных человеком еще в первобытную эпоху. Первые русские поселенцы, проникшие на территорию современного Алтайского края в первой половине XVIII века, первоначально осели на правобережье Оби, где и возникли первые населенные пункты. Освоение данной территории позволило в последующем продвигаться в южные районы Алтая.

С правобережьем Барнаул связан двумя мостами через реку Обь. Железнодорожный мост в районе Барнаула был построен в 1915 г. при строительстве Туркестано-Сибирской железной дороги (Новониколаевск – Семипалатинск). **«Старый» автомобильный мост** построен в **1959 г.**, а **«новый» в 1997 г.** В связи с открытием **Нового моста**, соединяющего Центральный район города с правым берегом реки, значительно возросло рекреационное освоение правобережья.

Новый Обской мост в значительной мере решил проблему транзитного транспорта, направив поток из южных районов края, со Змеиногорского тракта, в направлении на Новосибирск (и обратно) в обход Барнаула. Особое значение новый мост и дорога имеют для жителей поселка Затон, сел Фирсово, Бобровка, Рассказиха.

Акватория Оби, полноводной широкой реки, осложнилась транспортно-промышленным сооружением – железобетонным мостом на 8 опорах. Остров Помазкин, плоский, песчаный, покрытый кустарником и разнотравьем, являющийся зоной отдыха для барнаульцев, рассечен на две части высокой насыпью правобережного подхода к мосту. Живописный правый рукав Оби оказался перекрытым той же насыпью.

Правобережная пойма с ровной и сегментно-гривистой поверхностью с разнотравно-злаковыми лугами (сенокосные угодья), кустарниковыми зарослями, с пойменными озерами, болотами и старицами осложнилась широкой транспортной артерией с многорядными сосновыми посадками по обеим ее сторонам. На участке поймы, где разместились песчаные карьеры, сформировались озера, создав новый своеобразный ландшафт участка, ставшего зоной отдыха. От с. Фирсово до автодороги пролегла дамба, отсыпанная из щебня гранита, став характерным элементом ландшафта этого участка. Изменилась конфигурация р. Лосихи и протоки Талой, соответственно изменилась гидрологическая составляющая пойменного ландшафта [1].

С моста открывается широкая панорама на крутой и обрывистый левый берег крупнейшей реки Сибири – Оби. Правая часть долины занята обширной поймой реки Оби, имеющей ширину 10-15 км. Пойма изрезана старицами, заболочена, покрыта кустарниками и заливными лугами. Весной пойма заливается. Река Обь судоходна, ее берега – прекрасное место отдыха и рыбалки. Прирусловая часть поймы представлена несколькими параллельными руслу реки песчаными гривами, обычно заросшими ивами и тополем. Центральная пойма состоит из целой системы дугообразных грив, расположенных поперечно к долине.

На территории, прилегающей к мостовому переходу, на сегодняшний день образованы два пляжа: общественный городской и частный платный.

Городской пляж достаточно чистый с выровненным песком на 50 м от кромки воды. Вход в воду ровный, без ям и обрывов, дно песчаное. Вода в реке в районе городского пляжа теплее, чем в основном русле Оби, потому что глубина небольшая – в среднем 2,1 м.

Дорога к городскому пляжу находится в плохом состоянии: неровное асфальтовое покрытие, густая зелень, нетронутая рукой человека, создает не только тень, но и риск столкнуться со встречным транспортом.

Платный пляж, под названием «Водный мир», также находится на реке. В отличие от городского пляжа серый песок здесь специально отмыт, чтобы глинистое обское дно не доставляло неудобств отдыхающим. На пляже есть детская акватория, медпункт, бар, кафе, на берегу дежурят спасатели.

Новым объектом у мостового перехода в настоящее время стал яхт-клуб. По замыслу организаторов, это будет элитный яхт-клуб с гостиницей и т. п., рассчитанный на 15-20 катеров.

Приобский бор, являющийся одним из украшений пригорода Барнаула, расположен преимущественно на третьей и четвертой песчаных террасах древнего русла р. Оби. В приобских борах издавна производится промышленная лесозаготовка. Бор представлен сосново-березовым лесом. В центральной части бор сильно заболочен. Высокие гривы и бугры с лесом сменяются глубокими и обширными понижениями с топкими травяными болотами и озерами. Склоны грив и бугров покрыты смешанными лесами. Сухие южные склоны, а также равнинные участки около сел (Бобровка, Фирсово, Рассказиха) заняты сосново-березовыми и сосново-осиново-березовыми лесами. Более крутые холодные северные и влажные склоны поросли молодыми лесами из осины и березы с густым кустарником и травостоем.

При движении от центра к окраинам Верхне-Обского массива идет постепенное повышение и выравнивание местности, что приводит к усилению роли сосны и уменьшению роли березы и осины.

Средне-Обский бор более сухой, меньше имеет болот и озер. Господствует сосновый лес, древостой сравнительно молодой.

