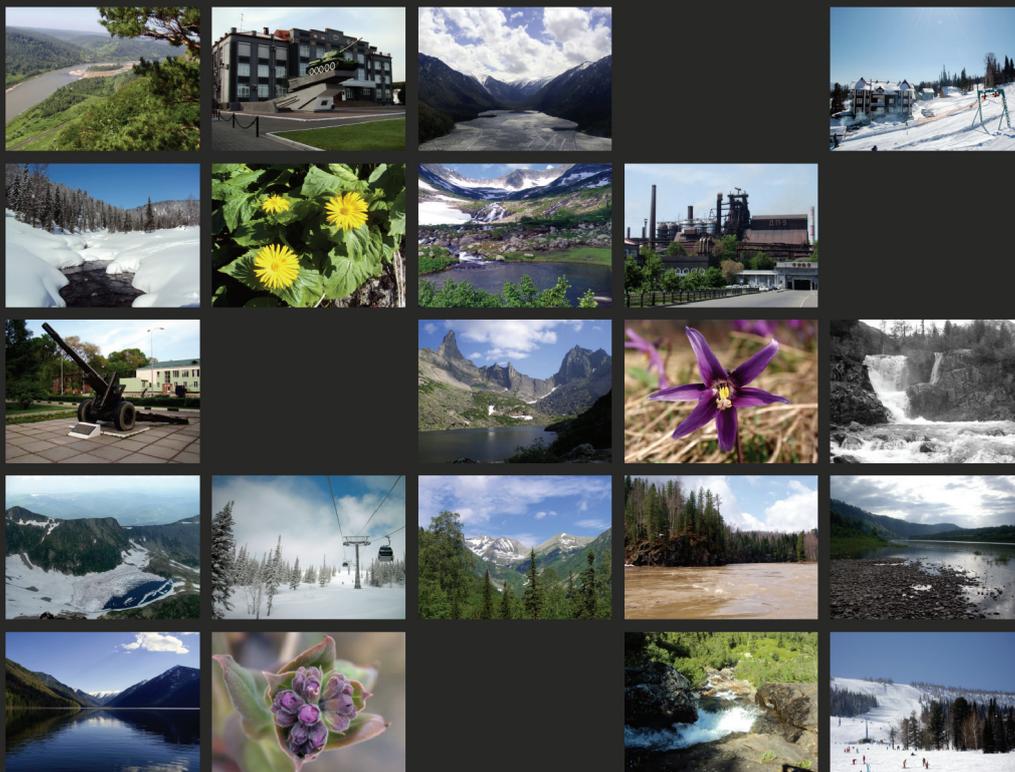




**Материалы II Всероссийской  
научно-практической конференции  
«Инновационные процессы в развитии  
социально-культурного сервиса  
и туризма в современном мире»**



**Региональные особенности  
развития туристской дестинации,  
перспективные виды туризма**

**Инновационные процессы  
в профессиональной  
подготовке туристских кадров**

**Туристско-рекреационный  
потенциал регионов  
России**

**Партнерство органов  
власти и бизнеса  
в индустрии туризма**

**города  
участники**

**Абакан  
Армавир  
Астрахань  
Барнаул  
Владивосток  
Елец  
Кемерово  
Краснодар  
Крымск  
Москва  
Новокузнецк  
Омск  
Пермь  
Санкт-Петербург  
Тюмень  
Ханты-Мансийск  
Шахты**

**Новокузнецк  
2012**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
КОМИТЕТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
АДМИНИСТРАЦИИ Г. НОВОКУЗНЕЦКА  
ДЕПАРТАМЕНТ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ И СПОРТА  
АДМИНИСТРАЦИИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
КОМИТЕТ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ, СПОРТУ И ТУРИЗМУ  
АДМИНИСТРАЦИИ Г. НОВОКУЗНЕЦКА  
КУЗБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Т. Ф. ГОРБАЧЕВА  
ФИЛИАЛ КУЗГТУ В Г. НОВОКУЗНЕЦКЕ

Материалы  
II Всероссийской научно-практической конференции  
**«ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ  
В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО  
СЕРВИСА И ТУРИЗМА  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»**

**26-27 апреля 2012 г.  
г. Новокузнецк**

УДК 338.48  
И 66

**Иновационные процессы в развитии социально-культурного сервиса и туризма в современном мире** : материалы II Всероссийской научно-практической конференции, г. Новокузнецк 26-27 апреля 2012 г. – Новокузнецк : филиал КузГТУ в г. Новокузнецке, 2012. – 273 с.

В сборник включены материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Иновационные процессы в развитии социально-культурного сервиса и туризма в современном мире», проведенной 26-27 апреля 2012 г. в г. Новокузнецке. Издание рассчитано на студентов, аспирантов и молодых ученых, исследующих проблемы и перспективы развития социально-культурного сервиса и туризма.

ISBN 5-85119-057-4

**Печатается по решению Учёного совета  
Филиала КузГТУ в г. Новокузнецке**

Редакционная коллегия:  
кандидат технических наук  
кандидат географических наук  
кандидат технических наук

А. А. Баканов  
В. А. Рябов  
С. А. Костенков  
И.В. Волкова  
М.В. Марченко  
К.А. Фролова  
А. В. Горностаев  
И. А. Девярых

Рецензент  
проректор по научной работе КузГТУ,  
доктор технических наук, профессор

В. Ю. Блюменштейн

УДК 338.48  
© Филиал КузГТУ в г.Новокузнецке, 2012



### **Уважаемые коллеги! Дорогие друзья!**

На данном этапе в истории нашего государства очень важен диалог, обмен впечатлениями и накопленным опытом для движения вперед. Нам всем необходима дискуссия, чтобы выработать чёткие и продуктивные шаги к намеченной цели. Считаю важным подчеркнуть, что именно Южная столица Кузбасса и КузГТУ стали инициаторами и первопроходцами столь солидного мероприятия.

Сегодня, наша конференция становится главной площадкой для диалога бизнеса, власти и экспертного сообществ, задавая вектор дальнейшего развития туризма в Кузбассе и сопредельных территориях. Рассматриваемый спектр вопросов затрагивает все аспекты функционирования современной туристической индустрии. Отрадно отметить, что активное участие в конференции принимают студенты и молодые специалисты, именно им в ближайшем будущем придется принимать управленческие решения, и наша задача сегодня поддержать их инициативы.

Надеюсь, что конференция станет удобной площадкой для обмена опытом и выработки единых подходов к стабильному развитию туристической индустрии Кузбасса, а также внесет существенный вклад в социально-экономическое развитие Сибири.

Директор  
Государственного  
природного заповедника  
«Хакасский», к.г.н.

 В. В. Непомнящий





### **Уважаемые коллеги!**

Нет сомнения, что у Кузбасса большое туристическое будущее. Сегодня нам есть чем гордиться, что посмотреть самим и что показать гостям Кемеровской области.

Но этот огромный рекреационный потенциал с уникальными памятниками природы, культурно-историческими ценностями, промышленными объектами, для освоения требует к себе нового инновационного подхода, объединения усилий органов власти и бизнеса, совершенствование законодательной и нормативно -правовой базы в сфере туризма, использование инновационных подходов в системе продвижения туристского продукта, в вопросах подготовки кадров для социально-культурного сервиса и туризма.

Именно эти темы заявлены программными в рамках работы II Всероссийской научно-практической конференции «Инновационные процессы в социально-культурном сервисе и туризме в современном мире»

Вопросы интересные, очень актуальные и своевременные.

Уверен, что на многие из них удастся найти достойные ответы в рамках работы настоящей конференции.

Член правления ЮКТИ  
Генеральный директор  
ООО «Краун-Тур»

А. Н. Баловнев





### **Уважаемые участники конференции!**

Социально-культурный сервис и туризм – весьма популярная в России тема для обсуждения, с которой связаны многие сферы деятельности современного общества, такие как экономика, культура, экология, педагогика и образование, здоровье и рекреация.

Туризм является одним из перспективных направлений развития нашей страны, одним из резервов развития экономики при переходе от сырьевой направленности. При этом туристская индустрия в стране находится на недостаточно высоком уровне и преимущественно носит выездной (внешний) характер. Одна из причин этого – слабое внедрение новых форм, методов и технологий работы.

Поиск инновационных подходов и обоснования новых возможностей развития туризма, как одного из факторов социально-экономического роста регионов является предметом обсуждения на II Всероссийской научно-практической конференции «Инновационные процессы в социально-культурном сервисе и туризме в современном мире».

Вопросы, освещенные в рамках работы конференции являются актуальными, о чем свидетельствует обширная география участников и их состав, представленный сотрудниками научно-исследовательских организаций, учеными, аспирантами, студентами высших учебных заведений, представителями турбизнеса, государственных служб, членами региональных туристских ассоциаций.

Надеюсь, что живая научная дискуссия будет сопровождать работу конференции и по каждому направлению будет произведен обмен мнениями, будут предложены концептуальные решения, способные увеличить эффективность туристской отрасли как в Кузбассе, так и в нашей стране в целом.

Желаю всем участникам плодотворной совместной работы!

Директор филиала КузГТУ  
в г.Новокузнецке, к.т.н

А.А. Баканов

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ИНОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТИПРИИМСТВА</b> .....	11
<b>Ващенко А. Ю.</b> Электронная карта Кузбасса и ее роль в развитии туристической индустрии .....	12
<b>Иванова Е. В.</b> Инновационные аспекты в системе профессиональной подготовки специалистов для сферы социально-культурного сервиса и туризма.....	17
<b>Пивень С. Н.</b> Особенности доведения оригинальных идей до реализации в рамках проекта «Чайный путь».....	31
<b>Праздникова Н. Н.</b> Учебные практики в системе туристского образования.....	38
<b>Семенов В. А., Косарева Н. В.</b> Тур в Беломорский район Карелии: инновации в северном векторе этнотуризма.....	42
<b>Марченко М. В., Фролова К. А.</b> Новые методы проектной деятельности как одно из направлений формирования профессиональных и общекультурных компетенций будущих специалистов туристской индустрии.....	46
<b>Яшинская Н. С.</b> К вопросу обучения терминологии современного специалиста туристского профиля .....	50
<b>Антипина И. А.</b> Анимация как вид гостиничной инновации.....	55
<b>Крашенинникова Л. А.</b> Инновации в обучении персонала гостиницы. ....	61
<b>Русенчик В. С.</b> Современные интернет-технологии – двигатель туристической индустрии.....	67
<b>Холодова Т. А.</b> Создание межрегионального тематического парка.....	77
<b>II. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ РОССИИ</b> .....	85
<b>Гуляев И. В.</b> Основные этапы спортивно-туристского освоения южной части Кузнецкого Алатау.....	86
<b>Егорова Н. Н., Аксенкова Ю. В.</b> Использование маркетингового и кластерных подходов для оценки регионального турпродукта в Кузбассе.....	93
<b>Непомнящий В. В., Оборин М. С.</b> Развитие туристической деятельности на территории особо охраняемых природных территорий.....	105
<b>Носков С. А., Есипов</b> Факторы развития туризма в Горной Шории.....	111
<b>Оборин М. С.</b> Потенциал и возможности развития северного курортно-рекреационного районного (микрочластера) Пермского края.....	117

<b>Оборин М. С., Лузянина О. А.</b> Ландшафтные компоненты как объекты туристской привлекательности северной территории Пермского края.....	124
<b>Рябов В. А.</b> Перспективы развития познавательного туризма на юге Кемеровской области (на примере Таштагольского района).....	130
<b>Топчий А. В.</b> Создание свободной экономической зоны «Остров Русский» как механизм реализации туристского потенциала Приморского края.....	134
<b>Тиканова И. А., Ковалевский С. А.</b> Из опыта развития студенческого туризма в Кузбассе (на примере Бюро путешествий КузГТУ).....	141
<b>Колмогорова О. Е.</b> Эколого-климатический потенциал ландшафтов Омской области для жизнедеятельности населения и рекреационного природопользования.....	149
<b>Соснин В. С.</b> Охотничьи ресурсы Алтайского края как основа развития охотничьего туризма в Алтайском крае..	157
<b>Алексеева А. А.</b> Перспективы развития экологического туризма на лечебно-оздоровительных местностях и курортах (на примере экологической тропы курорта Белокуриха).....	161
<b>Артюкова Д. В., Леушина М. А.</b> Гастрономический и сельский туризм: сущность, взаимосвязь и взаимовлияние.....	166
<b>Бобров Е. А.</b> Развитие системы придорожного сервиса в Алтайском крае.....	172
<b>Бушуев А. О.</b> Состояние и проблемы развития туризма в Астраханской области.....	176
<b>Гридчин М. А.</b> Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края – тенденции и проблемы.....	180
<b>Гулова Н. А.</b> Анализ рынка речных круизов в Сибири...	184
<b>Кожома О. Ю.</b> Возможности развития религиозного туризма на юге Кемеровской области.....	187
<b>Короткова Э. К.</b> Экологический туризм, как перспективное направление развития внутреннего и въездного туризма в Кемеровской области.....	191
<b>Мурзак Е. В.</b> Тур «Альпинистская Кубань и Республика Адыгея».....	195
<b>Никоненко Е. С.</b> Анализ спроса на экскурсионные туры в г. Новокузнецке.....	199
<b>Рязанова П. Ю.</b> Возможности развития спелеотуризма в районе поселка Амзас.....	202
<b>Соловьева О. М.</b> Возможности развития инсентив – туризма в Кемеровской области, как перспективного направления развития внутреннего туризма.....	206

<b>Ускова А. И.</b> Сезонные виды деятельности ГК «Лесная республика».....	211
<b>Хорина Е. И.</b> Привлекательность Отраденского района для развития детско-юношеского туризма.....	214
<b>III. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА</b> .....	219
<b>Вечерова А. И.</b> Дресс-код специалиста туристической фирмы.....	220
<b>Коваленко Е. Б.</b> Роль фирменного стиля на предприятии туристической индустрии.....	226
<b>Котович А. С.</b> О влиянии рекламы на потребителя туристических услуг.....	231
<b>Рысбекова С. А.</b> Разработка туристических программ для привлечения туристов из Китая в Омск и Омскую область.....	237
<b>Якубсон П. О.</b> Позиционирование экскурсионных программ по Липецкой области на рынке туризма.....	243
<b>IV. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ</b> .....	249
<b>Степанов К. С.</b> Роль государственно-частного партнерства в повышении эффективности въездного и внутреннего туризма.....	250
<b>Бурдина Н. В.</b> Туроператорская деятельность: финансовое обеспечение и финансовые гарантии .....	260
<b>Гришина Л. О.</b> Социальный туризм в Кемеровской области: проблемы и перспективы.....	265
<b>АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ АВТОРОВ</b> .....	272

***I. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ  
В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА  
И ГОСТЕПРИИМСТВА***

## **ЭЛЕКТРОННАЯ КАРТА КУЗБАССА И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИНДУСТРИИ**

Андрей Юрьевич Ващенко, к.г.н., доцент  
Кемеровский государственный университет  
НФИ КемГУ  
г. Новокузнецк

Туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, рост занятости экономически активного населения и повышение благосостояния нации. В настоящий момент туризм является одним из важных направлений оживления экономики, оказывая стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство, а также выступает катализатором социально-экономического развития регионов Российской Федерации.

Развитие российского туризма – очень противоречивый вопрос. Особенностью развития индустрии туризма в России сегодня является увеличение количества выезжающих туристов за границу, а вот что касается въездного и внутреннего туризма, здесь существуют значительные проблемы. Наука и государство находятся в поисках решений этой проблемы. Одним из таких решений является повышение конкурентоспособности уже существующих туристских регионов и формирование новых. При этом необходимо создавать новый туристский продукт, новые направления, так как потребности и предпочтения туристов часто меняются.

Кемеровская область обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. На ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, спортивные и культурные события. Здесь представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов, развитие которых невозможно без создания всех видов базовой инфраструктуры. В Кузбассе существуют большие возможности для развития активного туризма (горнолыжного, пешеходного, водного, горного, велотуризма, парусного, конного).

Сами по себе уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает Кузбасс, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в регионе.

Одним из путей повышения конкурентоспособности региона на наш взгляд мог бы послужить кластерный метод, который применялся раньше в основном только в промышленном производстве. Сегодня этот подход применяется и в индустрии туризма. Примером может послужить опыт наших соседей – создание туристско-рекреационного кластера «Бирюзовая Катунь» на Алтае. Для того чтобы применять кластерную политику для развития регионов, необходимо понять, что такое кластер, каковы его разновидности, определить особенности кластеров в туризме.

Туристско-рекреационный кластер – это группа географически соседствующих взаимодействующих компаний, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслу-

живающих туристские потоки, использующие рекреационный потенциал территории.

Причинами объединения в кластер служат: формирование особой инновационной среды, способствующей повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветанию региона; снижение степени риска, укрепление имиджа, который обеспечивает рост качества за счет синергетического эффекта; обеспечение более гармоничного развития территории и занятости населения. Создание туристско-рекреационных кластеров способствует формированию единой туристско-рекреационной системы России и развитию смежных отраслей народного хозяйства регионов.

Одним из элементов технологии создания и управления туристско-рекреационных кластеров служит разработка туристско-рекреационного паспорта территории.

В НФИ КемГУ с 2011 года ведется работа над созданием туристско-рекреационного паспорта Кузбасса в виде проекта «Электронная карта Кузбасса». Это комплексный документ, созданный на основе ГИС-технологий, фиксирующий современное туристско-рекреационное состояние территории и являющийся основой для формирования и дальнейшего развития кластеров.

Актуальность и важность проекта подтверждается экономическими и социальными выгодами, связанными с ускоренным инновационным развитием внутреннего туризма в рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)» и региональной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Кузбассе».

Главной идеей проекта является сочетание

возможностей современных информационных технологий с систематизированной информацией о туристской территории.

Основными задачами проекта являются:

- разработка подходов к выделению различных типов туристского пространства;
- сбор теоретических и практических материалов о туристских ресурсах Кузбасса;
- определение основных объектов показа и их классификации и описания;
- создание опорного пункта сбора информации;
- формирование принципов обработки, систематизации и унификации информации с целью размещения её информационном портале;
- разработка системы стандартов размещения информации на портале.

Проект «Электронная карта Кузбасса» направлен на создание общедоступной базы данных, открытой для свободного доступа всех граждан к информации о туристско-рекреационных ресурсах Кузбасса. Вместе с тем это новый способ изучения туристского пространства региона, формирующий особую основу комплексной характеристики туристского потенциала Кузбасса, а также на оказание информационных услуг для развития внутреннего туризма в области.

Разработка проекта «Электронная карта Кузбасса» подразумевает создание многоуровневой электронной базы туристско-рекреационного потенциала Кемеровской области, которая включает в себя сбор, обработку и систематизацию информации с последующим размещением её на портале.

В результате анализа определены объекты туристско-

рекреационного потенциала Кузбасса для формирования электронной базы:

- туроператоры и турагентства Кузбасса;
- гостиницы, кемпинги, базы отдыха, санатории, курорты;
- предприятия общественного питания;
- горнолыжные комплексы;
- центры и клубы спортивного и экстремального туризма;
- экскурсионные объекты (природные, историко-этнографические, культурные, культовые (религиозные), музеи, археологические);
- предприятия, специализирующиеся на производстве и торговле товарами для отдыха, туризма, охоты и рыбалки;
- районы (маршруты) и базы для активного туризма, охоты и рыбалки;
- места дислокации спасателей МЧС;
- объекты транспортной инфраструктуры;
- образовательные учреждения, занимающиеся подготовкой кадров для туристической индустрии.

Электронная карта Кузбасса будет способствовать развитию турбизнеса и рекламы туристско-рекреационных ресурсов Кемеровской области.

Создание единой электронной базы (карты) туристско-рекреационных объектов Кемеровской области позволит обеспечить рекламу и продвижение турпродукта на внутреннем и внешнем рынке туруслуг, позволит привлечь потенциальных инвесторов в развитие туристической отрасли Кузбасса и создания туристско-рекреационных кластеров.

**ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ В СИСТЕМЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ  
СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНО-  
КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА**

Елена Владимировна Иванова, к. фил. н., ст. преподаватель  
Южно-Российский государственный университет  
экономики и сервиса  
г. Шахты

На современном этапе развития экономики в России необходимым условием эффективного функционирования сферы туризма выступает инновационная деятельность. Инновации выполняют основную функцию в формировании воспроизводственных процессов на уровне, как туристской сферы, так и экономики страны в целом. При этом ключевым критерием определения инновационного развития туристской отрасли является ее восприимчивость к инновациям, а также возрастание объема нововведений.

Современные условия жизни способствуют тому, что сегодня в отечественной экономике активно развивается область хозяйствования, которую характеризуют как сферу сервисной деятельности. Растет спрос на качественные туристские, рекреационные, курортно-санаторные, гостиничные и другие социально-культурные услуги. В этих условиях необходимы специалисты, способные удовлетворять запросы потребителей социально-культурных и туристских услуг, что в свою очередь предъявляет высокие требования к профессиональным качествам специалиста данной сферы.

Специальность «Социально-культурный сервис и туризм» универсальна по широте знаний и возможностям их

применения и предполагает подготовку специалистов в сфере общественной коммуникации. Новая схема подготовки работников в сфере туризма обусловлена многопрофильным характером туристской деятельности, которая нуждается в кадрах различных профессий, специальностей, квалификаций, принципиально новых технологиях обслуживания и включает следующие аспекты:

- подготовку специалистов для предприятий, непосредственно принимающих участие в производстве турпродукта;

- подготовку специалистов для смежных с туристской отраслью.

Социально-культурный сервис и туризм как многоотраслевой комплекс обеспечивается деятельностью различных структур: государственных, бизнес-структур, общественных социальных институтов, профессиональных образовательных учреждений, которые оказывают воздействие, определяют требования к профессиональной подготовке специалистов, их конкурентоспособности для представленного сектора рынка труда. От современных выпускников вуза требуются не только глубокие теоретические знания, но и хорошая практическая подготовка, готовность принять участие в решении вопросов развития компании.

Наиболее перспективным подходом в решении проблем профессиональной подготовки специалистов сервиса и туризма является практико-ориентированный подход к обучению (собственно практический аспект подготовки будущих специалистов), обеспечивающий использование в преподавании производственной базы специальности; привлечение практиков-специалистов к преподаванию

в рамках основных дисциплин специальности; погружение в производственную среду на базе вуза за счет функционирования специализированного кабинета и иных форм; внедрение практической составляющей в учебные дисциплины; связь практики с учебными дисциплинами; создание отвечающей современным требованиям информационной базы специальности.

Подготовка студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» является одной из актуальных проблем профессионального образования и обсуждается в научной литературе. Проблема заключается в понимании квалификационных требований специалистов, в разных представлениях о функциях специалистов у преподавателей вуза и работодателей. В настоящее время наблюдается несогласованность требований по таким аспектам подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма:

– между требованиями к специалисту и готовностью выпускников к выполнению этих требований (уровнем сформированности необходимых профессиональных компетенций специалистов);

– между потребностями населения в получении высококачественных услуг и недостаточной способностью предприятий сервиса и туризма удовлетворить эти потребности из-за невысокого уровня подготовки персонала;

– между требованиями образовательного стандарта и недостаточной разработанностью в отечественной педагогической науке теоретических и методических положений, касающихся вопросов профессиональной подготовки и профессиональных компетенций специалистов по сервису и туризму.

Достижение оптимального соотношения между

теоретической и практической подготовкой специалистов в сфере сервиса и туризма осуществляется на основе взаимовыгодного сотрудничества образовательных учреждений и предприятий социально-культурного сервиса и туризма, использования положительного опыта в управлении, обмена информацией. Наиболее эффективными формами взаимодействия в данном случае считают следующие:

1. целевая подготовка студентов для своих предприятий;
2. участие менеджмента компаний в учебном процессе и работе аттестационных комиссий;
3. проведение мастер-классов, профессиональных конференций, ярмарок вакансий;
4. проведение конкурсов именных стипендий;
5. предоставление мест для прохождения практики и кураторство;
6. корпоративные формы взаимодействия.