Населенные пункты правобережья Оби, имеющие познавательное значение, располагаются в транспортной доступности друг от друга.

Город Новоалтайск имеет краевое подчинение, является административным центром Первомайского района. Население 70,5 тыс. чел. (1 января 2011 г.). В состав городского округа входят: рабочий посёлок Белоярск (с 2004 года), станция Боровиха, посёлок Новогорский, станция Присягино, посёлок Токарево (образовался из деревни Чесноковки). Первые достоверные сведения о ней относятся к 1745 г. В 1763 г. учтено 84 муж. души, в 1893 г. насчитывалось 182 двора, 979 жителей. В 1913 г. образована станция Алтайская как начальный пункт железной дороги на Бийск от магистрали Новониколаевск – Семипалатинск. Станционный посёлок слился с деревней Чесноковкой. В 1942 г. Чесноковка была преобразована в город районного подчинения, а в 1962 г. населённому пункту присвоено новое название – Новоалтайск [5].

В 1971 г. в городе создан Новоалтайский краеведческий музей по инициативе В. Я. Марусина – Почётного гражданина города, кавалера ордена Ленина. Разделы экспозиции музея: «Визитная карточка города»; «История места, где мы живём, с древнейших времён до конца XVIII века»; «Традиционная культура, занятия и быт крестьян XIX – начала XX вв.»; «Новоалтайск – век XX-й».

Крупнейшим предприятием Новоалтайска является ОАО «Алтайвагон» – единственный за Уралом и один из крупнейших в России заводов по производству железнодорожного грузового подвижного со-

става. Предприятие занимается разработкой и изготовлением новых моделей, а также осуществляет деповской и капитальный ремонт грузовых вагонов.

Село Белоярск с 2004 года входит в состав Новоалтайского городского округа. Белоярск основан в 1717 г. как острог на правом берегу Оби. Начало Белоярску положила Белоярская крепость, которая просуществовала до 1763 г., затем за ненадобностью была разобрана. К тому времени, поодаль крепости, появился посёлок Белоярск. Там жили казаки, получившие земельные участки. В 1850 г. в Белоярске был построен старообрядческий храм святых Петра и Павла. Он просуществовал более ста лет, пережил три пожара и окончательно сгорел зимой 1958 г. [6].

Через Белоярск проходят две линии железной дороги, с четырьмя останочными пунктами. С северо-восточной стороны вблизи посёлка проходит федеральная автотрасса М52 и берет начало трасса Р374 «Белоярск - Заринск».

Село Бобровка находится у впадения р. Бобровка в Бобровскую протоку Оби. На месте села ранее находился татарский аул. Старожилами были найдены захоронения, гончарные изделия. Когда здесь появились переселенцы, татары ушли. Археологические объекты (захоронения, стоянки) отмечены в центре села и в настоящее время разрушены.

С XVIII в. лес окрестностей с. Бобровка стал использоваться для разных нужд. Особое значение имел лес как источник древесного угля для Барнаульского завода. Для этой цели начали вырубаться леса с 1740-х гг. Вырубки проводились ближе к месту вывозки.

В Гражданскую войну в Бобровке был организован партизанский отряд. Для его ликвидации направили белогвардейский отряд, но прибыв на пароходе к селу, белые были обстреляны и подойти к берегу не смогли. Они сошли на берег у с. Рассказиха. Продвигаясь к Бобровке, белогвардейский отряд натолкнулся на местного жителя Федора Степановича Гуляева, который согласился показать им кратчайшую дорогу на Бобровку. Стремясь спасти односельчан от неминуемой расправы, Гуляев повёл белый отряд согрой и болотами. Белогвардейцы начали тонуть и вязнуть, а Гуляев сумел убежать и предупредить жителей села о приближающейся опасности. После войны Гуляев Ф. С. по решению схода сел Рассказиха и Бобровка съездил в Москву, встречался с Лениным и Буденным. За совершенный подвиг ему была присвоена фамилия Гуляев-Сусанин.

Алтайский лесной селекционно-семеноводческий центр, расположенный в селе Бобровка, с 2012 г. стал достопримечательностью не

только села, но и в целом Алтайского края. К основным объектам центра относятся тепличный комплекс для выращивания растений с закрытой корневой системой (в горшочках) и производственный комплекс для получения и хранения семян древесно-кустарниковых пород. На строительство центра из федерального бюджета было выделено 380 млн. рублей и 20 млн. - из краевого. Монтаж оборудования проходил под кураторством специалистов из Швеции, Финляндии, Словении, Карелии. Теперь готово все: тепличный комплекс из семи ангаров, склад семян, административные здания, лаборатории, гаражи и др. В 2012 г. уже переработано 60 центнеров шишек и получены классные семена. Этот объект является единственным за Уралом и одним из 6 лесосеменных комплексов в России. Проектная мощность нового центра составит 7 млн. сеянцев растений и две тонны семян в год. Посадочный материал лесоводы планируют использовать для пострадавших приобских боров и восстановления защитных лесополос.

Село Зудилово - одно из старейших сел Алтайского края, возникло во второй четверти XVIII в. Наиболее интересным объектом является усадьба купцов Платоновых (расположена на территории санатория «Сосновый бор»). Платоновы, Константин Павлович (?–1893) и Иван Константинович – барнаульские дворяне, крупнейшие предприниматели Алтая второй половины XIX-начала XX в. Осуществляли торговлю хлебом, сбыт зерна и муки в Сибири.

В конце 1850-начале 1860-х гг. К. П. Платонов заметил живописное место у деревни Зудилово. Место действительно было и остается удивительным: чистая река Черемшанка, прозрачный воздух, сосновый бор. Здесь была устроена мукомольная крупчатная мельница с подсобными помещениями для рабочих. При И. К. Платонове в Зудилово появился небольшой конный завод – 30 лошадей. И. К. Платонов оказался в числе пионеров электрификации на Алтае. Купцом была электрифицирована Зудиловская мельница. А немного позже Платонов пустил на мельницу телефонную связь. Чтобы соединить дом Платонова на Пушкинской улице с Зудиловской мельницей, пришлось проложить кабель по дну Оби. Таким образом, дореволюционное Зудилово получило свою долю цивилизации практически первым из пригородных сел [2].

Прекрасное место недалеко от Барнаула очень полюбилось многочисленным гостям купца Платонова, которых он приглашал в Зудилово на отдых. Дамы и кавалеры совершали пешие прогулки, устраивали спортивные подвижные игры, проводили лошадиные и верблю-

жи скачки, купались, обедали на свежем воздухе. Сейчас местность официально признана лечебной.

Главный Платоновский дом в Барнауле на ул. Пушкина сохранился до наших дней. В 1929 г. на базе зудиловской дачи Платонова был открыт Дом отдыха. С этого момента и идет летоисчисление становления санатория «Сосновый бор».

Село Повалиха основано в 1719 г. как деревня Филиппа Попова на реке Повалихе. Деревня Филиппа Попова вскоре стала называться Повалихой по реке Повалиха.

Первая крупчатная мельница была открыта на Алтае в 1848 г. в с. Повалихе купчихой Щеголевой (с 1871 г. принадлежала Федулову), а затем появились крупчатные мельницы в селах Бердском, Зудилово, на р. Касмале и др. Мука-крупчатка алтайских мельниц славилась хорошим качеством. Так, на Всероссийской выставке в Нижнем Новгороде в 1896 г. мука повалихинской мельницы Федулова была удостоена бронзовой медали.

Село Кислуха возникло в 1703 г., а в списках деревень она появилась лишь с 1745 г. Село получило наименование по гидрониму - р. Кислуха: «Вода там кислая». В настоящее время в селе находится Иоанно-Кронштадтский женский монастырь. Он возник на базе дома отдыха «Зеленый берег», принадлежавшего ЖКХ города Барнаула, который перестал функционировать с 1994 г. В начале 1996 г. его передали Барнаульской епархии. На территории монастыря находятся: храм, двухэтажный жилой корпус и другие строения [3].

Рядом с селом Кислуха находится санаторий «Обские плесы». Санаторий работает круглогодично и одновременно может принять до 250 человек. Здесь проводится лечение и оздоровление сердечно-сосудистой системы, органов дыхания, лор-органов, нервной системы, органов пищеварения, мочеполовой системы, опорно-двигательного аппарата, нарушение обмена веществ, детских заболеваний. Лечебно-оздоровительная база оснащена современным медицинским оборудованием.

Для проживания отдыхающих предлагаются два жилых корпуса с номерами различной категории. Оба корпуса соединены теплыми переходами с лечебным корпусом и столовой, что особенно комфортно в холодную погоду. Также на территории санатория находятся летние домики-коттеджи. В санатории регулярно проводятся развлекательные и спортивные мероприятия, праздничные программы, дискотеки, большой перечень дополнительных услуг.

Село Сорочий Лог основано в 1750 г. Главной достопримечательностью этой местности является чудотворный источник, к которому приходили верующие за исцелением и помощью еще до времен Советской власти. По свидетельству местных жителей, он пробился в 1915 г. и получил название Святой ключ.

В 1920-х годах около него красногвардейским отрядом были уничтожены около двадцати крестьян и священников во главе с отцом Максимилианом. Тогда же у источника начались явления Богородицы народу.

Вместе с мучениками безбожники решили «похоронить» и источник. Его забили песком. Но он пробился снова. Вода и грязи источника считаются целебными. Паломники, несмотря на запреты и репрессии советской власти, всегда посещали Святой ключ.