Инновационный подход выступает как принцип, база творческого развития личности и подготовки специалиста на основе новейших достижений науки и технологий.

Инновационное образование – модель образования, преимущественно ориентированная на максимальное развитие творческих способностей и создание сильной мотивации к саморазвитию индивида на основе индивидуальной «образовательной траектории» (сферы, направления, уровня, последовательности образования, типа и вида учебного заведения) в области профессиональной деятельности. Необходимость инновационного образования вызвана сменой парадигмы общественного развития, переходом к информационному обществу и, как следствие, новыми, более

высокими требованиями к интеллектуальным параметрам работника. Реализация концепции инновационного образования включает качественное изменение структуры и содержания образовательных программ, форм и методов организации учебного процесса, системное, комплексное применение инновационных технологий.

Многогранность задач подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма в условиях новой социально-экономической формации привела к созданию моделей, позволяющих:

- задавать приоритетные направления в профессиональной подготовке;

- предоставлять образовательные услуги в соответствии с широкими и быстро меняющимися потребностями рынка труда, образовательных учреждений, служб занятости, децентрализованных структур управления, педагогов и специалистов;

- обеспечивать системность и целостность организации профессиональной подготовки в контексте процессов реформирования и развития профессионального образования.

О. С. Третьякова, А. С. Захарченко, Е. М. Юмашева [1, с 27] определяют следующие функции профессиональной подготовки специалистов в условиях изменяющегося рынка труда, ориентированного на структурные изменения социально-экономического потенциала региона и туристского рынка:

1. Диагностическая – определение склонностей и способностей студентов, выявление их уровня подготовленности и индивидуально-психологических особенностей с целью обеспечения действенности

профессиональной практической подготовки.

2. Компенсаторная – ликвидация пробелов и освоение преподавателями современных психолого-педагогических технологий в целях более эффективной реализации образовательного процесса.

3. Адаптационная – развитие информационной культуры, изучение методики самообразования, основ педагогического менеджмента; формирование умений проектирования универсальных педагогических технологий с целью успешного освоения профессиональной деятельности при смене статуса образовательных программ, профиля профессиональной подготовки, направлений сферы деятельности будущего выпускника.

4. Познавательная – удовлетворение информационных, профессиональных и интеллектуальных потребностей личности.

5. Прогностическая – раскрытие творческого потенциала студентов, выявление возможностей и готовности к совместной инновационной профессиональной деятельности.

Структура и содержание инновационных педагогических технологий проектируются с учетом того, что эффективность обучения в профессиональном учебном заведении определяется как уровнем квалификации преподавателей, так и ценностными ориентациями на область профессиональной деятельности будущих выпускников. Исходя из специфики педагогического труда, преподаватели являются не только источниками учебно-познавательной, учебно-производственной и этической информации, организаторами деятельности и общения студентов, но и носителями региональной культуры, профессиональной культуры будущих специалистов туриндустрии.

Профессиональная компетентность педагога предполагает сформированность профессионально-предметных и педагогических знаний и умений, владение навыками межличностных коммуникаций, готовность к творчеству и т. д. Каждый преподаватель вправе определить для себя приемлемые идеи и теории, являющиеся его педагогическим кредо в реализации концепции профессиональной подготовки специалистов.

Процесс формирования профессиональных компетенций специалистов по сервису и туризму будет более эффективным, если:

- обоснование профессионально значимых качеств специалиста по сервису и туризму будет осуществляться на основе анализа содержания профессиональной деятельности;

- процесс обучения строится в контексте личностно ориентированного, системного и деятельностного подходов и направлен на использование методов и форм обучения, позволяющих оптимизировать процесс формирования профессиональных компетенций;

- в процессе профессиональной подготовки будут использованы технологии модульного и контекстного обучения;

- формирование профессионально значимых компетенций, определяющих успех их будущей профессиональной деятельности, будет осуществляться в русле осознанного принятия их студентами;

- разработана модель формирования профессиональных компетенций специалистов по сервису и туризму.

Инновационная составляющая программ профессиональной подготовки специалистов для сферы

сервиса и туризма (по Т. Н. Третьяковой) включает следующие компоненты [1, с.30]:

- совершенствование общепрофессиональных умений, освоение алгоритмов;
- развитие эмоциональной устойчивости, умений воздействовать на будущего клиента;
- формирование потребностей и развитие способностей пополнять профессиональные знания;
- развитие общей эрудиции как профессиональной компетенции, укрепление гражданской позиции;
- углубление ценностных ориентаций, развитие навыков мышления;
- освоение способов выявления уровня подготовленности и индивидуальных особенностей студентов;
- формирование и реализация программ педагогического взаимодействия;
- формирование способности постановки новых дидактических целей и организация их претворения, критическая оценка результатов;
- овладение педагогическим менеджментом;
- систематическое ознакомление с инновациями и достижениями педагогической науки.

Такие образовательные программы позволяют вариативно и гибко осуществить отбор содержания обучения в зависимости от целей профессиональной подготовки, уровней реализации основной образовательной программы, потребностей студентов, уровня их подготовленности и индивидуальных особенностей.

Деятельность специалиста по сервису и туризму направлена на систематическое приобретение знаний по созданию условий формирования рынка услуг с

учетом применения современных технологий и выбора стратегии и тактики деятельности предприятий, на обеспечение комплексного оказания услуг, обследования потребителей

и системы мер по повышению качества оказываемых услуг.

В государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» выделены основные виды деятельности специалиста по сервису и туризму: сервисная, организационно-управленческая, научно-исследовательская, образовательная.

Перечисленные виды деятельности требуют от специалиста по сервису и туризму наличия качеств, профессиональных компетенций, определяющих тип его деятельности и являющихся одной из составляющих целостного развития личности.

Под профессиональной компетентностью студента как будущего специалиста понимаются такие качества, которые предъявляются современным обществом к специалистам данной профессии, влияют на успешность учебной деятельности, дают будущему специалисту возможность наиболее полно реализовать себя и развитие которых обеспечивает в дальнейшем высокое качество его профессиональной деятельности [2, с. 30-33].

Модель формирования профессиональных компетенций будущего специалиста по сервису и туризму должна быть представлена следующими компонентами.

1. Целевой компонент предполагает достижение конкретного результата, на который направлена подготовка специалиста в вузе, – формирование профессиональных компетенций специалистов по сервису и туризму

(коммуникативных качеств, инициативности, творческого мышления, самостоятельности, способности прогнозировать и анализировать имеющуюся информацию и др.) путем реализации адекватных педагогических условий, входящих в содержательно-технологический компонент данной модели.

2. Деятельностный компонент.

3. Содержательный компонент представлен дисциплинами общепрофессионального блока. Компенсировать недостатки, актуализировать и систематизировать знания, умения и навыки, целенаправленно формировать необходимые качества – цель дисциплин. Структура дисциплин представлена в виде взаимосвязанных блоков и модулей, среди которых можно выделить теоретический, практический блоки и блок «Самостоятельная работа».

4. Технологический компонент обеспечивается при помощи методов, средств и форм обучения, способствующих более эффективному процессу формирования профессиональных компетенций будущих специалистов (объяснение, проблемное изложение материала, исследовательская работа, моделирование и имитация профессиональной деятельности, анализ конкретных ситуаций профессиональной деятельности). Включение подобных методов и приемов обучения в преподавание дисциплин рабочего плана будет способствовать достижению конечной цели обучения – подготовке дипломированного специалиста, способного эффективно применять свои знания, умения и навыки в сложившейся системе общественных социально-экономических отношений.

5. Оценочный компонент предполагает выделение критериев и на их основе определение уровней

сформированности профессиональных компетенций специалистов сферы сервиса и туризма. Критериями сформированности профессиональных компетенций работников сферы сервиса и туризма являются коммуникативный (владение коммуникативными, организаторскими и навыками делового общения); когнитивно-креативный (проявление самостоятельности в принятии решений, умение оперировать имеющейся информацией, осваивать новые знания, творческое отношение к деятельности); ценностный (понимание целей профессиональной деятельности, осознание своей системы ценностей и отношение к себе).

На основании анализа государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования специальности «Социально-культурный сервис и туризм», теоретических разработок вопросов профессионального образования в сфере сервиса и туризма (В. Г. Гуляев, И. В. Зорин, В. А. Квартальнов), прикладных исследований в области профессиональных компетенций (О. А. Кудряшов, И. Н. Горностаева, О. А. Шушерина, Т. А. Строкова и др.) Н. Р. Кельчевская выделяет основные компетенции специалистов сферы социально-культурного сервиса и туризма [3, с. 148].

Охарактеризуем данные группы компетенций:

– коммуникативные компетенции специалиста: умение и способность работать с людьми (коммуникабельность, умение общаться с клиентами, способность управлять собой, гибкость поведения, умение оценить внутреннее состояние человека); эмоциональность; деликатность, выдержка; доброжелательность, вежливость; экстравертированность; организаторские способности (умение убеждать, уверенность,

активность, склонность к лидерству); эмоциональная устойчивость; эмпатия.

– креативные компетенции специалиста: познавательная активность, способность к быстрому восприятию информации и ее обработке; способность компилировать данные из разных областей; способность прогнозировать; самостоятельность в принятии решения; способность реализовывать

– свои идеи; инициативность; умение действовать в предлагаемых обстоятельствах.

– ценностно-смысловые (ценностные) компетенции: отношение к деятельности (упорство, усидчивость, ответственность, добросовестность, работоспособность, дисциплинированность, исполнительность, увлеченность и удовлетворенность собственной деятельностью); безоценочное отношение к клиенту; адекватная самооценка.

Профессиональные компетенции, являющиеся элементом структуры личности, целесообразно формировать в процессе профессиональной подготовки в вузе в системе специально созданных условий [4, с. 39-45]. Эффективность процесса формирования профессиональных компетенций специалиста по сервису и туризму обусловлена следующими педагогическими условиями:

1. Целевыми (отбор содержания, методов, технологий обучения для эффективного формирования профессиональных компетенций будущих специалистов по сервису и туризму).

2. Реализация целевого условия требует переработки программ общепрофессионального блока, разработки содержания дисциплины, способствующей целенаправленному и эффективному формированию профессиональных компетенций специалистов. Исходя из анализа

государственного образовательного стандарта, программ представленного блока, можно констатировать, что их содержание ориентировано в большей степени на систематизированное и последовательное усвоение студентами теоретических знаний по предмету.

3. Содержательными (переработка программ дисциплин общепрофессионального блока с учетом требований к специалисту; разработка и внедрение в учебный процесс дисциплины, целенаправленно формирующей профессиональные компетенции будущих специалистов, сознательное отношение студентов к будущей профессиональной деятельности, заинтересованность студентов в повышении профессионального мастерства).

4. Технологическими (реализация идей личностно ориентированного подхода, проектирование процесса формирования профессиональных компетенций специалиста с использованием активных методов обучения, моделирование профессиональной деятельности).

Создание предпосылок для видения перспектив будущей деятельности обуславливает специфические особенности организации и содержания профессионального обучения, к числу которых относится необходимость активизации познавательной деятельности обучаемых, содействующей развитию познавательных возможностей, стремлению обучающихся непрерывно пополнять и совершенствовать свои профессиональные знания, расширять свой кругозор.

Важным компонентом профессиональной подготовки студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» является применение в процессе обучения профессионально ориентированных технологий,

использование заданий с применением метода имитации профессиональной деятельности, анализа производственных ситуаций. Это стимулирует познавательную мотивацию в области профессиональной деятельности, что ведет к осознанному принятию студентами личностных качеств, определяющих успех будущей профессиональной деятельности и повышению уровня их сформированности [5].

Отношение к будущей специальности во многом определяется характером учебной работы, в которой, как полагают многие исследователи, должна определенным образом моделироваться будущая профессиональная деятельность [6, с. 24-34]. Организация учебного процесса должна обеспечить переход учащегося из позиции студента в позицию специалиста, а затем «трансформацию учебной деятельности в профессиональную».

#### **Список источников:**

1. Третьякова, Т. Н. Методологические основы инновационной профессиональной подготовки будущего специалиста / Т. Н. Третьякова. – Челябинск : ЮУрГУ, 2000. – 199 с.

2. Журавская, Н. Т. Активизация самостоятельной работы студентов как фактор формирования их инновационного мышления / Н. Т. Журавская // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2010. – № 4. – С. 30–33.

3. Кельчевская, Н. Р. Формирование инновационной стратегии развития образовательных учреждений в системе «вуз-предприятие» : дис.... д-ра экон. наук / Кельчевская Н. Р. – Екатеринбург, 2004. – 357 с.

4. Шилова, М. И. Формирование конкурентоспособности выпускника вуза / М. И. Шилова, И. Л. Белых // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2010. – № 4. – С. 39–45.

5. Осипов, Ю. М. Инновационное проектное обучение студентов / Ю. М. Осипов, Н. Ю. Изоткина, Н. В. Чекчеева // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2007. – № 9. – С. 61–62.

6. Мартыненко, О. О. Инновационные решения в организации образовательного процесса в вузе / О. О. Мартыненко // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – № 2. – С. 24–34.

**ОСОБЕННОСТИ ДОВЕДЕНИЯ  
ОРИГИНАЛЬНЫХ ИДЕЙ ДО РЕАЛИЗАЦИИ  
В РАМКАХ ПРОЕКТА «ЧАЙНЫЙ ПУТЬ»**

Сергей Николаевич Пивень, к.и.н., руководитель

Клуб «Молодежь. Наследие, Туризм»

МБОУ СОШ № 64

г. Новокузнецк

Путь от абстрактного представления к реальному продукту, а от него к прибыли – это краткая формула, в которой заключается сущность инновационной деятельности и направление её осуществления.

Включение в жизнь новых созданных ресурсов, непрерывное появление новых способов обеспечения потребностей человека, динамичные социокультурные процессы изменения и человека, и общества, адаптация их к новым условиям жизни, позволяют определить формирующуюся в наше время новую цивилизацию как цивилизацию инноваций. Этим, прежде всего, определяется актуальность исследований проблем развития туризма в России. Возможности Московско-Сибирского тракта,

использованные в XVIII и XIX вв. для транзитных перевозок чая через Сибирь, определили его уникальность как сухопутного «Чайного пути». Выбор территории вдоль бывшей главной дороги в качестве перспективного объекта туристских посещений позволил определить ряд исследовательских проблем. Например, как более эффективно использовать Транссибирскую железнодорожную магистраль и современную автомобильную трассу, необходимые для туристских поездок, которые почти повторяют профиль старого гужевого тракта. Или, как самобытное историко-культурное наследие этой территории использовать ресурсом, стимулирующим здесь устойчивое развитие туризма и формирующим корпоративные отношения участников туристского рынка.

Проект развития туризма на «Чайном пути», пройдя в своем развитии несколько этапов, сегодня вышел на новый организационный уровень. О его поддержке заявили органы власти, профессиональные туристские объединения, предприятия туризма ряда регионов России, Монголии, Китая и других европейских государств. Перспективность Проекта подтверждена в ходе его реализации. Тем не менее, потенциал Проекта ещё не реализован в полной мере, понятно, что без инноваций не обойтись. Являясь важным элементом развития туризма, инновации выражаются в тенденциях накопления и видоизменения разнообразных инициатив и нововведений в туристской сфере, которые вместе взятые приводят к более или менее глобальным изменениям в туризме и трансформации его содержания и качества.

Обратим внимание на то, что признаком инновационной деятельности, основным её содержанием являются действия по доведению новых и оригинальных идей

до готовой товарной формы. Полный цикл инновационной деятельности в туризме предполагает наличие следующих основных этапов [1, 65-66]: турпроектирование (проведение маркетингового исследования конкретного рынка туризма); турпланирование (формирование из неконкретизированного турпроекта непосредственно самого тура как сопоставленной по времени, месту, последовательности, качеству и стоимости совокупности туристских услуг различных предприятий туристской инфра- и супраструктур); продвижение турпродукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое); сбыт (продажа) турпродукта; реализация турпродукта (организация тура и оказание входящих в турпакет услуг).

Исходя из специфики содержания инновационной деятельности в туризме, необходимо сделать акцент на её операциональном компоненте, осуществляющем исполнительную часть профессиональной деятельности и обеспечивающем получение необходимого результата. Этот компонент включает:

- фиксацию противоречия, создающего невозможность достижения цели традиционными способами, возможность это противоречие сделать предметом профессионального обсуждения, что способствует превращению проблемных ситуаций в инновационное действие;

- реализацию запланированной инновационной деятельности в реальных условиях, что предполагает не только целенаправленную экспериментальную деятельность, но и интерес к возможным неожиданным эффектам;

- разработку в ситуации неопределенности, когда нет готовых решений, мер по разрешению противоречия

посредством проведения исследования.

Многолетняя практика деятельности организаторов туризма на «Чайном пути» подтверждает важность учета операционального компонента инновационной деятельности, особенно при попытке решить проблему индивидуализации территорий через использование собственного культурного и исторического ресурса. В период транзита чая от признанного в то время центра чайной торговли Кяхты в европейскую часть Российского государства хозяйственная и общественная деятельность населения развивалась с учетом потребностей тракта и одновременно с учетом природных условий и наличия природных ресурсов. Это находило отражение в конструктивных приемах и архитектурно-художественном облике жилища, особенностях хозяйственных построек. Природные условия и тракт обусловили многообразие народного костюма. Природной средой и потребностями тракта была задана типология транспортных средств. Природные условия и тракт определили рацион питания людей. Как обо всем этом дать представление современному туристу? Одним из недостатков работы с туристами, особенно с иностранными, в сфере историко-культурного обслуживания на «Чайном пути» является то, что организаторы туров, зачастую, не представляют себе реально потребителя. Главной ошибкой, пожалуй, является та, что турорганизаторы пытаются «всучить» и россиянам, и иностранцам местные поделки и культурную программу, без учета того, что нужно каждой конкретной туристской группе. Для практического решения задачи (новый качественный уровень развития образования и формирования личности, как жителей конкретной местности, так и приезжающих туристов) необходим творчески разработанный сценарий развития, как

целостной концепции, так и отдельных направлений туризма. Необходим сценарий, который предусматривал бы решение задачи через многоуровневое погружение в проблему. Здесь налицо культуротворческий подход, когда человек через собственное восприятие и ассоциативную историческую память воспринимает прошлое, проигрывая историю предков, тем самым обретая живое, эмоционально-физическое знание о прошедшей эпохе и получая новый интеллектуальный импульс личностного развития.

Термины «культурный», «культурно-познавательный» или «познавательный» туризм, соответствуя английскому термину «cultural», определяют один и тот же вид туризма, целью которого в широком смысле является познание национальной культуры дестинации (места назначения, страны посещения). Он включает в себя поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой туристской дестинации. В кругу исследовательских проблем, связанных с перспективами cultural tourism находятся вопросы планирования и развития регионами, заинтересованными в привлечении туристов, специальных программ и мероприятий, способствующих повышению интереса к этим регионам как туристской дестинации, обладающей всеми необходимыми ресурсами.

Разновидностями культурно-познавательного туризма являются исторический туризм (historical tourism) и фольклорный туризм (folk-lore tourism). Исторический туризм включает, прежде всего, программы обслуживания туристов связанные с ознакомлением с историко-культурным наследием региона, фольклорный туризм – программы

обслуживания туристов, связанные с народным творчеством, обычаями, обрядами и другими явлениями народного быта. Предлагается авторский вариант структуры тематического плана познавательных туров, представленный двумя разделами. В разделе «Исторический туризм» предлагается выделить несколько направлений:

- туристские программы историко-краеведческой тематики (historico-regional-study tourism);
- этнографические туристские программы (ethnographic tourism);
- туристские программы историко-биографической тематики (historical and biographical tourism);
- туристские программы на базе исторических музеев (historical-museum tourism).

В структуре раздела «Фольклорный туризм» предлагается выделить туристские программы по следующим направлениям на основе:

- фольклорного изобразительного искусства (folk art);
- народной музыки и танцев (folk music);
- ресурсов народных промыслов (folk crafts);
- национальной кухни (national kitchen);
- народная архитектура (folk architecture);
- народные костюмы и вышивки (folk costumes and embroidery).

Новшества в туризме представляют собой творческую проработку новых идей, принципов, технологий, в отдельных случаях доведение их до типовых проектов, содержащих условия их адаптации и применения. Говоря о привлекательности исторических городов как объектов культурного туризма, необходимо в первую очередь отмечать, то, что характерно для данного города, то, что

выделяет его из числа других городов, связано с особенностями его положения, его исторических судеб. Проведение различных туристских акций «Города России на Чайном пути», несомненно, поспособствует созданию разнообразных и многопрофильных турпродуктов. А какой потенциал заложен в сибирской глубинке! Отметим, что деревянные избы, сельский быт, природные сибирские пейзажи, именно это привлекает урбанизированных россиян, а также интуристов-жителей Европы, и даже Китая.

Таким образом, инновационная деятельность позволяет получить результат в виде нового или недостающего на рынке продукта (товара, услуги), либо уже известного продукта с улучшенными характеристиками [2, 543], а чем разнообразнее и многопрофильнее турпродукт сферы культурного туризма в концепции развития туризма отдельных регионов, тем доходность сферы туризма в данной местности будет выше.

#### **Список источников:**

1. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. – М. : ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 448 с.
2. Ополченев И.И. Инновационные технологии повышения качества в сфере производства туристских услуг. М. : Финансы и статистика, 2007. – 154 с.

## **УЧЕБНЫЕ ПРАКТИКИ В СИСТЕМЕ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Надежда Николаевна Праздникова, к.г.н., доцент  
Алтайский государственный университет  
г. Барнаул

Основными видами практики студентов высших учебных заведений, обучающихся по основным образовательным программам, являются: учебная, производственная и преддипломная практики. Данные практики являются обязательным разделом программы и представляют собой вид учебных занятий, ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся в туристской деятельности. Реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных форм проведения занятий. Не случайно, учебным практикам студентов в новом образовательном стандарте уделяется особое внимание. Учебная практика может включать в себя несколько этапов. Например, ознакомительная практика в организациях любых организационно – правовых форм, практика по получению первичных профессиональных умений в учебных мастерских, лабораториях вуза и т.п. [1,с.18]. Целью учебной практики студентов по направлению «Туризм» является формирование у студентов общего представления о рекреационных ресурсах в различных регионах России, предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, характере взаимодействия с потребителем услуг, о месте и роли их как будущих специалистов в структуре объекта практики. В результате освоения программы учебных практик студенты получают

компетенции, которые позволяют им в дальнейшем успешно адаптироваться к условиям прохождения производственной практики и всего учебного процесса: ОК-4, ОК-6, ОК-12, ОК-13, ПК-13. Задачи практики:

- закрепить теоретические знания, полученные при изучении курсов учебного плана: «Введение в специальность», «Туристские ресурсы», «Культурология» и др.;

- отработать практические приемы и навыки первичного сбора материалов в полевых условиях;

- познакомиться с организацией и методиками проведения экскурсий по объектам культурно-исторического наследия;

- выработать навыки и умения по камеральной обработке полевого материала и составлению отчета о проведенных исследованиях;

- выявить предпосылки для развития туризма в изучаемом регионе;

- изучить основные компоненты индустрии туризма исследуемого региона;

- определить возможности для развития внутреннего и внешнего туризма изучаемого региона;

- сравнить туристские ресурсы данного региона и туристские ресурсы Алтайского края.

Практика проходит в три этапа:

1. Подготовительный (сбор информации и материалов о географическом положении, истории, экономике, туристской инфраструктуре и туристских ресурсах исследуемого региона; решение организационных задач; общее собрание группы, инструктаж по правилам соблюдения техники безопасности во время прохождения практики).

2. Экспедиционный (посещение культурно-

исторических памятников, памятников природы, объектов туристской инфраструктуры и др.)