В 1995 г. рядом с ним был воссоздан скит Иоанна Крестителя. Первыми его насельниками стали два монаха. Одного из них, как рассказывают, едва не убили местные отморозки. Сейчас в скиту, считающемся подворьем Знаменского монастыря, живут несколько монахинь.

В последние годы была возведена часовня на вершине холма, недалеко от места, где по милости Божьей из-под земли забил ключ воды.

Родник Святой Ключ начинается с металлической арки, затем каменные ступени ведут к деревянному настилу, там же и купальня – все искусно сделано паломниками в благодарность за полученные от источника исцеления [4].

Мелкий родничок, заботливо сберегаемый колодцем, маленькое озеро с целебной глиной, Казанская икона Божией Матери, охраняемая инокинями от зноя и лютых морозов производят на посетителей глубокое впечатление.

Уникальная природа и богатый историко-культурный потенциал правобережья Оби в районе г. Барнаула с каждым годом становятся все более притягательными местами отдыха жителей и гостей Алтайского края.

Список использованных источников:

1. **Ревякин, В. С.** Мостовой переход через р. Обь у г. Барнаула / В. С. Ревякин, А. Н. Дунец, А. Я. Швецов // Барнаул № 4. - Барнаул: Алтайский дом печати, 2007
2. **Скубневский, В. А.** Предприниматели Алтая. 1861-1917 гг.: Энциклопедия / В. А. Скубневский, А. В. Старцев, Ю. М. Гончаров. - Барнаул: Демидовский фонд. 1996. - 112 с.

3. Официальный сайт Барнаульской епархии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://altai.eparhia.ru/> - Загл. с экрана.

4. **Строчков, П. И.** Сорочий Лог: история села / П. И. Строчков, И. П. Строчков, В. А. Рассыпнов; Барнаульск. гос. пед. ун-т. Лаб. ист. Краеведения, Адм. с. Сорочий Лог Первомайск. р-на Алт. края. - Барнаул: Изд-во БГПУ, 2001. – 164 с.

5. **Полянин, В. А.** Новоалтайск: Историко-документальная хроника, очерки, цифры, факты / В. А. Полянин. – Барнаул: ОАО «Алтайский полиграфический комбинат», 2002. – 384 с.

6. **Булыгин, Ю. С.** 280 лет со дня сооружения Белоярской крепости / Ю. С. Булыгин // Страницы истории Алтая. 1997 г. Календарь памятных дат. Барнаул, 1996. - С. 43-44.

К ВОПРОСУ О НЕКОТОРЫХ ФОРМАХ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИЗМА В МОНГОЛЬСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

*С. Мөнхнасан, Наваанзоч Х. Цэдэв
Монгольский национальный университет*

Подготовка специалистов по туризму в сфере высшего образования осуществляется в Монголии с 1991 г. В 1993 г. отделения туризма открыты в Монгольском государственном университете (МонГУ) и Монгольском государственном университете образования. На 2013 г. в стране насчитывается 23 высших учебных заведения, из которых Монгольский национальный университет лидирует по количеству студентов.

В настоящее время основной задачей Министерства культуры, спорта и туризма как центрального административного органа, ведающего проблемами туризма, является оказание всесторонней поддержки развитию «туризма специального интереса» (в дальнейшем ТСИ), что было обосновано на национальной форуме туризма, состоявшемся 28-29 января 2013 г.

Однако для развития ТСИ в Монголии нужна не только государственная поддержка, но и инициативы организаций по турсервису, а также предпринимателей.

Развитие ТСИ в Монголии может осуществляться в МНУ.

Основные направления обучения и научно-исследовательская работа факультета туризма МНУ опираются на ТСИ и продиктованы следующими основаниями:

1. ТСИ – главное лицо туризма в Монголии. Правительство Монголии рассматривает этот вопрос как государственную задачу.

2. Главный показатель обеспечения развития ТСИ – подготовка человеческого ресурса, специализированных кадров.

3. Факультет туризма МНУ является одним из более чем 20 представленных в вузах страны, готовящих специалистов туризма, и по числу студентов занимает ведущее место.

4. Определение неотложных вопросов в подготовке специалистов туризма будет перспективой развития факультета туризма МНУ, превосходной стороной его маркетинга.

5. Факультет МНУ имеет большой опыт участия в профессиональных соревнованиях, конкурсах и турпоходах, регулярно добиваясь высоких результатов.

Следуя вышеупомянутым направлениям, факультет МНУ сотрудничает со следующими организациями:

• Министерство культуры, спорта и туризма, управления туризма;

- Национальный центр туризма;
- Управление столичного туризма;
- Ассоциация монгольского туризма;
- Союз монгольских гостиниц;
- Спортсоюз лазания по льду;
- Спортсоюз альпинизма Монголии;
- Союз спорттуризма Монголии;
- Общества природного туризма Монголии;
- Союз спорттуризма по пескам;
- Турассоциация «Замечательная Гоби»;
- Монгольский союз верблюжьего туризма;
- Союз водного спорттуризма Монголии;
- Монгольское общество наблюдателей птиц;
- Союз экскурсоводов-гидов;
- Центр устойчивого туризма и т. д.

Для развития ТСИ в МНУ определены следующие направления:

1. Организация кратковременных курсов по подготовке экскурсоводов-гидов.

2. Разработка программ с турсоюдами, государственными и негосударственными организациями, предпринимательскими организациями и частными лицами.

3. Развитие видов турпоходов по специальному интересу и организация экспедиций и турпоходов.

4. Оказание содействия профессиональным туристам, преподавателям и студентам в их исследовательской работе и публикации трудов.

Большое внимание уделяется проектной работе. В данное время намечены следующие задачи в данной области:

1. Разработать проект «Спорткомплекс для лазания по крутым стенным льдам», совместно осуществлять его с Министерством культуры, спорта и туризма.

2. Разработать и реализовать научный проект по культурно-языковым изменениям у казахов, проживающих в центральной части Монголии.

3. Совместно с другими организациями организовать первое республиканское соревнование по волейболу на песчаной площадке.

4. Осуществлять «Программу по развитию ТСИ»

Об успехах туристического факультета МНУ в области «туризма специального интереса» свидетельствуют следующие достижения :

- 2009 г. в государственной олимпиаде «Грандтур» – первое место, переходящий кубок (2009.09.26);

- 2010 г. – третье место в государственной олимпиаде «Грандтур» (2010.09.27);

- 2011 г. – первое место в государственной олимпиаде «Грандтур» (2011.09.27);

- 2012 г. – третье место в государственной олимпиаде «Грандтур» (2012.09.27);

- 2012 г. – Чемпион государственной олимпиады «Золотая осень», обладатель переходящего кубка 2010 г. (2012.10.01);

- 2013 г. – третье место в государственном соревновании по пешему туризму. (2013.04.28).

Таким образом, Монгольский национальный университет является лидером в многообразных формах подготовки специалистов туристской индустрии.

**АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЕЛЕНИЯ
ВОССТАНОВИТЕЛЬНОГО ЛЕЧЕНИЯ БОЛЬНЫХ
ОБЩЕТЕРАПЕВТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ
АЛТАЙСКОГО КРАЯ НА БАЗЕ ЕГОРЬЕВСКОЙ ЦРБ**

Е. Л. Панин, С. Е. Невструева

Алтайский государственный технический университет

За последние годы произошли неблагоприятные изменения социально-экономических и экологических условий жизни. Это повлекло

за собой ухудшение основных показателей здоровья населения. Для решения этой проблемы в системе здравоохранения проводятся структурные и организационные преобразования, возникают новые типы медицинских учреждений. К числу таких учреждений относятся отделения восстановительного лечения.

В связи с этим восстановительная медицина становится одной из ведущих отраслей в системе оказания медицинской помощи населению. Это обусловлено ростом заболеваемости с временной утратой трудоспособности и инвалидизацией и, соответственно, увеличением контингента больных, нуждающихся в реабилитационной помощи.

По официальным данным ежегодно в России остаются без должной реабилитационной медицинской помощи более 2,2 млн. больных [1].

Своевременное оказание комплексной и квалифицированной помощи, проведение ранних реабилитационных мероприятий, направленных на восстановление и адаптацию, трудовую и социальную реабилитацию пациентов, позволяет с минимальным объемом применения медикаментозных средств добиваться максимальных результатов восстановления утраченных функций человека и повышать качество его жизни.

В результате восстановительного лечения различных групп больных ежегодно к производственному труду и профессиональной деятельности возвращаются сотни тысяч людей, перенесших травмы и заболевания. Как показали научные исследования, затраты, связанные с реабилитацией пострадавших, полностью окупают себя в ближайшие годы за счет обретения ими трудоспособности, участия в социально-экономических процессах и, соответственно, уменьшения выплат по пенсионному обеспечению и больничным листам. Все это определяет большую социально-экономическую значимость восстановительного лечения.

За последние пять лет в РФ вышло несколько постановлений о создании отделений восстановительного лечения больных различных профилей. В Алтайском крае уже открыты и функционируют семь профильных отделений. Положительный опыт работы данных учреждений позволяет судить о дальнейшем развитии восстановительной медицины во благо укрепления здоровья населения.

В связи с этим целью нашей работы было проанализировать основные виды лечебно-профилактической деятельности терапевтического отделения Егорьевской ЦРБ и разработать бизнес-план отделе-

ния восстановительного лечения больных общетерапевтического профиля на базе терапевтического профиля Егорьевской ЦРБ.

В результате проведенного исследования нами было сделано:

1. Изучен современный опыт деятельности отделений восстановительного лечения общетерапевтического профиля ведущих лечебно-оздоровительных учреждений в России и за рубежом.