Важным организационным моментом на данном этапе является разделение студентов на бригады для выполнения блока заданий. Примером задания является сбор материала для оценки рекреационной нагрузки на территорию и анализа туристской инфраструктуры (полевые наблюдения). В данном случае используется методика выборочных одномоментных суточных рекреационных нагрузок. Например, для анализа туристской инфраструктуры исследуемого района необходимо заполнить таблицу 1 и сделать соответствующие выводы. Собранный полевой материал в дальнейшем используется студентами на практических занятиях по теме «Оценка рекреационной нагрузки на территорию».

Таблица 1

Характеристика предприятий питания

Вид (кафе, ресторан и т.д.)	Кол-во предприятий на территории	Вместимость (чел.)	Виды предоставляемых услуг	Примечание (сезонность)

Во время экспедиционного этапа студенты ведут полевой дневник практики, где фиксируются основные события прошедшего дня, проводят анализ проводимых экскурсий. Ведение дневника позволяет отразить собственное видение ситуации на исследуемой территории. Результаты, записанные в дневнике, позволяют студентам более точно и объективно отразить информацию в итоговом отчете.

3. Камеральный. В результате составляется групповой отчет, дополненный фото- и видеоматериалами. Студенты выступают с докладом на факультетской конференции,

посвященной прохождению практикам, собранный материал используется в дальнейшем в их научно-исследовательской работе.

География прохождения учебной практики студентами группы «Туризм» достаточно широка: г. Санкт-Петербург и Ленинградская область, г. Калининград и Калининградская область, Нижегородская область и г. Нижний Новгород и др. Место прохождения практики зависит от вида учебной практики и бюджетного финансирования. Постоянно ведутся жаркие споры о целесообразности использования дальних регионов России как объекта учебных практик. Западные регионы России дают возможность оценить степень профессиональной востребованности специалиста по сервису и туризму в «продвинутых» туристских регионах, посетить уникальные туристские объекты не только в России, но и в зарубежной Европе. Однако сокращение времени учебной практики до двух недель ограничивает возможность выбора многих уникальных регионов России.

**Список источников:**

1. Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 Туризм [Электронный ресурс] : приказ Министерства образования и науки : [от 28 октября 2009г. № 489]. – URL : <http://rudocs.exdat.com/docs/index-89260.html>. – Загл. с экрана.

## **ТУР В БЕЛОМОРСКИЙ РАЙОН КАРЕЛИИ: ИННОВАЦИИ В СЕВЕРНОМ ВЕКТОРЕ ЭТНОТУРИЗМА**

<sup>1</sup>Василий Анатольевич Семенов, к.г.н., доцент,

<sup>2</sup>Наталия Викторовна Косарева, к.г.н., доцент

<sup>1</sup>Российская академия правосудия

<sup>2</sup>Российский государственный университет туризма и сервиса  
г. Москва

В актуальное время, при значительных экономических потрясениях стран Евросоюза и Северной Америки, в нашей стране возрастает интерес к внутреннему туризму. При этом большей популярностью пользуются туристические районы с развитой инфраструктурой и географической близостью к европейской части РФ. Карелия – один из таких туристско-рекреационных районов. Это предопределяет актуальность данного туристического исследования и его практическую направленность. В данной статье рассмотрены проблемы сервисной инфраструктуры Беломорского района Карелии, проблемы доступности достопримечательностей для осмотра, проблемы становления сервиса на изучаемой территории.

Рекомендуемые сроки заезда – июнь-август, что связано с минимумом атмосферных осадков, господством малооблачных погод, стаиванием снега, значительным световым днем и сравнительно высокими среднесуточными температурами в это время. Тур рассчитан на 7 дней/8 ночей.

Добраться до Беломорска можно двумя путями: на поезде и на автомобиле. Если воспользоваться поездом, то и из Санкт-Петербурга, и из Москвы (и из других городов России) нужно ехать в сторону Мурманска до станции «Беломорск». От ж/д станции «Беломорск» до города на такси или автобусе

около 15 км, в сторону Белого моря. Если же мы едем на собственном авто, за первый день пути реально добраться из Москвы до столицы Карелии, города Петрозаводска (около 1000 км), а на следующий день – попасть в Беломорск по федеральной трассе «Кола» (до С-Пб – М-10, а после – трасса М-18).

В городе Беломорске можно остановиться в 3-х гостиницах: отель «Гандвик» (ул. Первомайская, 18), гостиница «Беломорье» (ул. Воронина, 8), либо «Брандвахта», сделанная в виде пришвартованного корабля на одном из шлюзов Беломорканала (дер. Выгостров, ул. Порт-шоссе, 36а) [2, с. 39].

Первый день в Беломорске мы рекомендуем провести в прогулках по этому маленькому провинциальному городку, полюбоваться устьем р. Выг, посетить экспозицию Беломорского краеведческого музея (Беломорск, ул. Октябрьская, 5а), расположенного в здании средней школы. Там же находится неплохой сувенирный магазинчик. Также рекомендуем посетить Художественный салон г. Беломорска (ул. Октябрьская, 2а), где отмечено наибольшее разнообразие этнической сувенирной продукции карельского Беломорья [3, с. 98].

На второй день мы рекомендуем совершить экскурсию «19 шлюз Беломорско-Балтийского канала» (это можно сделать только через музей). Во время экскурсии турист получит сведения о драматических страницах создания Беломорканала, о технических особенностях шлюзов, о периоде ГУЛАГа и о многих других интересных вещах [1].

Третий день отдыха мы рекомендуем провести на экскурсии «Морская культура поморов», которая организуется Беломорским краеведческим музеем (тел.(81437)5-2605,

официальный сайт – [www.museum.ru/M1239](http://www.museum.ru/M1239)) [1]. Вы сможете прокатиться по беломорским шхерам на карбасе, посетить поморскую этно-деревню «Шижня» с рыбалкой, пробой ухи, пирогов, лесных грибов и ягод [1; 3, с. 97].

На четвёртые сутки пребывания в Беломорске рекомендуем посмотреть то, что многие туристические фирмы предлагают посетить за весьма внушительные деньги, – беломорские петроглифы. Мы же предлагаем добраться до них либо на своей машине, либо на такси или рейсовом автобусе Беломорск-Золотец (автобус № 1), 10-12 км до остановки «4 км». От остановки необходимо пройти пешком около 2,5 км по лесной тропе. Прямо от шоссе везде стоят деревянные указатели «Петроглифы»; заблудиться сложно. Осмотр петроглифов интереснее осуществлять без экскурсовода, но для привередливого туриста есть возможность прямо на месте получить квалифицированный рассказ учёного-археолога, которые регулярно трудятся на «Беломорских писаницах» в летний период. Поскольку из-за ремонта кровли павильон «Бесовы следки» закрыт, рекомендуем начать осмотр Старой и Новой Залавруги, идя от деревни Выгостров, и продолжить комплексом наскальных выбивок Ерпин пудас. На осмотр петроглифов нужно отводить не менее 3-х часов, если вы хотите действительно что-то увидеть и запечатлеть на фотоаппарат.

На пятый день, на своей машине или на автобусе «Беломорск-Сумский посад», можно посетить старинное поморское село Вирма (30 км от Беломорска) и осмотреть храм Петра и Павла (1625 г.), а также увидеть мореходную лодку времен Петра-1 между Сумским посадом и пос. Тегозеро.

На шестой день небезынтересно посетить село Тунгуда (автобус «Беломорск-Тунгуда» или на автомобиле) (90 км от

Беломорска), где находится народный дом им. Гужиева (этнографический музей тунгудских карел), а также часовня Спаса Нерукотворного XIX в. с каскадной крышей и стенами, имеющими повалы. Кроме того, в Тунгуде найдено более 150 археологических памятников. Недалеко от Тунгуды, близ пос. Нов. Машезеро, находится крупная тектоническая пещера, рай для любителей подземных красот.

Седьмой же день мы вновь рекомендуем провести в этом прекрасном северном городе. Советуем посетить лесопильно-деревообрабатывающий комбинат, а также рыбное хозяйство АО «Карелрыбфлот» в порту города, и просто пройтись ещё раз по тихим улочкам Беломорска.

Наш главный вывод состоит в том, что Беломорский район Карелии – перспективный район комплексного туризма. То, что мы предлагаем посмотреть в данной туристической разработке, остаётся за пределами известных туристических маршрутов (кроме петроглифов). Предлагаемая экскурсия сочетает в себе научно-познавательный, экологический туризм, спелеотуризм, рыбалку и проч. Турист увидит путевые достопримечательности разного плана: реки и озера, разные типы растительности, хозяйственные объекты, петроглифы и другие исторически-значимые объекты, памятники культуры и музеи.

Все эти особенности в сочетании с относительно легкой доступностью делают предложенный маршрут востребованным в современной индустрии сервиса, тем более что конечная стоимость тура не очень высока и находится в пределах 20 тыс. руб. с человека, в зависимости от способа доставки, типа гостиницы и питания, а также от оказываемых в пути дополнительных услуг (работа гида, страховка и проч.).

### **Список источников:**

1. Беломорск и Беломорский район. Туризм и отдых. [Электронный ресурс]. – URL : [http://www.belomorskmo.ru/turizm\\_i\\_otdih/kraevedcheskii\\_muzei.html](http://www.belomorskmo.ru/turizm_i_otdih/kraevedcheskii_muzei.html). – Загл. с экрана.
2. Карелия. Иллюстрированный путеводитель / К. Гнетнев [и др.]. – Петрозаводск : Скандинавия, 2007. – 46 с.
3. Стамбулян, Е. Р. Вокруг света. Карелия / Е. Р. Стамбулян. – М. : Вокруг света, 2009. – 155 с.

## **НОВЫЕ МЕТОДЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Мария Вячеславовна Марченко, преподаватель,  
Кристина Александровна Фролова, преподаватель  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачёва  
Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке  
г. Новокузнецк

В последнее время туристская отрасль в России переживает новый этап развития. Наблюдается смена приоритетных направлений деятельности туристских фирм и дополнительная поддержка государством таких видов туризма как внутренний и въездной. Развитие индустрии туризма, попытка привлечь иностранных туристов в Россию и заинтересовать отечественных граждан отдыхом на родине

влекут необходимость в квалифицированных специалистах для гостиничного хозяйства, ресторанного бизнеса, экскурсионных предприятий и других направлений туристской деятельности. Таким образом, перед учебными заведениями ставится задача подготовки высококвалифицированных специалистов для данной индустрии. При этом, исходя из последних изменений в области высшего образования, формируется четко определенный набор как профессиональных, так и общекультурных компетенций, которыми должен овладеть будущий специалист.

Для достижения такого рода задач в большинстве Высших учебных заведений Кемеровской области, которые занимаются подготовкой специалистов для туристской индустрии, применяются классические формы образовательного процесса: лекционные занятия и семинары. Необходимо отметить, что в последнее время популярность приобретают и нестандартные направления обучения. Например, на основе Кузбасского Государственного Технического Университета в г. Кемерово создана практическая лаборатория – Бюро путешествий, которое позволяет студентам на практике реализовывать знания, полученные в аудиториях.

Другим направлением подготовки студентов является проектная деятельность, предполагающая разработку и организацию проектов в сфере туризма. Примером такого образовательного процесса является деятельность филиала КузГТУ в г. Новокузнецке, на основе которого было создано студенческое объединение «Внимание».

В рамках работы данного объединения в 2012 году был реализован проект «Твори добро», который предполагал экскурсионную программу в этнографический музей «Чолкой»

в городе Белово для людей с ограниченными физическими возможностями. Для подготовки данного мероприятия студентами специальности «Социально-культурный сервис и туризм» под руководством преподавателей был разработан экскурсионный тур, который включал организацию транспортных услуг, экскурсионной программы, питания. Потребителями данного туристского продукта стали 15 детей с диагнозом ДЦП и заболеваниями опорно-двигательного аппарата, 10 новокузнецчан с ограниченными физическими возможностями. Перед студентами стояла непростая задача – от начала до конца разработать экскурсионную программу, учитывая все особенности физического состояния будущих потребителей. Необходимо было сформировать команду сопровождающего персонала, в которую вошли: экскурсовод, медицинский работник, лица сопровождающие детей, персонал, оказывающий помощь при транспортировке инвалидов-колясочников (подъем людей в автобус, транспортировка средств передвижения). В связи с осуществлением междугороднего переезда автотранспортного средства с детьми появилась необходимость сопровождения автобуса сотрудниками ГАИ, для чего участниками проекта была оформлена заявка, заранее оговорены все нюансы с организацией, предоставляющей транспортные услуги. Таким образом, студентами были пройдены все этапы разработки туристского продукта: начиная от зарождения идеи, заканчивая его апробацией.

При реализации благотворительного проект «Твори добро» студенты попробовали себя в роли туроператоров, экскурсоводов, руководителей туристской группы, самостоятельно подготовили необходимую туристскую документацию, заключили договора с транспортной

компанией, предприятием питания, музейным учреждением, познакомились с особенностями организации туров для людей с ограниченными физическими возможностями. При этом студенты овладели и рядом общекультурных компетенций: способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем; умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; способностью логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе; способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность; способностью к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; осознанию социальной значимости своей будущей профессии и обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональных обязанностей.

Проектная деятельность, как одно из направлений образовательного процесса не является новой и используется при подготовке специалистов различных специальностей и сфер деятельности. Предложенный, в данной работе проект направлен не только на подготовку будущих специалистов, но и на реализацию благотворительной деятельности для слабозащищенных слоев населения: воспитанников детских домов, людей с ограниченными физическими возможностями и других. Главной идеей создания студенческого объединения «Внимание» является совершенствование образовательного процесса через оказание экскурсионных услуг тем людям, которые в рамках тех или иных причин самостоятельно не могут познакомиться с историей и основными достопримечательностями родного города и области.

Реализация такого рода проектов имеет широкий общественный резонанс, студенты, ранее не проявлявшие интерес к деятельности объединения, постепенно стали вливаться в работу коллектива. После общения с «особенными» экскурсантами студенты самостоятельно стали изучать проблемы развития социального туризма в Кемеровской области, появились попытки осуществления помощи инвалидам на законодательном уровне.

В целом необходимо отметить, что организация работы такого рода объединения в Вузе оказывает положительный эффект как на образовательный процесс, так и на жизнь тех людей для которых реализуются данные проекты.

### **К ВОПРОСУ ОБУЧЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ**

Наталья Сергеевна Яшинская, ст. преподаватель  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачёва  
Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке  
г. Новокузнецк

В последнее время с ростом международного туризма значительно возрастают требования к уровню профессиональной компетенции специалистов в области социально-культурного сервиса и туризма, в том числе в сфере их профессиональной терминологии. Способность осуществлять профессиональную речевую коммуникацию на иностранном

языке, с использованием иностранной терминологии – это умение взаимодействовать с деловыми партнерами на уровне различных культур, принимая и понимая при решении профессиональных задач коммуникативной межкультурный контекст.

Интерес к различным проблемам терминологии неизменно растет. Это объясняется необычным ростом значимости терминологии в современном обществе. Термины являются составной частью лексической стороны, наполняя внутренним значениям категорию «языковой материал», конкретизируя его и «профессионализируя», иными словами, придавая ему значимость для той или иной предметной, профессионально значимой области общения.

Таким образом, основной лексической и понятийной единицей специального языка является термин. Термин – это слово или устойчивое словосочетание, которому предписано определенное научное и специальное понятие. Термины конкретной области знания или деятельности составляют отдельную терминологию.

При обучении терминологии используются такие зарекомендовавшие себя задания как:

- найдите в тексте русские эквиваленты данных английских терминов;
- дайте ваше определение следующих терминов;
- вставьте соответствующие английские термины вместо русских в скобках;
- переведите текст на английский язык, используя изученные термины;
- объясните значение ключевых терминов, используя приведенную модель;
- напишите краткое изложение, используя данную

терминологическую лексику.

Однако преподаватели нашего университета ищут и другие подходы к эффективному запоминанию терминологической лексики. Один из них - это комплексный подход, который включает в себя, во-первых, выделение базовых терминов в каждом подязыке. В туристической терминологии ключевыми являются такие термины как «tour package», «guided tour», «holiday package», «to book accommodation», «facilities», «reception desk», «room service», «reservation», «register», «check-in», «check-out», «coach». На основе данных терминов необходимо формировать понятийный аппарат данной терминологии.

Во-вторых, при введении ключевых терминов имеет смысл использовать как перевод, так и дефиниции, так как перевод не всегда передает точность значения слова. Перевод таких терминов, как «en-suite», «cancellations», «a-la carte», «walk-on service», «front desk», «buffet-style dinner», «tax free» при использовании обычного двуязычного словаря неэффективен и иногда даже вводит в заблуждение. Например, термин en-suite становится понятным при использовании дефиниции a bathroom which is directly connected to a bedroom or a bedroom which is connected to a bathroom; термин cancellations означает something cancelled especially a released accommodation; a-la carte-type of menu where each dish is individually priced; walk-on services-air services on which seats can't be reserved.

Одним из эффективных способов обучения лексике является работа с опорными словами. Опорные слова – это те важнейшие термины и фразеологизмы, которые встречаются в большинстве текстов по данной специальности. В процессе обучения пониманию незнакомых слов были важны

упражнения, отрабатывающие операции по сличению и идентификации новых слов с их словообразовательными моделями, которые должны быть заложены у студентов в долговременной памяти.

В настоящее время при обучении терминологии студентов туристского профиля можно использовать различные модели систематизации терминологии, наглядно демонстрирующие характерные связи между терминами. Например, виды туризма можно представить следующим терминологическим рядом: nature tourism, nature-based or nature-oriented tourism (природный туризм), wildlife tourism (биотуризм), wilderness travel (путешествие в дикую природу), adventure tourism (приключенческий туризм), agro tourism (сельский туризм), green tourism (зеленый туризм), sanfter tourism («мягкий туризм» - экологически и социально ответственный туризм), sustainable tourism (устойчивый туризм), nostalgie tourism (ностальгический туризм), business travel (деловой туризм).

При обучении терминологии в сфере туризма применяются различные классификации, которые значительно облегчают запоминание и экономят время. Предлагается несколько классификаций:

– гостиничный комплекс: Standard (средних размеров номер с основными удобствами), Cottage (отдельный дом для аренды), Junior Suite (номер , включающий кухню и две комнаты: гостиную и спальню), Executive Suite, Royal Suite, Premier Suite (разница между всеми видами номеров этой категории – в больших размерах и удобствах), Deluxe (люкс), Super Deluxe (супер – люкс), Suites (номер повышенной комфортности), Studio (однокомнатный номер или однокомнатная квартира с небольшой кухней), Apartment

(номер, приближенный к современной квартире, имеющий место для приготовления еды), Balcony Room (номер с балконом), Superior (комната большего размера, чем стандартная), Suite Senior (номер повышенной комфортности, как правило двухкомнатный);

– размещение в гостинице: DBL (двухместный номер с одной большой двуспальной кроватью), Twin (двухместный номер с двумя отдельными кроватями), SGL (одноместный номер), EXB (дополнительная кровать), Triple (трехместный номер), BO (размещение без питания), 5ad (пятиместный номер);

– вид из номера: Beach view (вид на пляж), Mountain view (вид на горы), Sea side view (боковой вид на море), ROH (размещение в отеле без уточнения типа номера и вида из окна);

– питание в гостинице: BB (завтраки), HB (полупансион), HB+ (расширенный полупансион), FB (полный пансион), FB+ (расширенный полный пансион с напитками местного производства, но в ограниченном виде), all inc (питание в течение дня, включая напитки местного производства в неограниченном количестве), ultra all inc (питание в течение дня, включая напитки импортного производства и дополнительные услуги), a-la carte (меню, в котором каждое блюдо указано со своей отдельной ценой).

Также при работе с лексикой используются туристические термины – клише, которые присущи только русскоязычным текстам. В этом случае студентам предлагаются варианты перевода, например, термин «горящие путевки» имеет британский эквивалент «late deals», в Америке этот термин переводят как «last-minute specials». В дальнейшем можно использовать эти термины при переводе

с русского на английский язык.

Таким образом, работа с дефинициями, с опорными словами, введение терминов целыми блоками или рядами способствует их запоминанию, развивает у студентов навыки языковой догадки и прогнозирования. Обучение терминологии студентов туристского профиля на основе комплексного подхода и различных классификаций позволяет работать с изучаемой терминологии не как с набором изолированных терминов, а как системой, что является основой эффективной работы со студентами.

**Список источников:**

1. Михайлов, Н. Н. Английский язык: гостиничный, ресторанный и туристический бизнес : учеб.пособие / Н.Н. Михайлов. - М. : ,2003. – 160 с.

**АНИМАЦИЯ КАК ВИД ГОСТИНИЧНОЙ ИННОВАЦИИ**

Антипина Ирина Александровна, студентка 1 курса

Научный руководитель:

Ирина Викторовна Свистунова, преподаватель

Тюменский государственный нефтегазовый университет

Гуманитарный институт

г. Тюмень

В оксфордском толковом словаре понятие «инновация» (innovation) разъясняется следующим образом: «любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего новатор или его компания получают преимущество перед конкурентами».

Термин «инновация», в современном его понимании,

первым стал применять. Шумпетер, который подчеркивал, что инновация - это существенная смена функции производимого, состоящая в новом соединении и коммерциализации всех новых комбинаций, основанных на использовании новых материалов и компонентов, внедрении новых процессов, открытии новых рынков, внедрении новых организационных форм [1].

В сфере услуг инновациями являются принципиально новые или существенно усовершенствованные методы их производства и предоставления (обслуживания), которые не могут быть обеспечены прежними производственными методами. Это туристские, банковские, консалтинговые услуги, другие сектора с ориентацией на новейшие информационные и коммуникационные технологии.

Базируясь на положениях генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС), в гостиничной сфере развивается инновационная деятельность по трем направлениям.

1. Внедрение нововведений (организационные инновации), связанных с развитием предприятия и туристского бизнеса в системе и структуре управления;

2. Маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов;

3. Периодические нововведения (продуктовые инновации), направленные на изменение потребительских свойств гостиничного продукта, его позиционирование и дающие конкурентные преимущества.

Таким образом, инновационная деятельность в сфере гостиничном бизнесе направлена на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование дополнительных гостиничных услуг, внедрение передовых

информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм организационно-управленческой деятельности[4.с.16.].

Значение инноваций в сфере гостиничного бизнеса:

- они вовлекают в производство новые производительные силы, способствуют повышению производительности труда и эффективности производства, сокращают различного рода затраты;

- повышают уровень жизни каждого человека и общества в целом за счет разнообразия и качества производимой продукции и услуг, удовлетворения потребностей населения;

- помогают привести в соответствие структуру производства со структурой изменившихся потребностей, способствуют поддержанию равновесия между спросом и предложением, между производством и потреблением;

- являются результатом применения творческих возможностей и знаний конкретной личности, человеческого интеллекта, что, в свою очередь, стимулирует дальнейший рост творческой деятельности.

Одним из видов инновационной деятельности в сфере индустрии гостеприимства можно считать гостиничную анимацию.

Гостиничная анимация – комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой гостиничного комплекса, преследующая цель реализации новой философии гостиничного обслуживания, повышения качества обслуживания, уровня удовлетворенности туриста

отдыхом и используемая в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из главных привлекательных услуг.

Иными словами, гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это часть туристской анимации, хотя и наиболее значимая.

Выбор конкретных форм анимационно-досуговой деятельности зависит от возможностей материально-технической базы отеля, его месторасположения и наличия инфраструктуры, контингента отдыхающих, уровня профессиональной подготовки работников досуговой сферы.

В странах западной Европы основной деятельностью анимационного сектора являются ежедневные программы развлечений, включающие в себя ассортимент бесплатных услуг анимации для взрослых и детей. Анимационный сервис наиболее развит в курортных зонах, где он способствует повышению аттрактивности туристских путешествий и качества отдыха. В курортных зонах всего мира существует четкое осознание того, что особая роль принадлежит организации досуга отдыхающих: игровым мероприятиям, активным соревнованиям, различным шоу и праздникам и т. д.