2. Проанализированы основные виды лечебно-профилактической деятельности Егорьевской ЦРБ и предложена комплексная методика реабилитации больных терапевтического профиля на базе терапевтического отделения Егорьевской ЦРБ.

3. Изучена эффективность применения комплексной методики реабилитации больных общетерапевтического профиля на базе терапевтического отделения Егорьевской ЦРБ.

Помимо использования новейших методов, к особенностям работы отделений восстановительного лечения ведущих клиник Израиля и Германии относятся:

- предельно внимательное отношение к пациенту. В этих клиниках медицина лишена конвейерного подхода к человеку, здесь не лимитируется то время, которое врач должен уделить пациенту;

- высокий уровень технической оснащенности позволяет осуществлять самые сложные методики, требующие применения специальной аппаратуры;

- гарантии безопасности. Все методы лечения проходят строгую проверку на безопасность для пациента. Все клиники обязательно лицензируются государством, врачи также проходят многоступенчатую подготовку и постоянно подтверждают свою квалификацию;

- стоимость лечения ниже, чем стоимость аналогичного комплекса медицинских услуг в любой сопоставимой клинике Европы или США;

- отсутствие языкового барьера. В израильских и некоторых германских клиниках персонал владеет несколькими языками;

- программа реабилитации обычно составляется индивидуально, с учетом потребностей пациента, его пожеланий и финансовых возможностей с тем, чтобы извлечь максимальную пользу и получить лучший эффект.

Основным достоинством и неоспоримым преимуществом израильских и германских клиник является правильно организованная реабилитация.

Пациенты из-за рубежа в этих клиниках обеспечены хорошим уходом, заботливым приятным отношением сестринского персонала,

профессиональным наблюдением врачей и возможностью консультаций у самых опытных профессоров.

Отделения восстановительного лечения ведущих лечебно-оздоровительных учреждений Московской, Новосибирской областей и Алтайского края также показывают высокие результаты работы. В нашей стране существует множество лечебно-оздоровительных учреждений, обладающих высококвалифицированными кадрами, современной аппаратурой, большими возможностями в применении инновационных методов лечения. Но вместе с тем в процессе своей деятельности они сталкиваются с большим количеством проблем. Это связано с тем, что острой проблемой остается недоступность реабилитационной помощи пациентам с наиболее распространенными заболеваниями.

Одновременно с этим ситуация усугубляется сокращением коечного фонда реабилитационных коек и резким снижением объема амбулаторно-поликлинических и реабилитационных услуг; сокращением квалифицированных кадров, владеющих знаниями и умениями в области восстановительной медицины как врачей, так и специалистов с высшим и средним медицинским и педагогическим образованием (психологи, логопеды, сурдо- тифлопедагоги, инструкторы-методисты по ЛФК, музыкальные работники).

Это также связано с прогрессирующим износом материально-технической базы реабилитационных учреждений; выраженным отставанием методической и технологической базы реабилитационного процесса; отсутствием контроля за эффективностью и преемственностью проведенного реабилитационного лечения [2].

Вышеперечисленное позволяет судить о необходимости дальнейшего развития восстановительной медицины и организации отделений восстановительного лечения. При этом все лечебно-оздоровительные учреждения должны быть объединены единой идеологией организации реабилитационной помощи.

Необходимо наладить процесс преемственности проведения мероприятий и единого регистра пациентов, нуждающихся в проведении той или иной специализированной реабилитации. Это также позволит определить унифицированные подходы в диагностике нарушения функций у пациента, соответственно и унифицированных программ восстановления, позволяющих судить о квалификации специалистов и медицинской организации.

Анализ основных видов лечебно-профилактической деятельности Егорьевской ЦРБ позволил сделать выводы о перспективах развития терапевтического отделения Егорьевской ЦРБ:

- укрепление материально-технической базы, в том числе проведение капитального ремонта и перепрофилирование нефункционирующих кабинетов для организации отделения восстановительного лечения;

- оснащение диагностическим оборудованием терапевтического отделения;

- замена устаревшего и изношенного оборудования бактериологической лаборатории;

- оснащение отделения компьютерами с подключенным интернетом, что позволит врачам работать с районными и краевыми специалистами в режиме реального времени. Это ускорит и улучшит оказание экстренной медицинской помощи;

- обеспечение медицинских работников муниципальным жильём позволит привлечь новые кадры врачей, что увеличит обеспеченность населения района врачами, доступность и качество медицинской помощи;

- улучшение состояния здоровья населения и снижение смертности в результате повышения качества медицинских услуг населению.

Результаты нагрузочных проб при внедрении предложенной методики показали улучшение состояния здоровья пациентов на 3,8 %, что является положительным показателем.

Для успешного проведения реабилитационных мероприятий и достижения поставленных конкретных целей в каждом конкретном случае необходимо соблюдение основных принципов реабилитации: комплексность, раннее начало, этапность, преемственность, непрерывность, последовательность, индивидуальный подход, активное участие больного в реабилитационном процессе.