В России наиболее традиционные формы анимации – «День Нептуна» летом, строительство снежной крепости, создание ледовой скульптуры, игры в снежки зимой, «Рыцарский турнир», «Гладиаторские бои», проведение экстремальных игр «Последний герой», «Необитаемый остров».



Рис. 1. Формы организации досуговой деятельности

Анимация как самостоятельная отрасль гостиничного бизнеса появилась в России, когда 5 лет назад в первом отеле сети Heliopark Hotels&Resorts, подмосковном Heliopark Country Resort, впервые были организованы анимационные услуги, уже тогда отличавшиеся от западных образцов. С тех пор российский подход к анимации, адаптированный к потребностям и менталитету отечественных туристов, последовательно развивался специалистами сети.

Сегодня профессиональная организация анимационных программ по-прежнему является визитной карточкой отелей сети Heliopark Hotels&Resorts и обязательным атрибутом отдыха в загородных и курортных отелях сети.

Тюменские отельеры в целях распространения гостиничного продукта могут активно применять инновационные технологии в обслуживании гостей, в том числе и услуги аниматоров. Для этого в тюменской области есть все возможности:

1. Общий номерной фонд гостиничных предприятий тюменской области составляет 1475 номеров, что позволяет активно применять данный тип инноваций в сфере продвижения гостиничного продукта и повышения качества обслуживания [5.];

2. На территории тюменской области действует бизнес-инкубатор, который имеет возможности для поддержки анимационных инноваций в сфере гостеприимства [2.с.103.];

3. В городе Тюмени есть учебные заведения, где можно было бы подготовить профессиональных аниматоров (тюменская государственная социально-гуманитарная академия). В связи этими обстоятельствами рекомендуется заключить договора социального партнерства между крупными отелями г. Тюмени и соответствующими учебными заведениями с целью подготовки аниматоров.

Также необходимо совершенствовать информационные технологии в гостиничном обслуживании. Так, примером инновационных технологий являются виртуальные экскурсии по гостиничным комплексам, которые активно используются в отеле «Евразия»[3.с.120].

Инновационные процессы – неотъемлемая черта современного бизнеса. Именно за счет их осуществления можно добиться устойчивого развития в условиях постоянно меняющейся внешней среды.

#### **Список источников:**

1. Барановская, Н. В. Кризис заставил отельеров внедрять инновации / Н. В. Барановская // Российская бизнес-газета. – 2010. – № 746 (13). – 20 апр.

2. Кузьмина, Е. М. Становление гостиничного бизнеса в Тюмени / Е. М. Кузьмина // Туризм в социокультурном пространстве тюменского региона. – Тюмень : Изд-во ТюмГУ, 2006. – 184 с.

3. Кузнецова, Н. И. Проблемы подготовки специалистов туристского и гостиничного сервиса в условиях культуротворческой среды / Н. И. Кузнецова // Менделеевская ассамблея-2009. – Тобольск, 2009. – С. 120–121.

4. Немковский, Б. Л. Инновации: способность предложить новое качество / Б. Л. Немковский // Отель. – 2010. – № 7. – С. 16–22.

5. Обзор гостиничного рынка г. Тюмень [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iknow72.ru>. – Загл. с экрана.

## **ИННОВАЦИИ В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЦЫ**

Лидия Артуровна Крашенинникова, студентка 2 курса

Научный руководитель:

Ирина Викторовна Свистунова, преподаватель

Тюменский Государственный Нефтегазовый Университет

Гуманитарный Институт

г. Тюмень

На сегодняшний день гостиничная индустрия – одна из самых динамично развивающихся отраслей во всем мире. Профессии отельера, ресторатора, специалиста по туризму и сервису через несколько лет станут в России одними из самых престижных. Однако одной из существенных проблем является то, что уровень подготовки кадров для индустрии туризма в РФ еще не отвечает мировым стандартам. Молодому специалисту, приходящему в отрасль после обучения, приходится доучиваться или переучиваться на рабочем месте.

Вопросам профессионально значимых личностных качеств сотрудников, занятых в сфере туризма и гостеприимства, посвящены работы Г. И. Бабий, Н. А. Гулиева, Е. В. Кулагиной, Е. С. Романовой, Т. И. Тарелкиной, А. Н. Третьяковой, А. Д. Чудновского и др.

Г. И. Бабий считает определяющим фактором профессиональной подготовки менеджеров, занятых в сфере туризма и гостеприимства, формирование у них коммуникативной культуры, которая объединяет ряд специфических профессиональных навыков: профессионал должен уметь выслушать и понять, объяснить и доказать, спросить и ответить, убедить и переубедить, создать атмосферу доверительности в беседе и делового настроя в собеседовании, найти тонкий психологический подход к клиенту, разрешить конфликт, снять напряжение [3.с.146.].

Он выделяет ряд характеристик, которые составляют профессиональный портрет менеджера гостеприимства с точки зрения владения им коммуникативной техникой, строя, таким образом, коммуникативную профиограмму. Менеджер в области индустрии гостеприимства, в частности, должен:

- знать речевой этикет и уметь его использовать;
- уметь вести беседу, спор, дискуссию, диалог, переговоры и др.;
- уметь анализировать конфликты, кризисные ситуации, конфронтации и разрешать их;
- уметь аргументировать и убеждать, критиковать и опровергать, достигать соглашения и решения, компромиссы и конвенции, делать оценки и предложения;
- уметь снимать стресс, страх, адаптировать клиента к соответствующим условиям.

Разрабатывая портрет «идеального» менеджера для работы в гостиницах, Т. И. Тарелкина наибольший рейтинг присваивает таким личностным качествам, как коммуникабельность, ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, стрессоустойчивость, аккуратность, внимательность, обучаемость

[З.с.189.].

Сегодня каждому отраслевому предприятию приходится действовать в довольно быстро меняющихся социально-экономических условиях. Умения и знания сотрудников, необходимые им в деятельности, требуют регулярного поддержания и обновления.

Различают методы обучения персонала на рабочем месте, т.е. без отрыва от производства и обучение с отрывом от производства. К сожалению, в условиях ограниченного бюджета многие гостиничные предприятия используют метод обучения персонала без отрыва от производства.

Обучение персонала имеет несколько направлений:

- при поступлении нового сотрудника на работу (адаптационные программы);
- по результатам аттестации персонала, выявившей недостаточную квалификацию сотрудника;
- при назначении сотрудника на новую должность или при переводе его на другой участок работы;
- развивающее обучение для сотрудников, желающих повысить свой профессиональный или общий уровень развития;
- при изменении технологий работы или взаимодействия структурных подразделений предприятия, а также при планировании таких изменений;
- для поддержания рабочих умений и навыков и повышения эффективности выполнения сотрудником текущей работы.

Наиболее частая форма обучения персонала в гостиницах – внутрикорпоративные тренинги. Учебные планы, программы учебных занятий, в том числе тренингов, разрабатывают сами предприятия на основе

квалификационных требований к различным сотрудникам.

Затраты на профессиональное обучение должны принести отдачу в виде повышения эффективности деятельности предприятия. В гостиничном бизнесе многие программы обучения создаются не для выработки конкретных профессиональных навыков, а для формирования определенного типа мышления и поведения. Эффективность таких программ сложно оценить напрямую. При оценке эффективности конкретной программы используются следующие методы:

- наблюдение за поведением сотрудников на рабочем месте;
- оценка эффективности программы самими обучающимися с помощью анкетирования;
- тесты, проводимые до и после обучения.

Особенность обучения без отрыва от производства связана с тем, что сотрудник гостиницы должен хорошо ориентироваться на своем рабочем месте, иметь четкое представление о ресурсах и площадях гостиницы, о предоставляемых услугах, чтобы грамотно и полно информировать гостей. Сотрудники получают информацию о ресторанах, барах, банкетных залах гостиницы, магазинах и киосках, расположенных на гостиничных площадях, спортивном центре; часах их работы и предоставляемых услугах; о достопримечательностях города, развлекательных учреждениях, расположенных вблизи гостиницы и т.д. Широкий кругозор сотрудников позволит избежать негативных отзывов о работе персонала гостиницы. В связи с этим предлагается ввести в курс обучения персонала раздел «Тюмень: прошлое и настоящее», а также наладить производство печатной продукции по выпуску путеводителей

города с главными достопримечательностями и туристическими маршрутами. В качестве эталона можно использовать успешный опыт туроператора «ТУРТРАНСВОЯЖ», который уже несколько лет применяет данную практику на зарубежных маршрутах. Город Тюмень в последние годы становится центром делового туризма. В 2010 году гостиницы и другие средства размещения на юге Тюменской области разместили около 415 тысяч человек, что показывает увеличение загрузки отелей по сравнению с годом ранее на 9%. Число иностранных туристов составило около 2% из общего количества туристического потока. В целом объем туристического потока на юге Тюменской области, а в 2011 году составил около 1,43 миллионов человек, среди которых число иностранных путешественников составило почти 28 тысяч. Сравнивая показатели туристического потока с 2009 по 2011 года, можно отметить его значительное увеличение. За два года этот показатель увеличился на 11%, что свидетельствует о высоком росте и развитии индустрии туризма и гостиничного бизнеса региона[4].

Внутрикорпоративное обучение экономически выгодно, т.к. в гостиницах по одним и тем же программам обучают, как правило, достаточно большое количество персонала. Внутрикорпоративные тренинги имеют и тот плюс, что их содержание точно сориентировано на потребности гостиницы [1.с.135]. В то же время, обучаясь во внешней организации, сотрудники могут обмениваться информацией и опытом с работниками других предприятий индустрии туризма. Могут воспользоваться дорогостоящими учебными программами и оборудованием, услугами высококвалифицированного обучающего персонала. Таким образом, выбирая форму обучения, необходимо найти баланс между плюсами

и минусами каждой из них в зависимости от потребностей и возможностей организации.

Профессиональное развитие персонала повышает результативность работы предприятия, удовлетворенность гостей; растет доход гостиницы, укрепляются ее позиции на рынке. Сами сотрудники, повышая квалификацию, приобретая навыки и знания, становятся более конкурентоспособными на рынке труда, получают дополнительные возможности для профессионального роста как внутри, так и вне компании. Обучение персонала способствует росту мотивации, удовлетворенности работой, преданности организации, созданию благоприятного климата в коллективе. [2.с.105.]

Необходимость в хорошо обученных работниках с опытом работы в индустрии гостеприимства и проблема большой текучести рабочей силы предопределяют актуальность эффективного планирования кадров. В последние годы кадровое планирование стало таким же важным делом в процессе управления предприятием, как планирование финансов. Кадровое планирование, связанное с общим развитием компании, должно учитывать изменения внешних факторов.

На основании исследования можно сделать вывод, что на сегодняшний день существует противоречие между необходимостью наличия у кадров, занятых в сфере туризма, определенных профессиональных качеств и недостаточным вниманием, уделяемым этому вопросу в рамках профессиональной подготовки, что приводит к необходимости разработки собственных программ подготовки персонала, в которых этим вопросам отводится существенное место особенностям экскурсионного обслуживания гостей.

### **Список источников:**

1. Кузнецова, Н. И. Проблемы подготовки специалистов туристского и гостиничного сервиса в условиях культуротворческой среды / Н. И. Кузнецова // Менделеевская ассамблея-2009. – Тобольск, 2009. – С. 134–138.
2. Папирян, Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) : учебник / Г. А. Папирян. – М. : Экономика, 2008. – 208 с.
3. Федцов, В. Г. Культура сервиса : учеб.-практич. пособие / В. Г. Федцов. – М. : Дашков и К, 2008. – 512 с.
4. Портал про гостиничный бизнес [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.prohotel.ru>. – Загл. с экрана.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ – ДВИГАТЕЛЬ ТУРИНДУСТРИИ**

Вячеслав Сергеевич Русенчик, студент 5 курса

Научный руководитель:

Марина Викторовна Хортова, к.п.н., доцент

Хакасский государственный университет

имени Н.Ф.Катанова

г. Абакан

Туризм сегодня – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепи и туристические корпорации всего мира. Современный турпродукт становится более гибким и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя.

С развитием Интернета, представители всех видов бизнеса стремятся занять свою нишу во всемирной паутине.

Оно и понятно, ведь Интернет дает множество преимуществ и возможностей, таких как: скорость, удобство, доступность и надежность. Способствует проникновению во все сферы общества новых информационных технологий. Эти технологии обеспечивают рост производительности в сфере туристских услуг.

Для современного туристского бизнеса характерна очень высокая зависимость от наличия актуальной постоянно обновляемой информации, т.е. менеджер организации, специализирующейся на туристском обслуживании, должен получать информацию либо с минимальным запаздыванием во времени, либо без запаздывания (в режиме online). Это стало возможным с появлением глобальной сети Интернет, связавшей воедино все компьютеры мира и обеспечившей мгновенную и надежную передачу информации в едином мировом информационном поле. Именно Интернет дает возможность общения и передачи информации между любыми компьютерами по всему миру.

Широкое применение интернет-технологий становится одной из актуальнейших задач в индустрии туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, информация о наличии и доступности тех или иных туров, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов – весь комплекс этих вопросов становится актуальным для организации текущей и будущей деятельности туристских предприятий.

Без Интернета невозможно представить деятельность современной туристической фирмы, Интернет используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристической компании, начиная от поиска и привлечения

клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента и заканчивая формированием турпродукта.

В России одним из сдерживающих факторов для бурного и качественного роста является низкая информационная грамотность и слабые коммуникации. Пока не многие Российские турфирмы серьезно относятся к продаже путевок через Интернет и предоставления возможности туристам самостоятельно составлять тур, в то время как за рубежом уже активно используют данное преимущество. Туроператоры и турагенты используют лишь небольшой его потенциал – бронируя билеты, подбирая туры для клиентов и используя свой сайт как электронную визитку. На наш взгляд, это не совсем правильно.

В настоящее время отечественная индустрия туризма, в которой были использованы «лежащие на поверхности» резервы развития, нуждается в методах управления, которые дадут ей возможность выжить в конкурентной борьбе на мировом туристском рынке.

Один из путей преодоления проблемы – использование современного инструментария среды Интернет. Используя преимущества Интернет-технологий, современная туристическая компания, уверенно и успешно работает сегодня, закладывая фундамент завтрашнего процветания.

Большинство турагентств и туроператоров различных регионов России имеют неодинаковый уровень использования инструментария среды Интернет. Кто-то стремится использовать все современные возможности Интернет пространства, а кто-то даже о них не осведомлен.

Анализ деятельности турфирм республики Хакасия в Интернет среде, показал, что использование online-инструментария сводится в основном к наличию собственного

web-сайта, либо его отсутствию вовсе.

Всем известно, что информационные технологии, в том числе и Интернет, находятся в постоянном развитии, появляются новые возможности.

Каждый день возникают новые идеи, которые могут изменить привычный уклад жизни. Интернет пространство – область, открытая для свежих идей и новаторства. Если раньше деятельность турфирмы в интернет среде ограничивалось созданием сайта, то сегодня этого явно недостаточно для ведения конкурентоспособного бизнеса.

Следовательно, чтобы определить уровень использования современного online – инструментария туристских предприятий республики Хакасия, необходимо было проанализировать турфирму «XXX». Анализ турагентства помог выявить основные проблемы, касающиеся большинства турфирм как республики Хакасия, так и других регионов в целом.

Таким образом, необходимо дать следующие рекомендации, которые позволят повысить эффективность использования online-инструментария, способствующего усилению конкурентных позиций турфирмы «XXX» на рынке туруслуг:

1. Одной из самых важных характеристик сайта является юзабилити. Это такая характеристика сайта, которая позволяет пользователям легко и приятно искать информацию. Как правило, юзабилити зависит от структуры, скорости работы, дизайна и функциональных возможностей сайта.

2. Информация на сайте должна быть систематизирована и структурирована, чтобы посетитель смог без труда найти нужную ему информацию не более чем за три перехода по гиперссылкам страниц. Это требование получило

название «правило трех кликов». Очень важно, чтобы в каждом разделе сайта информация постоянно обновлялась и была актуальной. Устаревший контент может «испугать» посетителя сайта, который больше никогда не зайдет.

3. Внимание также необходимо уделить такой характеристике как скорость работы. Необходимо сделать так, чтобы сайт быстро загружался, не зависал, а для этого он не должен быть перегружен лишней текстовой и графической информацией.

4. Веб – дизайн и фирменный стиль – две характеристики, которые очень связаны между собой и не должны противоречить друг другу.

Веб-дизайн должен быть яркий, сочный, но в то же время не отвлекающий посетителя от информации, за которой он пришел. Описание турбаз, туров, экскурсий должно быть выполнено понятно и аккуратно. Неотформатированный текст будет сливаться и не позволит посетителю выделить самое основное и необходимое. Для этого нужно выбрать красивый и читабельный шрифт, выделить его, при необходимости подчеркнуть и изменить цвет. Сделать стильный и яркий дизайн описания всех турбаз и туров. Также необходимо разместить фотогалереи рядом с описанием для наглядности.

Что касается фирменного стиля, то у любого проекта должна быть ярко выраженная концепция развития. Именно концепция является основой корпоративного стиля. А стиль – основой дизайн. На сайте турфирмы «XXX» обязательно должны присутствовать логотип и слоган. Сайт должен также быть выполнен в своих фирменных цветах.

5. Сайту турфирмы «XXX» также необходимо заняться оптимизацией под требования поисковых систем. Основной поток клиентов идет от поисковых систем. Оптимизированный

код это, по сути, правильно подобранные ключевые слова и фразы на сайте, которые будут отражены в запросах потенциальных клиентов. Для того чтобы сайт турфирмы «XXX» занимал хорошие позиции при поиске в основных поисковых системах, необходимо тщательно подобрать ключевые слова, в наибольшей степени охватывающие аспекты и содержание Web-страницы. При регистрации желательно регистрировать не только начальную страницу сайта, но и ряд других страниц. В принципе, если с главной страницы по ссылкам можно попасть на любую из страниц Web-сайта, можно зарегистрировать только главную страницу, и поисковая машина через некоторое время обойдет весь сайт. Необходимо поставить себя на место потенциальных клиентов и придумать перечень ключевых слов. Необходимо расширить перечень использования ключевых слов и фраз, которые помогут сайту турфирмы «XXX» выйти на высокие позиции. Для этого в первую очередь, надо заполнить поля «Название страницы», «Описание страницы», «Тэги» и т.д.

6. Необходимо создать мультиязычный сайт турфирмы «XXX». Турагентства ведет переговоры с клиентами зарубежных стран, но отсутствие других языков, становится барьером и как следствие потерей клиентов.

7. На сайт турфирмы «XXX» необходимо внедрить современные модули, типа «онлайн-бронирование туров» и «поиск туров». Альтернативой онлайн-бронирования может послужить онлайн-заявка на подбор тура. Данные возможности действительно полезны и удобны для туриста. Возможность оставить виртуальную заявку на тур клиенты используют достаточно часто.

8. На сайте необходимо создать форум с таким разделами, как онлайн – консультации, отзывы туристов,

гостевая книга, где могут быть даны рекомендации и предложения. Форум позволит вести диалог с клиентом и клиентам между собой. Как правило, форум повышает активность и посещаемость сайта.

9. Большим плюсом для сайта было бы наличие электронного каталога или буклета. Необходимо разработать электронный каталог турфирмы «XXX», где размещались бы все предоставляемые услуги с их описанием и фотографиями. После чего его разместить на сайте в отдельном разделе. Любой желающий клиент его мог бы скачать и посмотреть на компьютере.

10. На сайте турфирмы «XXX» необходимо разместить современные виджеты и online сервисы, повышающие технологичность и функциональность сайта:

- online сервис Gismeteo – прогноз погоды, который позволит в режиме реального времени отслеживать погоду в некоторых городах

- счетчик посещений. Установив счетчик, вы всегда будете знать, какая посещаемость у сайта, откуда приходят посетители, по каким запросам с поисковых систем и другую информацию о посещениях сайта. Появится возможность узнать в какие часы, дни, недели, месяцы была наибольшая активность у сайта. Данный анализ поможет выявить сезонность для турфирмы «XXX» и тем самым разработать необходимые туры, маршруты и специальные предложения.

- онлайн-консультант. Клиент может задать интересующие вопросы в режиме реального времени менеджеру, к которому подключен этот сервис. В том случае, если сотрудник турфирмы занят, турист может оставить адрес электронной почты и консультант ответит ему позже.

Все перечисленные рекомендации касались

исключительно web-сайта турфирмы «XXX». Но как уже говорилось выше, наличием сайта сегодня особо никого не удивишь. Поэтому рассмотрим, как расширить возможности использования современного online-инструментария для турфирмы «XXX».

Во-первых, это регистрация в социальных сетях. Реклама турагентства в социальных сетях – довольно эффективный способ Интернет рекламы туристских услуг и продвижения туристического продукта, который в данный момент широко используется туристическими компаниями. Необходимо создать персональную страницу или группу турфирмы «XXX» в социальной сети «вконтакте» с полной базой данных турбаз, туров, с их описанием и фотоальбомами. Данный сайт является самым посещаемым сайтом России. Ежедневное количество уникальных посетителей около 30 млн. пользователей. Данная социальная сеть по сути является рекламной платформой, она обладает большими возможностями. Можно разместить всю необходимую информацию о турфирме, контактах, видах деятельности, создать базу данных турбаз, туров и маршрутов. Также имеется большое количество фильтров для поиска целевой аудитории, начиная от возраста и города и заканчивая интересами людьми. Регистрация в соцсети бесплатная и такую возможность необходимо использовать.

После регистрации турфирмы «XXX» в социальной сети, необходимо произвести связь между сайтом и персональной страницей «вконтакте». Для этого администрацией соцсети были разработаны специальные виджеты и кнопки для размещения на своих сайтах.

Во-вторых, необходимо расширить использование интернет-рекламы.

Реклама турагентства – это залог успеха Вашего дела, поэтому стоит воспользоваться всеми доступными средствами, существующими сегодня. Интернет реклама в туризме является неотъемлемой частью рекламной стратегии любой турфирмы. Интернет реклама помогает в организации продажи туров, в оповещении потенциальных клиентов о горящих предложениях, в ознакомлении с новыми туристическими направлениями и не только. Прежде чем размещать рекламу в Интернете, необходимо определить вид деятельности турфирмы, кем является предприятие: турагентом или туроператором, а также на какую целевую аудиторию направлено рекламное обращение. Мелкому турагентству не имеет смысла размещать интернет рекламу на крупных туристских порталах России, где цена за рекламное обращение довольно велика. Целесообразней будет рекламировать услуги на региональных сайтах туристской направленности с высокой посещаемостью.

Следовательно, нужно разместить баннерную рекламу на крупных порталах регионального значения. Баннерная интернет реклама турфирм на данный момент является наиболее эффективным способом продвижения сайта туристической фирмы и услуг, предоставляемых ею.

Также можно использовать такой вид интернет-рекламы как контекстная. Контекстная интернет реклама туристических услуг направлена непосредственно на заинтересованного потребителя, который ищет те же услуги, которые может предложить ваша фирма. Главной особенностью этого вида рекламы является то, что рекламодатель платит исключительно за целевые переходы, а не за абстрактные «показы».

Интернет дает возможность проводить массовые

рекламные кампании при минимальных затратах. Если публиковать коммерческую информацию в популярном электронном издании, она станет доступной миллионам людей всего мира не на один день, а на месяц, квартал, год. За сравнительно небольшие деньги в Сети можно разместить самые обширные сведения о фирме, ее товарах и услугах, условиях работы с клиентами и т.д.

Таким образом, интернет-технологии можно сравнить с двигателем автомобиля. Чем лучше и современнее двигатель в машине, тем она быстрее и мощнее. Соответственно, чем современнее использование интернет-технологий, тем качественнее и эффективнее работа предприятия туристической индустрии. С каждым годом появляются новые инструменты и возможности в среде Интернет, поэтому необходимо идти в ногу со временем, быть мобильным и тогда Ваше предприятие будет обязательно конкурентоспособным. Отсутствие же использования современного инструментария будет серьезно тормозить деятельность предприятия туристической сферы в столь вечно изменяющемся мире информационных технологий.

## СОЗДАНИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТЕМАТИЧЕСКОГО ПАРКА

Татьяна Алексеевна Холодова, студентка 2 курса

Научный руководитель:

Ольга Валерьевна Елисеева, к.э.н., доцент

Южно-Российский государственный университет  
экономики и сервиса

г. Шахты

Пришло время, когда возникла потребность создавать и развивать не только развлекательные центры, но и развлекательно-познавательные комплексы разной направленности. К примеру, литературные, мультипликационные, исторические и др. И такую роль могут выполнять тематические парки. Однако, несмотря на имеющийся зарубежный опыт его не всегда безболезненно можно перенести из одной культуры в другую. Настоящая работа как раз и является попыткой систематизировать опыт ряда стран, в том числе и России, в этой области.

Сейчас в нашей стране активно развивается новая отрасль сферы услуг – это услуги по организации отдыха и развлечений, предоставляемые многопрофильными развлекательными центрами. Развлекательный центр – это совокупность предприятий услуг, осуществляющих свою деятельность на правах аренды и предоставляющих посетителям услуги разноплановых форм отдыха, размещенных в одном или нескольких зданиях, в границах единой территории и управляемых как единое целое. Особое место этой в сфере занимают развлекательные парки. Парк развлечений – это обобщенный термин, включающий

некоторое количество аттракционов и других видов развлечений на одной территории. Их условно делят на парк аттракционов и тематический парк.

В своей работе мы хотели бы описать необходимость создания парка в Ростовской области. Тематический парк – это парк развлечений, аттракционы, окружающая обстановка, обслуживающий персонал, который стилизован под определённую тематику. Тематические парки – сравнительно молодая и динамично развивающаяся отрасль экономики, которая при грамотном и дальновидном планировании может приносить немалый доход. Инфраструктура сервиса очень востребована, но не в полной мере реализована. Эту проблему отмечают на самом высшем уровне.

Один из самых известных в мире, из ныне действующих, тематических парков – «Диснейленд», построенный в странах США, Франция и Китай. Одни из первых тематических парков появились в США. В 1955 году Уолт Дисней построил знаменитый Диснейленд, вложив в дело 17 млн долл. Новый парк площадью 180 акров изначально проектировался как экономический объект, нацеленный на получение прибыли. С тех пор тематические парки распространились по всему миру, образовав самостоятельную индустрию.

12 апреля 1992 года открылся парижский Диснейленд. Он занимает 2 тыс. га и расположен в 32 км от Парижа. Строительство Евродиснейленда обошлось в 1,5 млрд долл. Однако следует отметить ошибки, которые были допущены создателями на этапах подготовки, планирования и начала эксплуатации. Это решение о том, что гости будут добираться в парк воздушным путем. Не достаточно продуманным также оказался учет специфики местного рынка, культуры,

социально-экономической ситуации.

Диснейленд, открывшийся 12 сентября 2005 года в Сянгане, стал самым маленьким в семье Дисней-парков, его площадь всего 126 га, а штат – 5 тыс. человек. При проектировании парка были учтены ошибки и использованы принятые в фэн-шуй представления о гармонии, богатстве и счастье, поэтому ландшафты китайского Диснейленда изобилуют холмами, извилистыми дорожками, ручьями, фонтанами и водопадами.

По подобию Диснейленда создана испанская «Терра Митика», при проектировании которого были учтены ошибки соседей – парижского Диснейленда. «Терра Митика» – Земля мифов, явилась одним из самых успешных проектов тематического парка (количество посетителей превысило миллион). Он находится в Бенидорме и занимает более миллиона квадратных метров. Правительство Валенсии вложило в его строительство около 367 млн долл. Территория парка разделена на пять тематических зон, в каждой из которых есть развлечения для людей самых разных возрастов. В аттракционах и театрализованных зрелищах используются новейшие технологии: голограммы, робототехника, 3D-визуализация. Парк Терра Митика использует стратегию дифференцированного ценообразования, которая направлена на привлечение нескольких целевых аудиторий. Для каждой из них разрабатывается отдельная маркетинговая политика [2].

Несмотря на недоработки и ошибки, допущенные создателями в начале своей работы, они все же, по большей части, смогли найти выход из создавшейся ситуации и вывести свои парки на мировой уровень. Как показали исследования рынка тематических парков, основная часть потенциальных

посетителей должна жить от них не более чем в двух часах езды. Расчет на несколько целевых аудиторий и обладание возможностями, позволяющими удовлетворить спрос любой категории потребителей.

Примером тематического парка в России является Дино-Парк – это первый в РФ тематический парк детских аттракционов, находящийся в Санкт-Петербурге, явившийся заповедником динозавров, уцелевших среди развалин империи инков. Центр развлечений Дино-Парк оснащен кафе, в котором есть кинозал, где в соответствии с темой парка демонстрируют фильмы про динозавров.

Национальным парком развлечений в России можно считать резиденцию Деда Мороза, находящуюся в старинном городе Великий Устюг. Резиденция деда мороза не что иное, как тематический парк-отель. Там находится усадьба Деда Мороза – огромный терем, выполненный в традиционном русском стиле[1]. Существующая инфраструктура (гостиницы, рестораны, кафе, музеи) не была рассчитана на, то количество туристов, которое приходится на период зимних каникул. В настоящее время проводится работа по расширению инфраструктуры развлекательных услуг: увеличивается количество гостиниц, пунктов питания, оптимизируется транспортная система и т.д. В проекте строительство представительства резиденции Деда Мороза в городе Сочи, приуроченной к Олимпиаде 2014 года.

Отдельно хочется упомянуть о действующем тематическом парке «Добродея» в Анапе в состав, которого входят «Казачье подворье» и «Царство Берендея». В основу проекта «Добродея» положена идея возрождения народных традиций через соприкосновение с образами русских народных сказок, историей казачества.

Цель создания парка «Добродея» познакомиться с историей, бытом и обычаями, песнями и кухней кубанского казачества, уникальной этнографической экспозицией «Казачье подворье». В тематическом парке работает казачий музей, а также фольклорный ансамбль. Все на хуторе устроено как в старину: удобная хата с печью, старинным убранством и образами в красном углу, на заднем дворе – сад, огород, птичник. Один из вариантов целей, которые преследовали создатели – популяризация представлений о быте кубанского казачества. Вторая часть парка «Добродея» представляет собой Сказочный лес, в котором оживают герои русских народных сказок. Также в тематическом парке проходит театрализованное представление [5]. Идея создания тематических парков в России нашла свое отражение в разработке перспективного плана строительства «Города Мастеров» в Москве. Площадью около 7000 квадратных метров парк появится в составе одного из действующих торговых центров. Рассчитывается, что в парке «Город Мастеров» будет создано 50 игровых секций, каждая из которых является ролевой игрой, моделирующей одну из профессий взрослых. Создание развлекательного комплекса является одним из элементов рекреационной инфраструктуры. Объем инвестиций оценивается в 11 миллионов евро, срок окупаемости составит семь-девять лет [4].

Проект подобного типа тематического парка в Ростовской области – «Казачья станица» находится в разработке. Целью данного парка является сохранение и восстановление истории и культуры донских казаков. Предположительно, «Казачья станица» рассчитана на потребителей городов таких как Ростов-на-Дону, Новочеркасск, Шахты, Новошахтинск, Гуково, Зверево,

Красный Сулин, Донецк и Каменск, районы: Красносулинский, Родионово-Несветайский, Октябрьский, Багаевский, а так же приграничные районы восточной Украины.

Планируется, что в него войдут ремесленные мастерские и домики-курени для временного проживания. Кроме этого, создание данного комплекса призвано улучшить инфраструктуру Донского побережья. Помимо этого учтены перспективы проведения Олимпиады в Сочи в 2014 году и Чемпионата мира по футболу в 2018 году, который будет проводиться на территории Ростовской области. Создание тематического парка «Казачья станица» будет способствовать развитию региона и экономическому росту. Также следует обратить внимание на культурные аспекты. В данном парке будет передана культура и атмосфера казачьего быта. Исходя из сложившейся ситуации и растущей потребности населения, появляется необходимость в создании выгодно расположенных развлекательных массовых центров, которые нужны для организации досуга и отдыха на территории Донского края.

#### **Список источников:**

1. Дино-Парк – парк динозавров, детских аттракционов и развлечений в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dino-park.ru/>. – (дата обращения: 9.12.2011).
2. Кудрявцева, О. В. Тематические развлекательные парки: зарубежный опыт и российские перспективы / О. В. Кудрявцева, М. Д. Твердохлебова // ЭКОREAL. – 2008. – № 6.
3. Резиденция деда Мороза [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.severgrad.com/votchina.html>. – (дата обращения: 9.12.2011).
4. Тематический парк «Город Мастеров» появится в Москве [Электронный ресурс]. – URL:

<http://malls.ru/rus/news/36189.shtml>. – (дата обращения: 15.12.2011).

5. Тематический парк «Добродея» в Анапе [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kudanamore.ru/-anapa/guide/tematicheskij-park-dobrodeya-v-anape/>. – (дата обращения: 7.12.2011).



***II. ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННЫЙ  
ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНОВ РОССИИ***

## **ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СПОРТИВНО-ТУРИСТСКОГО ОСВОЕНИЯ ЮЖНОЙ ЧАСТИ КУЗНЕЦКОГО АЛАТАУ**

Игорь Викторович Гуляев, МС по туризму,  
Заслуженный путешественник России, методист  
МОУ ДОД «Военно-спортивный центр «Патриот»  
г. Новокузнецк

Кузнецкий Алатау – крупный геоморфологический район в системе Алатауско-Шорского нагорья. Последнее является частью Кузнецко-Салаирской области в составе Алтае-Саянской горной страны. По схеме рекреационного районирования, разработанной Российской международной академией туризма в 1996 году, относится к горному подрайону Обско-Алтайского района Южно-Сибирской подзоны Сибирско-Дальневосточной рекреационной зоны [1].

Наиболее значительные отметки высот сосредоточены в южной части Кузнецкого Алатау – хребтах Тигер-Тыш и Кара-Тас, где они превышают 2000м (в. Большой Зуб - 2045 м, в. Молния - 2137 м, в. Верхний Зуб - 2178 м и др.). В хребте Кара-Тас находится высшая точка всего Кузнецкого Алатау с отметкой 2217 м. Именно эта часть Кузнецкого Алатау – от широтного участка долины р. Томи на юге до в. Двуглавой на севере, вот уже более 50 лет является зоной притяжения туристского интереса. Интерес этот обусловлен удобным транспортным положением, близостью к источникам рекреационного потока, сочетанием разнообразных типов ландшафтов на очень компактной территории и почти полным отсутствием (за исключением Терень-Казырского хребта) промышленной хозяйственной деятельности. В целом южная часть Кузнецкого Алатау является типичным горно-таежным

районом с достаточно разнообразным набором естественных препятствий. Из локальных препятствий наиболее характерными являются перевалы, вершины, траверсы гребней и переправы. Из протяженных препятствий определяющими являются растительный покров, представленный таежными зарослями, осложненными высокотравьем, завалами, скрытыми в высокой траве камнями, кустарниковыми зарослями, и ольховым и березовым стлаником. Перечень классифицированных перевалов среднегорья России содержит сведения о 132 перевалах Кузнецкого Алатау, большинство из которых находится в его южной части. В пределах описываемой территории возможно проведение спортивных пешеходных и лыжных маршрутов до 4 к.с. включительно. Несмотря на то, что большая ее часть расположена в пределах Усть-Абаканского и Аскизского административных районов республики Хакасия, туристское освоение осуществляется почти исключительно со стороны Кузбасса.

По имеющимся сведениям, одним из самых первых сложных путешествий по южной части Кузнецкого Алатау был лыжный поход в феврале 1958 года группы студентов Новокузнецкого государственного педагогического института по маршруту: станция Калтас – станция Аскиз. Руководил походом В.Я. Северный. Участниками были члены туристской секции, организованной В.Я. Северным на базе Естественно-географического факультета НГПИ в 1957 году. К этому времени в Новокузнецке уже несколько лет существовала секция туризма при городском Спорткомитете. Возглавлял ее один из пионеров туризма в Кузбассе Алексей Степанович Морозов. По воспоминаниям В. Я. Северного, это был страстный пропагандист туризма и отличный фотограф. В 1955 году он прошел маршрут в районе хребта Тигер-Тыщ,

поднялся на Большой Зуб. В августе 1959 года группа студентов ЕГФ НГПИ под руководством В. Я. Северного прошла от станции Лужба по р. Амзас до его истока, поднялась на в. Средний Зуб, затем перевалила в долину р. Бельсу и поднялась по ней до р. Верхняя Тайжасу. По Верхней Тайжасу группа совершила восхождение на в. Верхний Зуб и тем же путем вернулась в Лужбу.

К середине 60-х годов район становится известным далеко за пределами Кузбасса. В марте 1964 года в южной части Кузнецкого Алатау проводится лыжная туристская экспедиция Центрального Совета по туризму. Целью экспедиции было изучение туристских возможностей района для лыжных походов. Возглавлял экспедицию мастер спорта СССР Евгений Иванов. В это же время Новокузнецкий городской клуб туристов «АЛКИС» проводит областной семинар младших инструкторов лыжного туризма. Руководил семинаром А.С. Морозов.

В июле-августе 1968 года группа под руководством В. Я. Северного прошла маршрутом через весь Кузнецкий Алатау с юга на север: станция Балыксу – в. Верхний Зуб – в. Большой Каным – в. Чемодан – в. Церковная – поселок Белогорск – в. Большой Таскыл – сплав по р. Кия до поселка Макарак. Протяженность маршрута составила 510 км, продолжительность 30 дней. Поход явился важной вехой в истории туристского освоения Кузнецкого Алатау, но при этом имел и некоторые негативные последствия. Маршрут заявлялся 5 к.с., однако по ряду причин был зачтен 4 к.с., и в таком виде вошел в Перечень классифицированных туристских маршрутов. Необоснованно завышенная протяженность эталонного маршрута 4 к.с. и отсутствие классифицированного маршрута 5 к.с. значительно снизили

спортивную ценность района.

Несмотря на это, южная часть Кузнецкого Алатау становится все более привлекательной для туристов всей страны. В августе 1977 года здесь проводит республиканскую туриаду Латвийская ССР. Более 150 человек за 2 заезда прибывают в район хребта Тигер-Тыш для совершения походов различной сложности.

Важным этапом освоения района туристами-лыжниками стал 1981 год. В феврале-марте этого года группа из Новокузнецка под руководством Е. В. Суздальцева совершила поход 5 к.с. по маршруту: станция Балыксу – поселок Приисковый. Команда приняла участие в первом Чемпионате СССР по туризму. После этого похода Кузнецкий Алатау официально получил статус «пятерочного» для лыжного туризма. В этом же году в Чемпионате участвовала команда из Кемерова под руководством Ю. И. Ионов с походом 4 к.с.

Определенный вклад в пропаганду туристских возможностей Кузнецкого Алатау внес Транскузбасский переход, организованный А. Ю. Ващенко и П. Б. Смагиным в июне-июле 1999 года. Результатами этой акции стали публикации в средствах массовой информации и фильм, показанный по местным телеканалам.

В августе 1999 года группа из Новокузнецка под руководством автора прошла пешеходный маршрут от станции Лужба до поселка Белогорск. Маршрут был заявлен на Чемпионат России по спортивному туризму и в классе маршрутов 5 к.с. занял 8 место, что явилось фактическим признанием Туристско-спортивным союзом России возможности совершения в Кузнецком Алатау пешеходных походов 5 к.с. Перевал Тронова 2А к.т., первопрохождение

которого было осуществлено во время похода, вошел в Перечень классифицированных перевалов среднегорья России.

Проанализировав историю наиболее значимых путешествий, хронологию появления на карте туристских названий и выхода из печати литературы по теме исследования, в туристском освоении южной части Кузнецкого Алатау можно выделить несколько этапов.

Этап пионерного освоения, который продолжался с середины 50-х до середины 60-х годов прошлого века. Главной причиной освоения района на этом этапе является строительство железной дороги Абакан – Новокузнецк. Начало рабочего движения поездов в 1957 году сделало его очень доступным в транспортном отношении. Происходило это на фоне развития самодеятельного туризма по стране в целом. В 1949 году туризм был введен в спортивную классификацию, утверждены разряды и звание «Мастер спорта СССР». Эти мероприятия имели большое значение для развития массовости туризма.

В первой половине 60-х годов на карте южной части Кузнецкого Алатау появляются первые туристские названия: озеро Выпускников, пик Запсиба. В краеведческой литературе этот этап туристского освоения района практически не освещен.

Этап интенсивного освоения, который продолжался с середины 60-х до конца 80-х годов XX века. Внешней причиной интенсивного туристского освоения района явилась активная поддержка самодеятельного туризма со стороны государства. В 1969 году ЦК КПСС, Совет Министров и ВЦСПС принимают постановление «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране».

Из внутренних причин одной из главных следует назвать развитие сети туристских клубов и подготовку общественных туристских кадров. В педагогическом училище № 2 города Новокузнецка курс подготовки инструкторов детского туризма был включен в курс подготовки учителей начальной школы и пионерских вожатых. Наивысшего подъема достигает в эти годы детско-юношеский туризм. Юные туристы Кузбасса вносят свой вклад в пропаганду туристских возможностей южной части Кузнецкого Алатау. В 1983 году команда туристов-лыжников Городского Дворца пионеров города Новокузнецка под руководством В. П. Беспалова занимает 2 место в финале Всесоюзного заочного конкурса на лучший туристский поход.

На этом этапе сложилась система туристских географических названий района. Туристские маршруты по Кузнецкому Алатау входят в Перечни классифицированных маршрутов и довольно широко освещаются в печатных изданиях.

Переходный этап, конец 80-х – вторая половина 90-х годов XX века. Туристское освоение района на этом этапе практически остановилось. Причиной этого стал переход на новые экономические условия и как следствие, прекращение финансирования со стороны государства. Закрылись почти все туристские клубы, во много раз сократилось количество людей, занимающихся спортивным туризмом. Наиболее жизнеспособным в этой ситуации оказался детско-юношеский туризм, которому удалось сохранить свою организационную структуру.

Современный этап освоения начался с конца 90-х годов XX века и продолжается до настоящего времени. Характерными особенностями его являются:

1. Устойчивое снижение количества спортивных туристских групп в увеличивающемся рекреационном потоке, что является отражением общего кризиса спортивного туризма;

2. Интенсивное и стихийное развитие туристской инфраструктуры в самых простых проявлениях (расширение тропиной сети, строительство приютов) на весьма ограниченной территории и очень не равномерно.

В целом туристское освоение южной части Кузнецкого Алатау происходило и происходит в соответствии с общими тенденциями, характерными для развития туризма в стране, однако имеются и некоторые местные особенности. Начало этапа пионерного освоения обусловлено строительством железной дороги Абакан – Новокузнецк. Современный этап туристского освоения тесно связан и во многом определяется особенностями развития детско-юношеского туризма в Кузбассе.

**Список источников:**

1. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: учебник / И. В. Зорин [и др.] ; Российская международная академия туризма. – М. : Фин. и статистика, 2002. – 272 с.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО И КЛАСТЕРНЫХ ПОДХОДОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА В КУЗБАССЕ**

Наталья Николаевна Егорова, к.э.н., доцент,  
Юлия Валерьевна Аксенкова., ст. преподаватель  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачёва  
г. Кемерово

В современных условиях рыночной экономики, особое значение приобретает применение различных научных методик в оценке турпродукта региона. На основании исследований современного состояния туризма в Кемеровской области для его интенсивного социально – экономического развития, необходимо провести оценку регионального турпродукта с учетом:

Во-первых, маркетингового подхода, предлагаемого И. В. Скопиной [4].

В соответствии с данным подходом Кемеровскую область в целом, исходя из ее социально-экономического развития следует отнести к классификационной группе «Быстрое улучшение позиции».

Однако, что касается позиций региона на рынке туристских услуг России, то здесь Кемеровская область имеет пока слабые позиции. На рынке внутреннего туризма наиболее посещаемыми туристами по прежнему остаются Москва, Краснодарский край, Санкт-Петербург, Свердловская область, республики Татарстан и Башкортостан, Ставропольский край, Нижегородская и Ростовская области.

Кроме того, объем туристских услуг, предоставляемых

в Кемеровской области, занимает крайне незначительный удельный вес в объеме ее валового регионального продукта, имея при этом тенденцию к снижению за исследуемый пятилетний период [5].

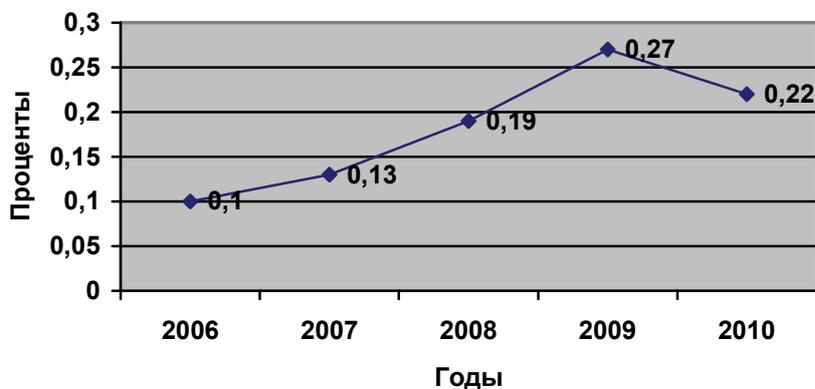


Рис. 1. Удельный вес выручки турфирм в общем объеме валового регионального продукта Кемеровской области

Во-вторых, кластерного подхода, предлагаемого А. И. Зыряновым и С. Э. Мышлявцевой [2]. Суть этого подхода заключается в том, что главное отличие кластера в туристской сфере от всевозможных прочих (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его маршрутной территориальной организации. Туристский маршрут и соответствующий ему туристский поток связывает объекты, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. Благодаря туристскому потоку формируется кластер.

Доминантой туристского кластера может быть как объект инфраструктуры (средства размещения), так и объект туристского интереса (горнолыжный комплекс), но в любом случае главное условие развития туристского кластера – это наличие или появление маршрутов и туристских потоков.

Таким образом, в соответствии с кластерным

подходом можно выделить следующие территории, пригодные для формирования туристских кластеров:

#### 1. Таштагольский и Междуреченские районы

Горная Шория – географическая зона в СФО, родина шорцев и телеутов, родина поколений русских первопроходцев, которые селились здесь с конца XVI века. За удивительную природу Горную Шорию называют «Сибирской Швейцарией».

Сегодня – это популярный горнолыжный туристский центр, известный как в Сибири, России, так и за рубежом. Горная Шория принимает до 50 тысяч туристов в год, в связи, с этим здесь созданы все необходимые условия для перспективного развития горнолыжного спорта и туризма. Горнолыжные трассы, протяженностью от 1350 до 2500 м., оснащенные канатными дорогами, железнодорожный тупик на 24 пассажирских вагона, гостиницы и кемпинги все это элементы туристской инфраструктуры. Уровень трасс горы «Зеленая» оценен специалистами международной Федерации горнолыжного спорта и сноуборда как наиболее пригодный для соревнований, в том числе и международного уровня.

#### 2. Спасские дворцы – группа гранитных скал, венчающая одну из вершин Шорского хребта. Свое название они получили от близлежащего поселка Спасск - «золотой столицы» Горной Шории.

В ясную погоду «Дворцы» сверкают на солнце, отражая ослепительные блики. Только в пещерах, которых на «Дворцах» несколько, стоит глубокая тишина, мрак, и ни единый лучик не проникает сюда. А когда небо заволакивают тучи, «Дворцы» выглядят по-иному. Пик то наденет лохматую шапку, то прорвет тучу и взметнется ввысь, то весь нарядится в голубовато-серебристое облачное платье, напоминая

красавицу великаншу.