Принцип разносторонности усилий осуществляет учет всех сторон реабилитации для каждого конкретного больного. Его основу составляет реализация медико-педагогических и лечебно-восстановительных задач при условии перестройки отношений личности больного в нужном для реабилитационных целей направлении.

Принцип единства психосоциальных и биологических методов воздействия предполагает комплексность применения лечебно-восстановительных мероприятий.

Принцип ступенчатости (переходности) проводимых воздействий обосновывает поэтапное назначение восстановительных мероприятий с учетом динамики функционального состояния больного.

Принцип партнерства предусматривает сотрудничество пациента и врача при руководящей и направляющей роли пациента [3].

Все реабилитационные мероприятия должны быть нацелены на вовлечение самого больного в лечебно-восстановительный процесс. Должный уровень реабилитации больного без его активного участия в этом процессе невозможен.

Таким образом, система реабилитационных мероприятий включает в себя разнообразные биологические и социально-психологические воздействия, направленные на восстановление оптимального уровня жизнедеятельности больного.

Список использованных источников:

1. **Боголюбов, В. М.** Медицинская реабилитация или восстановительная медицина? / В. М. Боголюбов // Физиотерапия, бальнеология и реабилитация. – 2006. – № 1. – С.14.

2. Справочник по курортологии и курортотерапии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://xreferat.ru/103/229-1-sanatorno-kurortnaya-sobstvennost-gosudarstva-i-infrastrukturnaya-rekreacionnogo-otdyha.html> – Загл. с экрана.

3. **Александров, В. А.** Основы курортологии [Электронный ресурс] / В. А. Александров. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/sport/00179332_1.html. – Загл. с экрана.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ В ГОСТИНИЦАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

*Е. Л. Панин, К. Р. Сигедина, Е. А. Панина
Алтайский государственный технический университет*

За последние три десятилетия гостиничная индустрия поднялась на качественно новый уровень [1]. Поэтому отельеры с целью увеличения интереса со стороны бизнес-путешественников в последнее время стали больше внимания уделять созданию и улучшению работающих оздоровительных центров при гостиницах. Согласно последним данным проведенных научных исследований, для трети клиентов отелей решающим фактором, оказывающим влияние на выбор учреждения для размещения, является наличие в гостинице оздоровительного центра.

Исследования гостиничной корпорации «Hilton» показали, что среди путешественников высоким спросом пользуются смешанные виды отдыха. Постояльцы, которые останавливаются в отелях в рамках делового визита, предпочитают совмещать посещение важных бизнес-мероприятий и прохождение оздоровительных процедур в работаю-

щих при гостиницах оздоровительных центрах. Для глобальных гостиничных сетей развитие собственной концепции оздоровительных комплексов является крайне важным [2].

Для российских отелей очень важно в данный момент повысить привлекательность своего предприятия, особенно если отель находится в туристски развивающемся районе.

Исходя из того, что в последние 10 лет огромное внимание со стороны правительства и администрации Алтайского края уделяется развитию туризма в нашем крае, целью работы стал анализ основных направлений деятельности оздоровительных центров в гостиницах «Колос» и «Барнаул» и разработка комплексных рекомендаций по совершенствованию работы оздоровительных центров в этих гостиницах.

В результате проведенного исследования было сделано следующее:

1. Проанализированы основные направления деятельности оздоровительных центров ведущих гостиниц в России и за рубежом.

2. Изучены основные виды деятельности оздоровительных центров в гостиницах «Колос», «Барнаул» и выявлены существующие проблемы и перспективы их развития.

3. Разработаны и внедрены комплексные рекомендации по совершенствованию работы оздоровительных центров в гостиницах «Колос», «Барнаул» и изучена их эффективность.

4. Разработаны адаптированные комплексные рекомендации по совершенствованию работы оздоровительных центров в гостиницах «Колос» и «Барнаул».

При изучении опыта деятельности оздоровительных центров в гостиницах в России и за рубежом было установлено, что оздоровительный центр – это коммерческое предприятие, не принадлежащее собственно гостинице. Это арендуемое помещение, и режим его работы зачастую не зависит от режима работы гостиницы. Также в ходе исследования было выявлено, что услуги оздоровительного центра очень разнообразны и включают не только оздоровительные программы, но и косметические услуги, услуги спортивного центра, а также парикмахерские услуги [1].

Количество оздоровительных программ, предлагаемых в зарубежных оздоровительных центрах, отличается большим разнообразием. Здесь Вам проведут диагностику существующих заболеваний, подберут индивидуальную программу оздоровления с учетом особенностей Вашего здоровья и времени пребывания в гостинице, а также

предложат необходимые рекомендации на будущее по сохранению полученных результатов. Также в оздоровительном центре обязательно находится тренажерный зал, где помимо силовых тренажеров есть кардиотренажеры, позволяющие проводить тренировки для клиентов любого уровня подготовки. Тренажерный зал необходим для поддержания формы людей, заботящихся о своем здоровье.