Спасские «Дворцы» – хорошая школа не только для туристов, но и для начинающих альпинистов.

3. «Шорский национальный парк», который образован в 1989г. Расположен в юго-восточной части Таштагольского района на стыке границ республики Хакасия, Алтай и включающий в свои границы свыше 400 тысяч га. лесных земель. Территория национального парка обладает высоким рекреационным потенциалом. Таежные ландшафты, горные реки с чистой водой, пещерные комплексы, живописные скалы – предоставляют хорошие условия для организации здорового отдыха на природе.

Для обеспечения отдыха посетителей национального парка по основным туристическим маршрутам действуют кордоны, на всем протяжении р. Мрассу до п. Усть-Анзас оборудованы стоянки для кратковременного отдыха, где имеются расчищенные места под палатки, очаги для костров, столы, навесы.

4. Музей – заповедник «Трехречье», который расположен в шорском посёлке Усть-Кабырза, в одном из живописнейших мест Горной Шории.

В настоящее время п. Усть-Кабырза является местом начала многих пеших и водных маршрутов по Горной Шории. В непосредственной близости от поселка имеется туристская инфраструктура и разведанные археологические памятники. Археологические исследования обнаружили на территории поселка 3 поселения бронзового века и уникальный поселок древних металлургов. Именно здесь в эпоху средневековья обрабатывалась железная руда.

Музей состоит из интерактивной и этнографической зон, а также из мемориальной зоны.

Здесь посетители смогут не только прикоснуться к истории края, но и пережить состояние тех людей, которые стали жертвами репрессий, переодеться в арестантскую одежду, на себе испытать тяжелый труд по заготовке леса, несколько часов провести в камере, посетить баню по-чёрному и даже нанести себе временный татуаж.

Уже сейчас в Усть-Кабырзе есть много интересных, культовых, таинственных мест со своей историей, Легендой и особым Духом. Это и Гора Любви, Сагинский водопад, Хомутовские пороги, пещеры, в которых жили древние шаманы.

5. Историко-архитектурный музей «Кузнецкая крепость».

«Кузнецкая крепость» – памятник истории и архитектуры федерального значения. Она венчает целый этап в развитии фортификации на юге Сибири и является единственной в своем роде за Уралом.

«Кузнецкая крепость» входила в систему укреплений, главным предназначением которой было сдерживание агрессивных планов Цинского Китая в отношении Южной Сибири. Ни разу с момента постройки не участвовала в военных действиях. Позднее на крепости была организована тюрьма для уголовных преступников. «Кузнецкий тюремный замок» функционировал до декабря 1919 г., когда в ходе Гражданской войны тюремные строения были сожжены. В 1998 г. на Кузнецкой крепости было проведено крупномасштабное компенсационное строительство.

В настоящее время в состав музеефицированной Кузнецкой крепости входит более десятка архитектурных и военно-фортификационных объектов разной степени сохранности.

6. Губернский горнолыжный туристический комплекс «Танай», который расположен на северо-западе Промышленновского района у самой границы с Новосибирской областью в 6 км от озера Танай. Горнолыжные трассы обустроены на северных склонах горы Слизун Салаирского кряжа. Сегодня комплекс «Танай» – популярное место семейного отдыха кузбассовцев, жителей Новосибирской и Томской областей с развитой инфраструктурой.

Полностью строительство комплекса должно завершиться в 2012 году, к этому времени «Танай» превратится в крупнейший спортивно-туристический центр Сибири. В его состав войдут 24 трассы и 9 подъемников, гостиничный комплекс, коттеджный поселок, административно-деловой центр, центр отдыха и развлечений, сеть ресторанов и кафе, запланировано строительство спортивного комплекса.

Губернский горнолыжный туристический комплекс «Танай» будет работать круглый год. В течение шести месяцев будут эксплуатироваться лыжные трассы, а летом посетители комплекса смогут посетить Парк дикой природы, совершить велосипедные и конные прогулки, прокатиться на квадрациклах и порыбачить на озере Танай.

7. Историко-культурный и примечательный музей-заповедник. «Томская писаница» – первый в Сибири музеефицированный памятник наскального искусства, уникальный комплекс истории и культуры народов Евразии, которому в 2010 г. присвоено звание «Национальное достояние России» [2]. Древнее природно-историческое святилище содержит около 280 рисунков. Самые ранние относятся к концу неолита 3-4 тыс. до н.э. - это лоси, медведь,

антропоморфные существа, знаки солнца, птицы, лодки. Рисунки эпохи бронзы 2 тыс. до н.э.: олень-солнце, личины, птицелюди. Многие изображения уникальны и являются шедеврами первобытного искусства.

8. Музей-заповедник «Красная Горка», который создан в 1992 г. на территории исторического центра города Кемерово – района «Красная Горка» (территории бывшего угольного рудника), от которого и получил свое название.

Район Красной Горки представляет собой музей под открытым небом: здесь, на крутом берегу Томи, сохранился уникальный комплекс памятников горнопромышленного и историко-культурного наследия, находящихся в своей естественной ландшафтной среде. Памятники составляют единый сюжетно-тематический комплекс, связанный с развитием угольной промышленности Кузбасса. Самым древним из них является Горелая гора – место открытия Кузнецкого каменноугольного бассейна в 1721г. Михайлой Волковым. Сохранилось устье одной из первых штолен Кемеровского рудника, открытого в 1907г. Старейшими в городе архитектурными сооружениями являются постройки Акционерного общества Копикуз, действовавшего в 1912-19гг. Жилые дома и гражданские постройки остались от уникальной международной промышленной организации Автономной индустриальной колонии «Кузбасс» (АИК «Кузбасс»), действовавшей на территории Кузбасса в 1922-27 гг. В это время на руднике работали люди более 30 национальностей из разных стран мира.

К памятникам XX века на Красной Горке добавились памятники XXI века, также связанные с угольной тематикой. В 2003г. появился монумент «Память шахтерам Кузбасса» скульптора Эрнста Неизвестного, ставший одним из символов

Кемеровской области. В 2008 г., в дни празднования 100-летия Кемеровского рудника, перед зданием музея была установлена скульптурная композиция «Святая великомученица Варвара – покровительница шахтеров».

Местонахождение музея предопределило главную тематику его экспозиций и выставок: история Кемеровского рудника и города Кемерово.

В подвальном помещении музея создана экспозиция «Шахта», демонстрирующая примитивные способы добычи угля и тяжесть шахтерского труда в начале XX века. Воспроизведены старые забои с работающими в них шахтерами, саночником. Показан и опасный труд горноспасателей. Кроме того, представлены различные инструменты, приборы, которыми пользуются шахтеры и горноспасатели. На большом экране демонстрируются кадры старой хроники, сделанные в забоях.

Большинство зданий на территории музея относится к периоду деятельности АИК «Кузбасс» – уникальной международной организации, созданной рабочими и специалистами Америки и Европы для экономической помощи Советской России.

9. Тисульский и Мариинский районы. Так в Тисульском районе существует уникальнейшее озеро Большой Берчикуль, второе по величине после Байкала, озеро в России.

Однако на сегодняшний день проблемами, препятствующими развитию туризма на этом озере, являются:

1. Озеро до сих пор не имеет статуса и до сих пор за него никто не отвечает – ни федеральные, ни областные, ни местные власти.

2. Озеро, которое по праву можно назвать Кузбасским Байкалом, до сих пор не имеет экологического статуса, а ведь

именно от него будет зависеть использование озера.

До сих пор на озере не построена ни одна турбаза, ни один санаторий, ни один кемпинг, а ведь озеро можно использовать не только в туристических, но и в лечебно – оздоровительных целях, так как в озере имеются запасы сапропелевых грязей, обладающих ценнейшими лечебными свойствами.

Кроме того, в Тисульском районе, помимо озера Берчикуль могут быть интересными и другие его достопримечательности, о которых было подробно рассказано во второй главе дипломной работы.

Другим, не менее важным преимуществом Тисульского района как объекта туризма является его соседство с Мариинским районом. Так, Мариинск – это один из старейших городов Сибири, который представляет особый интерес для туристов, так как история Мариинска поистине богата: это и Сибирский тракт – один из главных факторов экономического и культурного развития города. При въезде в город стоит один из красивейших указателей в России, о чем имеется много ссылок в Интернете.

Мариинск в России известен как дорога каторги и ссылки, а Мариинская тюрьма известна в России и даже за ее пределами тем, что из нее за всю историю ее существования не был совершен ни один побег.

Особый интерес представляют ансамблевые застройки улиц в г. Мариинске: каменные и деревянные здания, построенные в конце 19 – начале 20 в. в стиле «Сибирского барокко» с элементами модерна, вызывают восхищение людей, а резьба по дереву на деревянных домах, выполненная Мариинскими мастерами, вызывает гордость за местных умельцев.

Далеко за пределами Кемеровской области Мариинск славится музеем бересты и т.д.

В 2008 году специалистами Российского НИИ культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачева была проведена историко-культурная экспертиза в заключение экспертизы говорится о том, что «Мариинск как целостное историческое поселение также не имеет себе равных ни в Томской области, ни в других сибирских регионах, прилегающих к Кемеровской области. Вместе с тем Мариинск представляет также и исторический центр, события и объекты на территории которого имеют значение не только для Сибирского региона, но и для России в целом» [3].

Необходимо отметить, что кузбасские власти также уделяют большое внимание развитию туризма в Мариинске. Так, по сообщению ИА REGNUM, 11.06.2010 г. в городе состоялось выездное заседание комитета по вопросам туризма, спорта и молодежной политики Облсовета с участием заместителя председателя регионального парламента Нины Зинкевич, представителей администрации города, сотрудников муниципального музея-заповедника «Мариинск исторический». По итогам выездного заседания в Областном совете Кемеровской области 23.06.2010 г. состоялись парламентские слушания на тему «Отдыха в Кузбассе».

В 2010 г. при выезде из г. Мариинска построен уникальный музей под открытым небом, посвященный жертвам ГУЛАГа.

Кроме того, туризм в Тисульском районе можно развивать не только летом, сочетая пляжный туризм и лицензионную рыбалку, так как Тисульский район в Кузбассе единственный, где сохранился промысловый лов рыбы, но и зимой, так как выше было сказано, что

в Тисульском районе проводится зимняя охота на медведя.

Таким образом, Кемеровская область, являющаяся мощным промышленным регионом, который занимает значительное место в промышленном производстве и экспорте России, может по праву стать и туристским регионом, о чем свидетельствует положительная динамика основных показателей туристской деятельности и это несмотря на финансовый кризис 2009 г. При этом основными перспективами развития туризма в Кемеровской области являются увеличение доли туристов, проживающих в Кемеровской области, использование исключительных конкурентных преимуществ области, а также мощная законодательная база, способствующая развитию туризма.

Кроме того, проведенный анализ возможностей Кемеровской области свидетельствует о том, что здесь может быть сформирован региональный турпродукт на основе создания конкурентоспособных туристских кластеров, сформированных в пределах рассмотренных туристских районов. При этом каждый кластер должен выполнять свои особые функции в региональной туристско-рекреационной системе, выделяться своими видами туризма и рекреации, за счет которых и будет достигнута конкурентоспособность туристских кластеров Кемеровской области на внутреннем туристском рынке.

**Список источников:**

1. Закон Кемеровской области от 17.11.2007 № 143 «Об утверждении среднесрочной региональной целевой программы «Развитие туризма в Кемеровской области» на 2008 – 2010 годы // СПС «Гарант».

2. Бурлина М.В. Туризм и культурное наследие. [Электронный ресурс]: – URL: <http://tourlib.net/statti>

tourism.htm.

3. Зырянов А.И., Мышлянцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края. // Вестник Пермского Государственного Университета. – 2010. - № 1. 10 с.

4. Томская Писаница» стала национальным достоянием России [Электронный ресурс]: URL: <http://www.prof-kuzbass.ru/news/?ID=54730>

5. Инструментальное обеспечение управления развитием региональных потребительских рынков / И. В. Скопина, Ю.О. Бакланова, А.О. Скопин. – Н. Новгород, 2005.

6. Статистический бюллетень. – М.: Федеральная служба государственной статистики, 2004. – № 8.

## **РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ**

<sup>1</sup>Виктор Владимирович Непомнящий, к.г.н., и.о. директора,

<sup>2</sup>Матвей Сергеевич Оборин, к.г.н., доцент

<sup>1</sup>Государственный природный заповедник «Хакасский»

г. Абакан

<sup>2</sup>Пермский государственный педагогический университет

г. Пермь

Экологический туризм в мировой и российской туристической практике с каждым годом приобретает значительную роль. Всемирная туристская организация признала экологический туризм наиболее динамично развивающимся и перспективным направлением туризма в мире.

Экотуризм (по мнению международного общества экотуризма (TIES)) – это путешествие в природные территории, которое сохраняет окружающую среду и улучшает благосостояние местного населения.

Экотуризм – это туризм, заключающий в себе путешествия в места относительно нетронутой природы, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения.

В России есть на что посмотреть: озеро Байкал, вулканы Камчатки, Алтай, бескрайние леса Дальнего Востока,

степные и аквальные системы Хакасии и лесостепные, лесные, водные и горные ландшафтные комплексы Пермского Прикамья.

В значительной степени потенциал развития экологического туризма определяет разнообразие (или своеобразие) природных условий региона, немаловажное значение имеет и инфраструктура, необходимая для развития экотуризма, которая характеризуется слабым развитием практически во всех регионах страны.

По мнению заместителя директора Департамента государственной политики и регулирования в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности Минприроды России В. Б. Степаницкого [1] потенциал для развития экотуризма в ООПТ России огромен, однако существует ряд проблем и в первую очередь, связанную с экотуризмом в заповедниках. Во-первых, действующее законодательство, хотя и не препятствует развитию шадящего познавательного туризма в заповедниках, но, с другой стороны – и не ставит им эту деятельность в обязанность в качестве направления работы. Таким образом, участие того или иного заповедника в экотуристической сфере полностью зависит от позиции и желания его администрации.

Во-вторых, деятельность в области экотуризма в заповедниках России отличается исключительной мелкомасштабностью. Счет идет на десятки, сотни, в лучшем случае – тысячи посетителей в год. Причем в суммарной цифре большую часть составляют посетители музеев природы на центральных усадьбах нескольких заповедников, сами же посетители – в основном из числа местных школьников либо отдыхающих окрестных пансионатов. Классический же, познавательный туризм, связанный с посещением конкретных

маршрутов на заповедной территории, развит крайне мало.

Одна из самых посещаемых в этих целях территория – Долина Гейзеров в Кроноцком заповеднике на Камчатке принимает лишь 3000 посетителей в год. Для сравнения: Долину Гейзеров в Йеллоустонском национальном парке в США посещают 2 млн. туристов ежегодно [1].

Развитие массового туризма (в масштабах зарубежных нацпарков) в наших заповедниках немыслимо, причем никто этого никогда не замышлял, да и технически это неосуществимо. Но ограниченный, познавательный (не развлекательный, «здесь слушают птиц, а не транзисторы»), тщательно регламентированный туризм в заповедниках, с учетом их размеров, специфики, традиций только поднимет рейтинг нашего заповедного дела, повысит социальную значимость заповедников, будет способствовать росту их авторитета в глазах населения и органов власти (чего заповедникам так не хватает), а также стать дополнительным и веским аргументом против непрекращающихся попыток вовлечь природные ресурсы заповедных территорий в иные формы хозяйственной деятельности.

Территории заповедников в 2008 году посетили 27786 экскурсионных групп (рис. 1) в том числе: 27348 отечественных (98,5%) и 438 иностранных (1,5%) [1].

Немногим лучше обстоят дела в Национальных парках и региональных природных парках. Законодательных обременений эти категории ООПТ не несут. Во многих парках создается инфраструктура, разрабатываются маршруты и экологические тропы, оборудуются видовые точки.

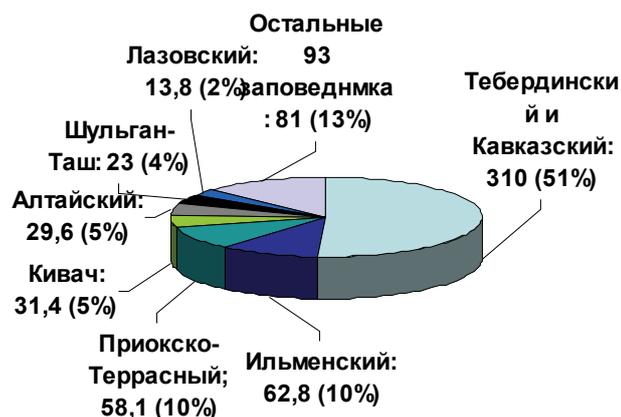


Рис. 1. Удельный вес посетителей заповедников в 2008 году (тыс. чел.) [1]

Основные проблемы развития экотуризма в ООПТ:

- Пробелы в законодательстве, препятствующие полноценному развитию экотуризма в ООПТ;
- Недостаточное финансирования большинства ООПТ, в том числе низкая заработанная плата, что не мотивирует сотрудников ООПТ к развитию экотуризма на своих территориях;
- Отсутствие развитой туристской инфраструктуры;
- Отсутствие качественно разработанных туристских программ и маршрутов;
- Труднодоступность большинства ООПТ;
- Малая известность охраняемых территорий как в России, так и в мире;
- Отсутствие квалифицированных специалистов в сфере экологического туризма;
- Недостаточная интеграция туристских продуктов ООПТ в социально-экономической структуре регионов.

Первоочередные мероприятия необходимые для развития экотуризма в ООПТ:

- Устранение пробелов в законодательстве;
- Создание необходимой инфраструктуры для обслуживания посетителей;
- Создание системы материальных стимулов для руководителей и специалистов, эффективно работающих в области развития экотуризма в ООПТ;
- Создание и развитие сети визит-центров и музеев природы ООПТ;
- Обустройство дорожно-тропиночных сетей ООПТ;
- Разработка полноценных качественных туристских продуктов, экскурсионных программ, тематических (событийных) мероприятий и постоянная их диверсификация;
- Популяризация и продвижение туристского продукта ООПТ на внутреннем и зарубежном рынках;
- Привлечение квалифицированных специалистов в отделы по туризму ООПТ;
- Привлечение инвестиций частных компаний;
- Привлечение местного населения к развитию экотуризма;
- Интеграция туристских продуктов ООПТ в социально-экономическую структуру регионов и индустрию туризма в целом;
- Создание единой справочно-информационной системы экологического туризма в ООПТ России.

30 ноября 2011 года Президентом Российской Федерации подписан Федеральный закон № 365 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Статья 2 указанного Федерального закона вносит ряд изменений в Федеральный закон «Об особо

охраняемых природных территориях», из которых наиболее значимы следующие:

1. К задачам, возложенным на государственные природные заповедники, наряду с экологическим просвещением, отнесено и развитие познавательного туризма.

2. К видам деятельности, допускаемым на территориях заповедников, наряду с ведением эколого-просветительской работы, отнесено и развитие познавательного туризма.

Таким образом, после принятия вышеупомянутых поправок, юридических препятствий для ведения туристической деятельности в заповедниках больше не существует.

#### **Список источников:**

1. Степаницкий, В. Б. Деятельность государственных природных заповедников на современном этапе: проблемы и перспективы / В. Б. Степаницкий // Актуальные вопросы деятельности государственных природных заповедников России на современном этапе. – Тольятти, 2009.

2. Об особо охраняемых природных территориях [Электронный ресурс] : федер. закон Рос. Федерации : [от 14 марта 1995г. № 33-ФЗ ; (ред. от 27 декабря 2009)]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=95783>. – Загл. с экрана.

3. О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон : [от 30 ноября № 365-ФЗ]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=122461>. – Загл. с экрана.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ГОРНОЙ ШОРИИ**

Сергей Анатольевич Носков, к.п.н., доцент,

Светлана Александровна Есипова, к.г.н.

Югорского государственного университета

г. Ханты-Мансийск

Диверсификация экономики Российской Федерации на современном этапе развития является одной из ключевых задач. Особое значение Правительство России уделяет развитию региональной экономики в моногородах, где создаются предпосылки для формирования предпринимательского сообщества в различных сферах деятельности.

В 2009 году к категории моногородов в РФ отнесли населенные пункты, которые соответствуют одному из двух параметров: Первый – доля работающих на одном градообразующем предприятии или группе предприятий, связанных единой технологической цепочкой, составляет не менее 25% экономически активного населения. Второй: объем производства такого предприятия или группы предприятий не менее 50% в отгрузке продукции населенного пункта. Данные территории получили преференции в части господдержки.

Город Таштагол по вышеназванным критериям отнесен к категории моногородов. Проблема создания новых рабочих мест и наполнение бюджета стала ключевой. Перспектива развития сферы туризма явилась альтернативным вариантом развития региональной экономики.

Считаем, что имея богатые природные, экологические и этнографические ресурсы на территории Горной Шории необходимо сделать акцент на создание дополнительных

предпосылок для дальнейшего динамичного развития такой отрасли экономики как туризм, которая в свою очередь оказывает мощнейший мультипликационный эффект на развитие других сфер экономики. По различным данным одно рабочее место, созданное в туризме создает предпосылки для создания 7-10 рабочих мест в других отраслях (строительство, гостиничный и ресторанный бизнес, транспорт, музейное дело, народные промыслы и ремесла и др.).

В настоящее время основным видом туризма в Шории является горнолыжный туризм для развития, которого создана современная инфраструктура, которая позволяет не только оказывать самые разнообразные услуги отдыхающим, но и проводить спортивные соревнования на самом высоком международном уровне. Однако, существующая конкуренция на региональных рынках горнолыжных услуг (Горнолыжные курорты Алтайского края: Белокуриха, Озеро Ая, Авальман; Горный Алтай: Манжерок, гора Тугуя, Семинский перевал; Красноярский край: «Бобровый Лог»; Хакасия: ГК «Гладенькая»; Байкальский горнолыжный курорт: «Гора Соболиная» а также: Приэльбрусье; Южный Урал; Подмосковье, Сочи, Домбай и другие) объективно свидетельствует о необходимости уделять внимание развитию других, альтернативных видов туризма с целью дальнейшего развития территории и позиционирования ее как развитой туристской дестинации.

Проведенный нами анализ перспектив развития внутреннего и въездного туризма на территории Горной Шории позволяет констатировать, что в числе приоритетных видов туризма, помимо горнолыжного, могут быть следующие:

– Деловой – участие в конференциях, совещаниях, корпоративных мероприятиях, выставках, ярмарках и пр;

– Событийный – организация и проведение спортивных, культурных и прочих мероприятий на профессионально организованной основе;

– Образовательный – или «Полезный отдых» когда клиент отдыхая изучает язык, проходит курсы подготовки или переподготовки по популярным/востребованным направлениям подготовки. Популярны комбинированные предложения, позволяющие во время каникул приобрести новую квалификацию и получить уроки катания на горных лыжах, сноуборде, верховой езды, танцев, игры в теннис и т.д.;

– Культурно-познавательный – туры выходного дня, авто, мотто, велотуризм;

– Сельский – также является перспективным для туристической отрасли Шории, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта;

– Детский и молодежный – достаточно большой и быстрорастущий сегмент рынка различных по продолжительности туров. Благоприятная экологическая обстановка и наличие необходимой инфраструктуры района могут явиться перспективным направлением в «низкий» туристский сезон;

– Этнографический – данный вид в последнее время становится все более популярным в мире и может явиться фактором развития территории проживания коренных народов - шорцев;

– Экологический – это путешествие в места с относительно нетронутой природой с целью

получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной территории. Экологические туры следует считать незаменимым отдыхом для уставшего от шума и суеты современного городского жителя, стремящегося к гармонии и единению с природой. Не случайно 2002 год прошел под эгидой ООН как год экотуризма. Достаточно удачная территориальная расположенность от крупных городов Сибири район Шории является перспективным для реализации экологических туров с посещением национального парка, музея под открытым небом. Удачно могут быть реализованы, в первую очередь, программы туров выходного дня;

– Снегоходный – перспективный вид туризма, который может быть использован как самостоятельный, так быть элементом рыболовного, охотничьего, сельского, делового, этнографического и др.;

– Рыболовный и охотничий – богатый животный мир и наличие достаточного количества промысловых видов рыб может дать толчок для развития, в том числе традиционных промыслов коренных народов Шории;

– Социальный – в законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1] о социальном туризме сказано: «туризм социальный – путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды». Несмотря, что на федеральном уровне отсутствует механизм его реализации, на уровне субъектов РФ накоплен немалый положительный опыт. К сожалению, Закон Кемеровской области «О туристской деятельности» [2] вообще не оперирует таким понятием как «социальный туризм». Создание эффективного механизма

реализации «социального туризма» на территории области позволит сделать внутренний туризм более доступным для малозащищенных слоев населения.

– Индивидуальный – в современном мире этот вид туризма является популярным и быстрорастущим сегментом рынка. Клиент, не обращаясь напрямую в турфирму, сам планирует свой отдых и путешествия. Его эффективное развитие будет зависеть, в первую очередь, от развития on-line сервисов и возможностей интернет бронирования гостиниц, транспорта, туров, билетов и пр.

Основной проблемой развития туризма в Горной Шории является ярко выраженная сезонность: конец ноября по 10 января и с 11 февраля по конец апреля – «высокий сезон», с 11 января по 10 февраля – «низкий сезон», а период с мая по ноябрь для большинства объектов с сферы туризма Шории является «мертвым».

С помощью сбалансированного планирования развития различных видов туризма можно существенно сгладить периоды сезонности [3]. Мировой опыт свидетельствует, что в периоды «низкого сезона» планируя различные событийные и деловые мероприятия, а также различные образовательные и социальные туры можно существенно повысить загрузку туристских объектов. Логичным было бы формирование имиджа территории гостеприимства через узнаваемые сказочные персонажи и русские традиции:

- Резиденция Деда Мороза и Снегурочки;
- Жилище Матроскина и Шарика;
- Изба бабы-Яги;
- Масленичная неделя.

Предлагаемая нами модель развития сельского туризма «Деревенская усадьба», которая может быть реализована

на территории одной из деревень района, включает элементы сельского, образовательного, детского, молодежного, экологического, рыболовного и охотничьего видов туризма.

Модель нацелена на создание рабочих мест и развитие деревенской инфраструктуры. Состоит из следующих основных проектов:

- Тур выходного дня, недельный тур на короткие каникулы и трехнедельные летние программы для школьников «В деревню к бабушке»;

- Образовательные языковые туры в период каникул для школьников и молодежи;

- Семейные туры выходного дня «Голоса живой природы», «По следам предков»;

- Тур выходного дня для молодежи «Вечера музыки и знакомств»;

- Ски – туры – это своего рода «гибрид» между лыжным и горнолыжным туризмом. Он предусматривает подъем на гору без подъемника, а затем спуск.

- Свадебные туры в деревенской избе, песни под гармонь и катанием на лошадях;

- Сезонные туры «Рыбалка и охота».

Необходимая инфраструктура: добротные дома; экскурсионная тропа охотника и рыболова с размещенными имитациями ловушек на зверей, птиц и рыб; горки для катания; объекты питания – школьная столовая; анимационные и культурные программы; сельский клуб, лошадиные упряжки, транспортное обслуживание.

При правильной организации и эффективном продвижении туров сельский туризм в различных его вариациях может стать источником доходов значительной части населения деревень Горной Шории, а отработанная

модель с учетом особенностей может быть реализована на ряде других объектов включая этнические поселения.

**Список источников:**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон Рос. Федерации : [от 24 ноября 1996г. № 132-ФЗ]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115996>. – Загл. с экрана.

2. О туристской деятельности : закон Кем. области : [от 06 февраля 2009г. №5-ОЗ]. – Кузбасс. – 2009. – 10 февр. – С. IX.

3. Качмарек, Яцек. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление : учеб. пособие / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик ; пер. с польск. [И.Д. Рудинского]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 495 с.

**ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ  
СЕВЕРНОГО КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО  
РАЙОННОГО (МИКРОКЛАСТЕРА) ПЕРМСКОГО КРАЯ**

Матвей Сергеевич Оборин, к.г.н., доцент  
Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей,  
экономики и права в г. Перми  
г. Пермь

Пермский край – территория потенциально перспективная для успешного развития многих видов туризма, включая лечение и оздоровление. По данным Пермстата [6] число туристских фирм на конец 2010 года составляет 158. Число реализованных населению туристских путевок – всего

42824 на 2010 год, из них по зарубежным странам 19407, по России 23338. Численность лиц, размещенных в гостиницах, организациях отдыха, санаторно-курортных организациях на 2010 год составило 415546, из них граждан России 397343, граждан из стран СНГ 7162, из дальнего зарубежья 11041. Численность санаторно-курортных организаций и организаций отдыха 63 в 2010 году, с количеством мест 11163. Количество детских оздоровительных учреждений (лагерей) – всего 1684, в которых за лето 2010 года отдохнули 144165 детей.

Кроме этого, регион обладает большими и неограниченными запасами природных лечебных минеральных вод (бальнеологического профиля сероводородная, йодобромная и др.) и лечебно-столовых и столовых питьевых источников. Еще одним бальнеологическим фактором являются иловые и сапропелевые грязи, которые имеют огромный терапевтический эффект. В южной и центральной части Пермского края наблюдаются благоприятные микроклиматические условия и разнообразное сочетание ландшафтных комплексов разных типов и видов, что создает предпосылки для развития местного климатолечения и ландшафтотерапии.

В последнее время в региональной экономике и экономической географии активно используется кластерный подход, который отдаленно напоминает теорию территориально-производственных комплексов, но отличия все-таки есть и они существенны [1, 3]. Для кластера характерна внутренняя конкуренция, образующих его предприятий, что положительно влияет на формирование продукта более качественного по относительно небольшим ценам. Кластер – географическое объединение предприятий

и смежных отраслей с целью повышения социально-экономического эффекта.

Под курортно-рекреационным кластером (курортная рекреация) можно понимать совокупность территориально и географически взаимосвязанных санаторно-курортных предприятий и комплексов, агентов лечебных, оздоровительных, анимационных и сопутствующих рекреационных услуг, соответствующего уровня инфраструктуры, структур повышения квалификации и дополнительного образования в области курортного дела, которые конкурируют на одном рынке, и взаимодействуют друг с другом с целью эффективного развития и функционирования. Локализация выявленных кластеров, их «привязка к местности» служит объективной основой для пространственной организации хозяйственной деятельности в регионе [1, 3].

В Пермском Прикамье можно выделить Северный (Северо-Западный и Северо-Восточный подрайоны), Восточный (Горнозаводской), Соликамско-Березниковский, Центральный, Западный, Юго-Восточный, Южный микрокластеры развития курортно-рекреационной деятельности [1, 3]. В регионе находятся 2 крупных курорта и более 48 муниципальных и частных санаториев и профилакториев (в основных крупных муниципалитетах).

Курортно-рекреационный потенциал. Как отмечает в своих работах И. Н. Шестов [4], север Пермского края обладает разнообразными типами минеральных вод бальнеологического и питьевого назначения. В результате сложения литологии водовмещающих пород таких как песчаники, алевролиты, аргиллиты наблюдается расположение хлоридно-натриевых минеральных вод миргородского типа

в Кудымкарском, Гайнском, Юрлинском и Юсьвинском районах. Минский тип, сложением аргиллита, алевролита, известняка, в Кудымкарском районе. Хлоридные натриевые, бромные воды Талицкого типа расположены в результате залегания песчаника, прослоек алевролита, аргиллита в Кудымкарском, Юсьвинском, Кочевском, Чердынском районах.

В Чердынском и Юсьвинском районах в результате сложения аргиллита и песчаника на некоторых территориях можно обнаружить такой вид минеральных вод как сульфатно-хлоридные кальциево-магниевые-натриевые. Так же представлены хлоридно-сульфатно-натриевые феодосийского типа в Юсьвинском районе, это обусловлено залеганием алевролита, а также хлоридно-сульфатных магниевых кальциево-натриевых Ижевского №1 типа, что обусловлено залеганием алевролита и известняка. На левом берегу р. Березовой у д. Верхней Березовой обнаружение уникальное для Пермского края месторождение родоновых вод. В Чердынском районе находится озеро Кочь, богатое минеральной иловой грязью (это месторождение одно из самых крупных в регионе).

Это самая климатически суровая, редко-заселенная территория Пермского края в бассейне Вишеры и Колвы. Ландшафтные комплексы двух типов – равнинная тайга и горная тайга с участками тундры с благоприятной экологической ситуацией (первозданные ландшафты, чистая вода, дикая природа). Тут находятся самые высокие горные вершины Пермского края на Северном Урале: Тулымский Камень (1469 м), Ишерим (1331 м) и др. На крайнем северо-востоке региона регистрируют самые низкие температуры воздуха и самое большое количество осадков. В Северном

районе находится самая крупная карстовая пещера Урала – Дивья, самое большое в Пермском крае озеро – Чусовское.

В этой части Пермского края обеспеченность водными ресурсами очень большая. Поэтому тут распространены сплавы по рекам: Вишера, Березовая, Колва. Государственный заповедник «Вишерский». Самый старый город Урала – Чердынь основан в 1462 году (Иоанно-Богословский монастырь). В Северном районе сохранилась традиционная культура русского Севера – устное народное творчество, обряды, материальная культура.

Коми-Пермяцкий округ представляет собой лесистую территорию (67-80%), на которой проживают коми-пермяки, сохранившие обычаи от своих предков (традиционная культура, обряды, праздники, национальная кухня). И поэтому развит промысловый и этнографический туризм. Центр – город Кудымкар, в котором сосредоточены культурные, развлекательные учреждения, музеи.

Туристская инфраструктура на севере региона развита очень слабо, что является самым слабым местом и препятствием активного развития туристско-рекреационной деятельности. Среди основных объектов можно выделить санаторий-профилакторий «Жемчужина Вишеры» и базы отдыха: «Северный Урал», «Чердынь-Тур», которые могут принять около 200 человек

ООПТ. На территории района находится заповедник «Вишерский» и 101 ООПТ регионального уровня (геологические, гидрологические, ботанические и ландшафтные памятники, ботанические резерваты, охраняемые ландшафты, историко-культурные комплексы).

Флору Вишерского Урала составляют 528 видов высших сосудистых растений, из которых 28 занесено

в Красную книгу Пермского края. В списке мхов числится 256 видов, в списке лишайников – 328 (из них 2 включены в Красную книгу России и Пермской области). Фауна заповедника так же имеет свои характерные особенности. Здесь отмечено 6 видов, постоянно обитающих и 3 вида нерегулярно заходящих рыб (из них 1 вид в Красной книге РФ), 2 вида амфибий и 1 вид рептилий, 154 вида птиц, 127 из которых гнездящиеся (из них 14 видов занесено в Красную книгу РФ) и 35 видов типичных таежных млекопитающих, совместно обитают европейские и сибирские виды [5].

В заповеднике помимо типичных для Пермского края видов птиц, гнездится или систематически залетает ряд горно-тундровых и сибирских: золотистая ржанка, хрустан, азиатский бекас, тундряная куропатка, сибирская и черногорлая завирушки, синехвостка, оляпка, сибирский конек, пеночка-зарничка, щур. Отмечались виды, занесенные в Красные книги России и Пермского края: беркут, скопа, большой подорлик, орлан-белохвост, дербник, филин, воробьиный сыч, ястребиная сова, бородатая неясыть [5].

Историко-культурный потенциал. В северной части Пермского края по данным Зырянова А. И. и др. [2] находится более 400 памятников истории и культуры разных видов, среди которых самую многочисленную группу составляют памятники археологии - 367, памятники истории – 7, памятники археологии и градостроительства – 89, монументы 1, музеи -11.

Для примера охарактеризуем Иоанно-Богословский монастырь – одна из древнейших обителей на Урале. Пермский епископ Иоанн прибыл в 1462 г., по источникам русских летописей, «добавне крести Великую Пермь и князя

их и церкви посавил, и игумены и попы» [2]. Вскоре после этого в 1462-63 гг. пермский князь Михаил Ермолаевич основал в Чердыни первый на Урале Иоанно-Богославский мужской монастырь.

Следовательно, Северный курортно-рекреационный микрокластер можно рассматривать как перспективную территорию для проектирования и строительства новых туристских и курортных объектов. На данный момент туристско-рекреационная деятельность там развивается в основном в виде сплавов и познавательного, экологического и историко-культурного туризма. По концентрации историко-культурных объектов и природно-ресурсному курортно-рекреационному потенциалу эта часть региона занимает одно из ведущих потенциальных и перспективных мест в Пермском крае.

#### **Список источников:**

1. Балина, Т. А. Кластерный подход в формировании политики регионального развития (на примере Пермского края) / Т. А. Балина, М. С. Оборин, Д. Н. Слащев // Известия Пензенского государственного педагогического университета. Естественные науки. – 2011. – № 25. – С.651–654.

2. Зырянов, А. И. Проект развития туристско-рекреационных зон Пермского края / А. И. Зырянов, М. И. Мищенко. – Пермь, 2010. – 87 с.

3. Оборин, М. С. Перспективы развития центрального рекреационно-курортного кластера Пермского края / М. С. Оборин // Экологические проблемы природопользования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Томск : Изд-во ТГПУ, 2012. – С.101–107.

4. Шестов, И. Н. Минеральные питьевые воды

Пермского Прикамья / И. Н. Шестов. – Пермь, 2003.

5. Экологический доклад Пермского края. Пермь, 2010 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.permecology.ru>. – Загл. с экрана.

6. [www.permstat.ru](http://www.permstat.ru).

**ЛАНДШАФТНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КАК ОБЪЕКТЫ  
ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СЕВЕРНОЙ  
ТЕРРИТОРИИ  
ПЕРМСКОГО КРАЯ**

<sup>1</sup>Матвей Сергеевич Оборин, к.г.н., доцент, <sup>2</sup>О. А. Лузянина

<sup>1</sup>Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей,  
экономики и права в г. Перми

<sup>2</sup>Пермский государственный педагогический университет  
г. Пермь

Туристический потенциал выступает в качестве обобщенной (интегральной) характеристики, позволяющей выделить эффективные и ценные в туристическом и рекреационном плане направления использования природных условий (после оценки и ресурсов), историко-культурных объектов и социально-экономических (включая инфраструктуру) возможностей для организации различных направлений туризма.

Туристический потенциал представляет собой сочетание природных или природно-антропогенных объектов (квазиприродных), историко-культурных (этнографических, археологических, событийных и др.) ценностей и социально-экономических условий организации различных видов

туристической услуги (отдых, оздоровление, путешествие, экскурсии, активный туризм) с целью удовлетворения туристических и рекреационных потребностей населения.

Следовательно, туристско-рекреационный потенциал территории состоит из природных рекреационных ресурсов (физические, биологические, ландшафтные и ООПТ), историко-культурные ресурсы (архитектурные памятники), инфраструктура туризма (гостиницы, объекты общественного питания, транспортные системы и т.д.) и ресурсы развития и управления (материальные, кадровые, управленческие). Большое значение в оценке туристско-рекреационного потенциала придается изучению природных условий формирования природных комплексов интересных туристам. На примере северной части Пермского края рассмотрим природные аттрактивные объекты туризма.

Многие аспекты развития туризма в северной части региона рассмотрены в работах А. И. Зырянова и др. [1, 2], часть из которых нашли отражение в данной статье.

Водные ресурсы. Приток туристов на север Пермского края можно обеспечить за счет богатых водных ресурсов. Водные артерии пронизывают всю территорию региона. Тут можно выделить крупные реки – Вишера, Колва, Вильма, Яйва, Пильва, Весляна, Велва, Коса, Березовая и многие другие реки. По рекам активно совершаются сезонные сплавы (табл. 1).

Эта территория богата болотами (табл. 2). Большинство из болот – следы бывшего материкового оледенения [5]. Многие болота характеризуются огромными запасами торфяных залежей, но на многих добыча не рекомендована ввиду их природоохранной роли и других ценных качеств: сбор клюквы, морошки, княженики.

Таблица 1

Крупнейшие реки и их протяженность  
по северному району Прикамья

Река	Общая протяженность по краю	Протяженность по району	Процент локализации рек в районе
Вишера	415 км	337 км	81
Колва	460 км	262,5км	57
Коса	267 км	125 км	46,8
Весляна	266 км	175 км	65,7
Язьва	163 км	100 км	61,3

Таблица 2

Крупные болота севера Пермского края

Название	Площадь, км <sup>2</sup>
Большое Камское	810
Джурич-Нюр	350
Бызимское	194

Многие болота относятся к особо охраняемым природным территориям региона. На них произрастают растения, занесенные в Красную книгу Пермского края, где обитают много разные виды птиц и рыб.

Кроме рек и болот, здесь можно выделить крупные озера такие как – Чусовское, Березовское, Большой Кумикуш, Челвинское, Дикое, Нюхти, а на территории Гайнского района имеются два озера Адово и Нахты, которые являются зоологическими памятниками природы. На них расположены места гнездования лебедя – кликуна.

Водные объекты севера Пермского края могут быть более активно вовлечены в систему развития туристско-рекреационной деятельности региона. Они могут использоваться для активного туризма (сплавы), отдыха (купание, пляж), рыболовство, собирательство на прибрежной территории и т.д.

Растительность. Формирование растительности происходило под влиянием климатических факторов, геологической истории так же не маловажную роль сыграло географическое положение. Леса северо-востока и северо-запада нашего края уникальны. Рассмотрим ботанико-географическое районирование по классификации С. А. Овеснова [1] (за основу он берет преобладающий вид растительности) север района относится к провинции среднетаежных пихтово-еловых лесов с преобладанием европейских сосновых и еловых лесов. Древостой в данном виде провинции отличается простым строением, кустарники развиты слабо, или вообще отсутствует, зато очень хорошо развит ярус кустарничков и мхов. Широколиственно-лесные древесные породы представлены слабо. В провинции выделяют два подрайона – Североевропейских сосновых и еловых лесов и с преобладанием Камско-Печорско-Западноуральских пихтово-еловых лесов. Выделим следующих представителей провинции: пихта сибирская, ель сибирская и европейская, кедровая сосна, встречается лиственница. В бедном подлеске встречаются кусты рябины, черемухи, жимолости. Кустарничковый ярус представлен черникой, брусникой, голубикой. Травянистый ярус может состоять из таких видов как седмичник европейский, кислица европейская и многими другими.

Горная часть региона представлена провинцией

пихтово-еловых горно-таежных лесов с примесью кедра. Их особенностью является разреженность древесного яруса, примесь березы пушистой на любой высоте, где встречается кедр. Подлесок обеднен еще сильнее. Но видовое разнообразие кустарничков и мхов значительно превосходит. Встречаются арктоальпийские растения, преобладают гипоарктические и бореальные виды. Через мощный моховой покров часто пробиваются кустистые лишайники.

Кроме ярких представителей провинций данного района имеются краснокнижники [4] сосудистых растений – бровник одноклубневой, гвоздика равнинная, гвоздика иглолистная, кувшинка четырехгранная, кубышка малая, дриада надрезная, прострел многонадрезный, родиола розовая – все эти редкие виды встречаются в Красновишерском районе на камне Вентлан, в Гаинском, Косинском, Кочевском районах.

Животное население. Фауна типична для зоны таежных лесов, но с изменением человеком лесного ландшафта сюда частично проникли и животные открытых местообитаний – степной хорь, заяц-русак, серая полевка и другие. Главные промысловые звери: белка, зайцы беляк и русак, горностаи, лисица, куница, а из птиц – рябчик, глухарь, тетерев, различные водоплавающие и болотные виды.

По типизации туризма, в данном районе можно проводить экологический туризм на территории региональных ООПТ (памятники природы, охраняемые ландшафты, историко-культурные комплексы и т.д.). Студентам и учащимся можно проводить туристические экскурсии в научных и образовательных целях. В этом виде туризма необходимо обеспечить полное сохранение уникального природного наследия и его неизменения. Большую

привлекательность ландшафтные комплексы создают для создания новых курортно-рекреационных территорий.

Общая оценка туристского потенциала. В этом районе типичны расположены таежные ландшафтные комплексы. Большое историческое и этнографическое наследие (коми-пермяцкая культура, старообрядчество и православие) делает перспективной эту территорию для туристов. Открыты месторождения радоновых вод и хлоридно-натриевые рассолы. Это самая климатически суровая в регионе, редконаселенная территория региона в бассейне Вишеры и Колвы. Ландшафтные комплексы: горная тайга, тундра с благоприятной экологической ситуацией (первозданные ландшафты, чистая вода, дикая природа). В Северном районе находится самая крупная карстовая пещера Урала – Дивья, самое большое в Пермском крае озеро – Чусовское. Здесь популярны сплавы по рекам: Вишера, Березовая, Колва. Тут расположен уникальный заповедник «Вишерский». Самый старый город Западного Урала – Чердынь, который основан в 1462 году (Иоанно-Богословский монастырь). В Северном районе сохранилась традиционная культура русского Севера – устное народное творчество, обряды, материальная культура.

Коми-Пермяцкий округ представляет собой лесистую территорию (около 75-80%), на которой проживают коми-пермяки, сохранившие свою культуру. Все это может способствовать развитию промыслового и этнографического туризма. Есть большой природный лечебный потенциал для создания крупного курортно-рекреационного центра. Центр данного района – город Кудымкар, в котором сосредоточены культурные и исторические объекты.

**Список источников:**

1. Зырянов, А. И. Туристские кластеры Пермского края

/ А. И. Зырянов, С. Э. Мышлянцева // Туризм в глубине России : материалы международного научного семинара. – Пермь, 2010. – С. 3–10.

2. Зырянов, А. И. Проект развития туристско-рекреационных зон Пермского края / А. И. Зырянов, М. И. Мищенко. – Пермь, 2010. – 87 с.

3. Овеснов, С. А. Конспект флоры Пермской области / С. А. Овеснов. – Пермь, 1997. – 252 с.

4. Красная книга Пермского края [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.permecology.ru/redbook/008\\_main.html](http://www.permecology.ru/redbook/008_main.html)). – Загл. с экрана.

5. Назаров, Н. Н. География Пермского края. Природная (физическая) география (часть 1) / Н. Н. Назаров. – Пермь, 2011. – 125 с.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ЮГЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ТАШТАГОЛЬСКОГО РАЙОНА)**

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент.

Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева  
Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке  
г. Новокузнецк

Развитие туризма как одного из условий устойчивого развития территории является приоритетным направлением региональной экономической политики. Это обусловлено тем, что туризм оказывает все более значительное воздействие на развитие регионов [3, с. 5]. Очевидно, что устойчивое

развития многих регионов начинает напрямую зависть от успешного функционирования туристской отрасли. Продукция устойчивого туризма – это продукция, которая существует в согласии с местной средой, обществом, культурой, приносит пользу, а не ущерб туристскому развитию [1].

В рассматриваемом Таштагольском районе актуальны проблемы взаимодействий туристской индустрии с другими сферами экономики, так и разнообразия предлагаемого турпродукта. Данная туристская дестинация позиционируется как район зимних видов отдыха, в частности, горнолыжного. Это оправданной, горнолыжный центр п. Шерегеш известен далеко за пределами области. Однако данная территория отличается и рядом других достоинств. Она характеризуется высоким качеством экологического состояния окружающей среды, наличием практически «девственных» природных комплексов, последнее обстоятельство является важным конкурентным преимуществом перед другими частями области для развития рекреации.