Исходя из вышеизложенного, оздоровительный центр при гостинице является важным звеном в системе гостеприимства в целом. Во-первых, клиент, пользующийся услугами оздоровительного центра впервые, получает важные сведения о своем здоровье и возможностях своего организма, а также узнает о пользе данных процедур и возможности применения их вне отеля. Во-вторых, в оздоровительном центре созданы все условия для клиентов, которые уже начали заниматься оздоровлением и хотят его продолжить в непривычных условиях (в командировке, на отдыхе и пр.) [2].

При анализе российских отелей были выявлены существенные различия в организации оздоровительных центров в гостиницах в отличие от зарубежных аналогов.

1. Оздоровительные центры в гостиницах Российской Федерации не всегда предлагают посетителям услуги тренажерного зала. Это обусловлено зачастую нехваткой площадей арендуемого помещения, недостатком денежных средств и другое.

2. Оздоровительный центр зачастую не предоставляет услуг косметологического характера. Косметологический кабинет является отдельной организацией, не зависящей от оздоровительного центра.

3. При анализе стоимости различных оздоровительных программ в центрах в гостиницах Российской Федерации более высокие, чем за рубежом. Это является одной из главных проблем.

При анализе деятельности оздоровительных центров в гостиницах «Колос» и «Барнаул» Алтайского края были выявлены следующие проблемы: отсутствие систематического подхода в организации оздоровления, нехватка площадей для проведения занятий, отсутствие фитобара. Для изучения потребностей клиентов гостиницы в оздоровительных услугах и совершенствования работы оздоровительных центров в гостиницах было проведено социологическое исследование (анкетирование) отдыхающих гостиниц «Колос» и «Барнаул», пользующихся услугами оздоровительного центра. Анкета была разработана на основе рекомендаций и методик таких специалистов, как В. А. Ядов и др., а также в содружестве с персоналом оздоровительных центров

данных гостиниц [3]. В исследовании приняло участие более 150 клиентов гостиниц, пользующихся услугами оздоровительных центров.

Анализ анкетных данных показал, что среди предложенных клиентам 10 оздоровительных услуг самой востребованной процедурой является массаж. К нему проявили интерес 85,9 % опрошенных. Различные виды массажа предлагаются практически во всех оздоровительных центрах гостиниц Алтайского края. Из всех предлагаемых оздоровительных услуг наименьший интерес респонденты проявляют к занятиям йогой и инфракрасной кабине. Видимо, это связано с малоизвестностью, ценой данных услуг или с противопоказаниями к ним.

На основании данных проведенного исследования был разработан и внедрен комплекс рекомендаций по совершенствованию работы оздоровительных центров в рассматриваемых гостиницах.

Через полгода нами было проведено повторное анкетирование гостей оздоровительных центров этих же гостиниц. Результаты показали, что внедренный комплекс рекомендаций является эффективным по следующим показателям:

1. Число клиентов оздоровительного центра увеличилось на 23,9 %.
2. Услугами оздоровительных центров в гостиницах стали пользоваться не только постояльцы гостиницы, но и жители города.
3. Внедрение комплекса рекомендаций принесло дополнительный экономический доход гостинице и оздоровительному центру и пр.

В результате анализа повторного исследования были разработаны адаптированные комплексные рекомендации по совершенствованию работы оздоровительных центров в гостиницах «Колос» и «Барнаул», которые могут быть применены для любой аналогичной гостиницы Алтайского края.

Список использованных источников:

1. **Парахина, Н.** СПА-сительные процедуры для души и тела. Мини-дайджест европейских лечебных курортов / Н. Парахина // Туризм: Практика, проблемы, перспективы. – 2004. – № 4. – С. 34-35.
2. Официальный сайт оздоровительного центра Cybex (Hilton Prague, Чехия). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cybex-fitness.cz/en/>
3. **Ядов, В. А.** Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. – С. 332-349.

**Экономика. Сервис. Туризм. Культура
(ЭСТК-2013)**

**XV Международная научно-практическая
конференция**

Сборник статей

Редактор: О. В. Гужвенко

Подписано в печать 07.11.13. Формат 60×84 1/16.

Печать – цифровая. Усл.п.л. 17,44.

Тираж 100 экз. Заказ 2013 –.

Издательство Алтайского государственного
технического университета им. И. И. Ползунова,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, 46,
<http://izdat.secna.ru>

Лицензия на издательскую деятельность
ЛР № 020822 от 21.09.98 г.

Отпечатано в типографии АлтГТУ,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, 46,
тел.: (8-3852) 29-09-48

Лицензия на полиграфическую деятельность
ПЛД № 28-35 от 15.07.97 г.