Развитие экологического и познавательного туризма в регионе, и сравнении с горнолыжным, в настоящее время не имеет столь значительных успехов. Однако для данных видов рекреационной деятельности имеются благоприятные условия, в связи с наличием разнообразнейших природных памятников и заповедных мест. К таковым относятся, например, карстовые пещеры (в известковых и карбонатных отложениях), расположенные в бассейнах рек Мрассу и Кабырза, вершины-гольцы с альпийской растительностью и ледниковыми морозными формами выветривания, карстовыми озерами и скалами – останцами. Это, и первую очередь, гора Мустаг, скалы-останцы «Спасские дворцы» и «Верблюды», гольцы Патына и Большая Куль-Тайга, которые относятся

к Абаканскому хребту. Охраняемыми природными территориями являются: Шорский национальный парк, Таштагольский заказник.

Наибольшей популярностью среди туристов - водников служат маршруты по реке Мрассу от поселка Усть- Кабырза и Мрассу. Посещение этнографического музея «Тазгол» под открытым небом в улусе Усть-Анзас и ряда других достопримечательностей Шорского национального парка, которых в настоящее время описано более 70. Это – места произрастания растений занесенных в Красную книгу, уникальные природные сообщества, системы пещер, живописные скалы, своеобразные останцы, водопады. Многие из них соответствуют статусу «Памятник природы». Например, такие как водопад «Сага», «Царские ворота», останец «Солдат», «Дерево любви», пещеры «Большая Кизасская», «Азасская», скалы «Павиан», «Орлиная», «Динамо». Для обеспечения отдыха посетителей национального парка по основным туристическим маршрутам действуют три кордона «Кизас», «Кабук», «Медная». На всем протяжении р. Мрассу до п. Усть-Анзас оборудованы стоянки для кратковременного отдыха, где имеются расчищенные места под палатки, очаги для костров, столы, навесы, туалеты [5].

В г. Таштагол важным объектом для познавательного туризма является музей этнографии и природы Горной Шории, а также недавно открытая величественная скульптура известного мастера Даши Намдакова – это бронзовый монумент «Золотая Шория», а в п. Шерегеш – промышленного предприятия «Кедропласт».

Таким образом, регион обладает значительным рекреационным потенциалом для развития познавательного туризма.

В целом же, для устойчивого развития туризма, как одной из ведущих отраслей экономики формирующейся туристской дестинации на юге области наряду с сохранением экологических преимуществ, необходимо дальнейшее совершенствование туристской инфраструктуры не только в горнолыжных центрах, но и на познавательных маршрутах. Необходимо включить в программу развития туризма данного региона меры по стимулированию экологического и познавательного туризма. Это позволит удовлетворить потребности в рекреации большего числа социальных групп людей. В противном случае создается опасность формирования монопрофильности и однообразия предлагаемого турпродукта. Больше внимание должно быть уделено поддержке и развитию традиционных охото-промысловых видов деятельности коренных народов этой территории (шорцев), так как в дальнейшем их традиционные занятия могут явиться основой для отдельных видов туризма, развивающихся на основе использования традиционных занятий населения (например, туры по сбору ягод, грибов, папоротника, «псевдо» охота, рыбалка и т.п.). Последнее направление может стать одной из существенных статей бюджета в таких как шорский поселений как улус Усть-Анзас, и ряде более мелких – Чазыбук, Чилей, Суета и других.

**Список источников:**

1. Документы и материалы всемирной туристской организации;
2. Кривенцов И. Значение и проблемы развития современного развития российского туризма // Проблемы развития российского туризма: Сб. докл. и сообщ. науч.-практ. студенч. конф., г. Сходня, 29 марта 2001 г. - М-РИБ «Турист», 2001. - 77с;

3. Новиков В.С. Инновационные подходы к развитию туризма в регионах // Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий. Материалы научно-учебно-практической конференции 14-15 марта 2007 г. Томск. 2007.- 123с;

4. Горнолыжные курорты России и стран СНГ //Путеводитель «Вокруг свет» под ред. Кусый И.Л. издательство «Вокруг света», 2006. - 237с.

5. Рябов В.А. Развитие спортивного и познавательного туризма в Южной природно-хозяйственной зоне Кемеровской области / Геоситуцианальный анализ. Материалы докладов Международной научной конференции, - Казань, 2007 –с. 262-266.

### **СОЗДАНИЕ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ «ОСТРОВ РУССКИЙ» КАК МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

Анастасия Викторовна Топчий, к.э.н, доцент  
Дальневосточный федеральный университет  
г. Владивосток

На современном этапе развития с учетом мировых тенденций, обусловленных интеграционными процессами, туризм стал одним из наиболее динамично развивающихся направлений экономики российских регионов. В результате содействие туризму является приоритетным направлением, в стратегиях развития России в целом и ее отдельных регионов. В данном контексте Приморский край представляет яркий пример региона, для полноценного догоняющего

развития которого сегодня туризм играет первостепенную роль. В связи с чем, считаем необходимым, проанализировать потенциал туристского развития, существующие проблемы и возможные механизмы содействия развитию туризма в данной территории России.

Современное состояние туристской отрасли Приморского края характеризуется следующими социально-экономическими показателями:

- международный туристский поток Приморского края в 2009 г. составил 2,5 % всего въездного потока в Российскую Федерацию (67,9 тыс. чел.) и 49,7% потока ДФО;

- за период 2006-2009 гг. в туристском секторе Приморского края создано 1,3 тыс. рабочих мест;

- налоговые поступления в консолидированный бюджет края в 2009 г. от обслуживания одного международного туриста составили 62,9 рубля с ростом к уровню 2008 года в 1,6 раза;

- туристская инфраструктура края характеризуется наличием 200 баз отдыха, 191 гостиницы, 23 санаторно-курортного учреждения, около 1100 предприятия питания, более 100 транспортных предприятий, осуществляющих пассажирские перевозки.

В целом же динамика статистических показателей за последние несколько лет свидетельствовала о спаде активности на туристском рынке в период с 2002 по 2009 гг., ситуация сала улучшаться с 2010 года. Сегодня Приморский край считается одним регионов-лидеров успешного развития туристского бизнеса. Направления пляжного, культурно-познавательного, делового, активного, оздоровительного, экологического, круизного, сельского, туризма имеют

приоритетный характер. Это обусловлено многими благоприятными факторами.

Во-первых, уникальное географическое и политическое расположение. Приморский край характеризуется территориальной близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона и обладает крупным связующим транспортным узлом, в структуре которого, международный аэропорт, международный морской пассажирский терминал, крупный железнодорожный узел (конечная точка Транссибирской магистрали), сеть шоссейных дорог, главная автомагистраль которой Хабаровск – Владивосток. В результате имеется прямое авиасообщение с крупными городами Японии, Республики Корея, Китаем, Таиландом, Вьетнамом.

Во-вторых, Приморский край обладает уникальными богатыми природными ресурсами, к которым относятся как полезные ископаемые, лес и пушнина, так и флора, и фауна. Здесь сосредоточены уникальные уссурийские, чернопихтовое, дубовые леса; лососевые реки; акватория Японского моря с прилегающими островами, функционирует шесть заповедников, семь заказников; 22 спортивно-охотничьих хозяйства.

В-третьих, на территории края расположено достаточное количество объектов в сфере археологии, истории, архитектуры, а именно: более 2 тысяч исторических и культурных памятников; 184 музей, картинных галерей и галерей искусств; более 30 туристических баз отдыха, комплексов, санаториев и пансионатов; около 170 гостиниц, располагающих номерным фондом в 5 тысяч мест.

В-четвертых, организация и проведение событийных мероприятий, притягивающих поток иностранных туристов. Это Тихоокеанский экономический конгресс, Международный

конгресс рыбаков, международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого», Международный правовой форум стран АТР, Международный молодежный форум по сохранению тигра на Земле, Международного экологического форум «Природа без границ», международных соревнований и т. д.

Кроме того, индустрия туризма Приморского края может предложить песчаные и мелкогалечные пляжи, туристические маршруты в тайге, спортивные базы, лыжные трассы, источники, богатые минеральными водами и целебными грязями. Существует сеть лечебно-оздоровительных санаториев.

Вполне очевидно, что для развития туризма в Приморском крае существуют предпосылки, природно-климатического, географического, инфраструктурного и событийного характера, но в то же время, имеется и ряд факторов, сдерживающих полноценное развитие сферы туризма:

Во-первых, изношенное состояние инфраструктуры и основных фондов значительной части санаториев, баз отдыха, пансионатов, гостиниц и недостаточное количество учреждений культурно-досугового типа. Так число последних с 2002 г. уменьшилось на 125 единиц, а количество творческих коллективов театральной, музыкальной, фольклорной направленности снизилось на 840 единиц. Несоответствие же мест размещения туристов возможностям отрасли и характеру турпродукта порождает низкий уровень заполняемости, средний показатель которого в Приморском крае не превышает 40 процентов.

Во-вторых, отсутствие надежной, оперативной информационной базы туристских ресурсов, объектов, услуг, отработанных форм и методов туристской статистики, системы

сбора маркетинговой информации не обеспечивает полноценного продвижения регионального туристского продукта. Кроме того, ограниченный ассортимент сувенирной продукции по тематике Приморского края, низкое позиционирование мест ее реализации не позволяют сформировать четкий бренд районов и городов края

В-третьих, низкий уровень сервиса и высокий уровень цен на средства размещения туристов.

В-четвертых, слабая поддержка туристского направления органами самоуправления на муниципальном уровне. Лишь в трех из 34 муниципальных образований имеются структурные подразделения, координирующие туристскую деятельность на местах.

Обозначенные факторы снижают конкурентоспособность регионального туристского продукта. В результате рекреационный и историко-культурный потенциал Приморского края используются не более чем на 10 процентов потенциальных возможностей. Вполне очевидно, что для реализации туристского потенциала региона необходимы меры системного воздействия, которые позволят сформировать современную материально-техническую базу, разработать рекламно-информационную продукцию, развивать международное и межрегиональное сотрудничество в области туризма, совершенствовать региональную систему подготовки туристских кадров. В рамках данной концепции определяющая роль принадлежит перспективам создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Остров Русский».

Туристско-рекреационная функция ОЭЗ «Остров Русский» состоит в увеличении строительной деятельности, реконструкции, эксплуатации объектов туристской индустрии,

объектов, предназначенных для санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыха граждан, а также туристская деятельность и деятельность по организации отдыха граждан [1].

Вполне очевидно, что развитие туристско-рекреационной деятельности требует наличия и функционирования предприятия по профилю сопутствующих (вспомогательных и поддерживающих) видов экономической деятельности. Как центр международной интеграции ОЭЗ «Остров Русский» будет аккумулировать на своей территории различные виды экономической деятельности связанные с:

- реконструкцией и построением необходимой инфраструктуры;
- процессами реализации целей и стратегии саммита АТЭС;
- функционированием ОЭЗ «Остров Русский» по окончании Саммита, как культурного, туристского, рекреационного, образовательного и центра развития институциональных инноваций Дальневосточного региона.

Таким образом, предположительно реализация проекта создания ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Остров Русский» позволит:

- сформировать благоприятный инвестиционный и предпринимательский климата в Приморском крае и, как следствие, привлечь дополнительные денежные потоки в регион;
- увеличить долю туристского сектора и смежных отраслей в валовом региональном продукте и обеспечить за счет этого диверсификацию региональной экономики;
- улучшить качество жизни населения за счет роста качества и доступности получения гражданами туристских

и санаторно-курортных услуг;

- стимулировать социально-экономическое развитие Приморского края;

- сохранить окружающую среду, природные и культурные ценности;

- развить до международного уровня туристскую отрасль Приморского края;

- создать основу для долговременного стратегического развития Дальнего Востока России;

- перераспределить туристические потоки во времени на зимний период и межсезонье и уменьшить влияние фактора сезонности туристической деятельности;

- привлечь благодаря льготному налоговому, инвестиционному режиму российские и иностранные инвестиции, инновационные товары, услуги, технологии и работы;

- расширить и укрепить внешнеэкономические связи Приморского края и других субъектов ДФО с государствами Азиатско-Тихоокеанского региона;

- создать условия для кардинального улучшения туристско-рекреационной инфраструктуры края;

- повысить эффективность использования транспортного потенциала и трудовых ресурсов Приморского края;

- расширить за счет создания новых хозяйственных объектов налогооблагаемую базу, увеличить объем валютных и рублевых поступлений в федеральный, и местный бюджеты.

Таким образом, площадка ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Остров Русский» стратегически значима, поскольку несет в себе перспективы международного сотрудничества стран АТР, и потенциал для социально экономического развития и роста ДФО. В результате

успешной реализации вышеуказанных аспектов развития ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Остров Русский» будет обеспечена добавочная стоимость регионального сотрудничества в высокотехнологичных отраслях, современной энергетике и логистической системе региона.

**Список источников:**

1. Об особых экономических зонах в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон Рос. Федерации : [от 22 июля 2005г. № 116-ФЗ]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=123058>. – Загл. с экрана.

**ИЗ ОПЫТА РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО  
ТУРИЗМА В КУЗБАССЕ  
(НА ПРИМЕРЕ БЮРО ПУТЕШЕСТВИЙ КУЗГТУ)**

<sup>1</sup>Инесса Александровна Тиканова, генеральный директор,

<sup>2</sup>Сергей Алексеевич Ковалевский, к.и.н, доцент

<sup>1</sup>ООО «Инес тур»

<sup>2</sup>Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

В современном мире актуальными являются вопросы организации досуга студенческой молодежи. Все больше внимание органы государственной власти РФ уделяется развитию спорта, пропаганде здорового образа жизни. Об этом свидетельствуют разнообразные федеральные законы и национальные проекты. Среди принятых в последнее время нормативных актов, касающихся организации досуга

молодёжи достаточно отметить Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» и статью 16 Федерального закона «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (в части развития студенческого спорта) [5].

Государственная поддержка развития спорта и туризма, несомненно, важна, но наибольшую ценность для общества представляет желание и стремление самих студентов и молодежи к здоровому образу жизни, спорту, туризму. Руководство Кузбасского государственного технического университета всегда уделяло большое внимание развитию студенческого спорта и организации досуга студентов. Во многом это и определило принятие решения о создании в мае 2006 года Бюро путешествий, основной целью которого стала организация отдыха студентов. Организаторами и членами Бюро выступили студенты Кузбасского государственного технического университета при поддержке Профсоюзного комитета ВУЗа. Выполняя важные для общества задачи, а именно: внедрение туризма в студенческие массы, расширение кругозора студентов, приобщение молодежи к здоровому образу жизни, члены Бюро путешествий на протяжении 2006-2009 гг. успешно реализовали ряд проектов.

Основными направлениями деятельности Бюро путешествий стали:

1. организация экскурсий по городам Сибири;
2. проведение летних турпоходов;
3. набор групп и экскурсионное сопровождение в туры выходного дня в Шерегеш;
4. проведение культурно-познавательных и развле-

кательных мероприятий;

5. набор групп для отдыха за границей.

Студентами, работавшими в Бюро путешествий, было организовано несколько походов выходного дня (ПВД). Основными направлениям ПВД являлись: о. Танай, п. Шерегеш (гора Зеленая), д. Журавлево.

Наиболее сильные впечатления у организаторов и участников вызвали первые два похода. Дебютировали активисты походом в район озера Танай (граница Кемеровской и Новосибирской областей). Место было выбрано не случайно. Среди живописного пейзажа озера, находящегося на границе Кузнецкой лесостепи и горно-таёжной части Салаирского кряжа, студенты прикоснулись к истории данной местности. Как известно из специальной литературы, территория прилегающая к озеру, была сакрализована древними людьми начиная с каменного века. Благодаря исследованиям археологов под руководством проф. В. В. Боброва начиная со второй половины 1980-х гг. на данной территории здесь были исследованы памятники разных эпох и культур. Уникальные памятники археологии, представлены преимущественно курганными могильниками эпохи бронзы (андроновская, корчажкинская и ирменская археологические культуры), а также раннего и развитого средневековья. Среди них наиболее представительными являются могильники Журавлёво-4, Танай-7 и -12. Берега озера Танай люди населяли ещё с каменного века, оставив древние поселения, среди которых можно выделить Танай-4 и Танай-4а [1, с. 17-19].

Освоить умения предков предстояло 15 участникам – студентам КузГТУ, КемГУ и КемГУКИ. В первый день организаторы, среди которых был инструктор, имеющий второй спортивный разряд, провели студентам мастер класс по

установке палатки, организации лагеря в полевых условиях. Полученные знания участники похода применили на практике, так как большинство занятий носили соревновательный характер. Также организаторы подготовили участникам и испытания, основанные на народном эпосе, а также спортивные игры-соревнования. В результате ПВД на Танай, который состоялся в период 17-19 августа 2007 года, студенты-участники почерпнули не только знания об истории, флоре и фауне данной местности, но и освоили практические навыки по спортивному туризму, а также получили положительный заряд энергии на новый учебный год.

Другим направлением, освоенным Бюро путешествий стал юг Кемеровской области. Сотрудники Бюро путешествий организовали поход выходного дня в Таштагольский район. Данная местность богата природными и культурными объектами. Среди последних можно выделить древние поселения Печергол, Усть-Анзас, Кайчак и другие. Маршрут Бюро путешествий пролегал через город Таштагол, в котором расположены: место совершения религиозных обрядов шорского народа (XVII – середина XIX вв.), великолепный музей этнографии и природы Горной Шории, стела «Камень на ладони», памятник Герою Советского Союза Якову Ларионовичу Баляеву [4].

Главной целью группы студентов была гора Зеленая (Каритшал), что в пяти километрах от поселка Шерегеш. В зимнее время это развитый горнолыжный комплекс с современными подъемниками, подготовленными трассами, комфортабельными гостиницами, предприятиями питания и средствами развлечения. А в летнее время студенчество было поражено красотой местных ландшафтов, разнообразием растений и свежим горным воздухом! В походе было

задействовано 4 организатора и 13 участников. Добравшись до горы Зеленая, группа осуществила подъем на кресельном подъемнике на высоту 1270 метров, любуясь панорамой скальных останцов «Верблюды», горой Курган (1550 м), на которой был воздвигнут «Символ тысячелетий» – 16-ти метровый Поклонный крест в честь 2000-летия Рождества Христова.

Вместе со снаряжением группа дошла до места стоянки – между горой Зеленая и горой Мустаг, которая является самой высокой точкой Горной Шории. У Мустага две вершины – 1560 и 1570 метров. Обе они серо-зеленого цвета, что объясняется тем, что горные породы покрыты накипными лишайниками, которые служат доказательством чистейшего воздуха и хорошей экологической обстановки. Мустаг еще называют Пустагом, что с шорского переводится как «ледяная гора». А кто-то переводит Мустаг как название горы «жертвенного пара» или «священной возвышенности». Предки шорцев считали двуглавую гору хозяином, распределяющим природные богатства [2, с. 241]. В ходе похода участники познакомились с флорой данной местности. До высоты 1300 м склоны гор покрыты хвойным лесом, а выше распространена карликовая растительность: березки, кедровый стланик, мелкий пихтач. На склонах горы есть богатые ягодники (брусника, черника) [3, с. 91].

Участники похода не только знакомились с красотами местности. На второй день организаторы провели обучение студентов элементам скалолазания на горных останцах «Верблюды». Таким образом, в ходе похода выходного дня студенты познакомились с особенностями местного быта и культуры (в музее этнографии в г. Таштагол), изучили местную флору, а также получили практические навыки по

скалолазанию.

Следующим значимым направлением деятельности Бюро путешествий являлась организация экскурсий по городам Сибири. Среди проведённых мероприятий стоит выделить экскурсию «Ленинск-city ДОЗОР», программа которой познакомила участников с основными достопримечательностями шахтёрского города Ленинск-Кузнецкий. Среди объектов показа, которые посетили участники: Музей шахтерской славы «СУЭК»; Дворец спортивной гимнастики, где тренировалась сборная России по легкой атлетике перед олимпиадой в Пекине; аллея славы; Выставочный зал и террариум, где участники экскурсии смогли посмотреть на кормление нильского и кубинского крокодилов; краеведческий музей города, а также бронзовый бюст дважды Героя Советского Союза Афанасия Петровича Шилина. После посещения представленных объектов, экскурсанты в корне изменили мнение о небольшом шахтерском городке и осознали, что и в родных городах Кузбасса можно культурно и с пользой провести время.

Во второй половине дня экскурсанты превратились в участников игры «Ночной дозор», в рамках которой смогли посмотреть город с другой стороны, а также изучить скрытые густой растительностью парка памятники, бассейн. Игра завершилась близ террариума, где команды уже ждали организаторы с призами. После подведения итогов игры дружный состав отправился в г. Кемерово.

Кроме внутреннего туризма активисты уделяли внимание и выездному туризму. Были набраны группы студентов в зарубежные туры, среди которых наибольшую известность получили «Французские каникулы» и «Автобусный тур в Прагу».

Следует сказать и о таком направлении деятельности Бюро путешествий, как проведении разного рода мероприятий. Например, в честь открытия Бюро путешествий прошла презентация, которая состоялась в мае 2006 г. в пятом корпусе КузГТУ. В рамках праздника аудитория «отправилась в путешествие по континентам», в ходе которого были показаны национальные костюмы разных народов мира, изучены их особенности, проведены конкурсы для студентов и сотрудников ВУЗа.

Для набора групп были проведены презентации в холлах первого и пятого корпусов, в ходе которых студенты были ознакомлены с культурой и особенностями других стран, участвовали в конкурсах, получали памятные призы от Бюро путешествий. Для получения новых знаний и обмена опытом, активисты Бюро путешествий посещали международные туристические выставки в г. Новосибирск, а также участвовали в рекламном туре в п. Шерегеш (гора Зеленая), а также в городской туристической выставке.

В 2009 году деятельность Бюро путешествий была временно приостановлена. Но осознавая значимость и важность данного проекта, силами Профсоюзного комитета студентов, кафедры социально-культурного сервиса и туризма, а также туроператора «Инес тур» с декабря 2011 года Бюро путешествий возродилось уже с новыми силами. В ближайших планах Бюро путешествий: экскурсия по городу Кемерово, основанная на жизни и творчестве Е. В. Гришковца, экскурсия «Новокузнецк Космический», поход выходного дня «Липовый остров».

Основываясь на накопленном опыте, организаторы Бюро путешествий пришли к выводу, что занимаясь спортом, туризмом и активно участвуя в общественной деятельности,

студенты не только уходят от вредных привычек и повышают уровень физического и культурного здоровья нации, но и приобретают полезные навыки организаторской деятельности. Полученный опыт помогает добиться высоких результатов в профессиональной деятельности, что, несомненно, ведет к развитию не только отдельного предприятия, но и региона в целом.

Кузбасс – территория, богатая природными, историко-культурными, археологическими и этнографическими достопримечательностями. Роль их велика в развитии региона как туристической дестинации. При правильном позиционировании ресурсов Кемеровской области, при единой работе общественных организаций, учебных заведений, представителей бизнеса и власти, мы сможем привлечь в область поток туристов, что, несомненно, станет новым этапом в развитии экономики региона.

#### **Список источников:**

1. Бобров, В. В. АМР и общие проблемы Западно-сибирской археологии (на примере Танайского археологического микрорайона) / В. В. Бобров // Археологические микрорайоны Западной Сибири. – Омск : Изд-во ОмГУ, 1994. – С. 17–19.

2. Соловьев, Л. И. Беседы по краеведению Кузбасса : учеб. пособие / Л. И. Соловьев. – Кемерово : Изд-во КРИПКИПРО, 2010. – 391 с.

3. Шаров, Г. Н. Заповедные геологические памятники Кемеровской области / Г. Н. Шаров, Ю. С. Надлер. – Новокузнецк : ООО «Слимон», 2001. – 160 с.

4. Официальный сайт департамента культуры и национальной политики Кемеровской области. Объекты культурного наследия [Электронный ресурс]. – URL:

<http://depcult.ru/objects/>. – Загл. с экрана.

5. Официальный сайт туристско-спортивного союза России. Федерация спортивного туризма России. Законы и целевые программы [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tssr.ru/main/docs/programs/1189/>. – Загл. с экрана.

**ЭКОЛОГО-КЛИМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
ЛАНДШАФТОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ  
ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И  
РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ**

Ольга Евгеньевна Колмогорова, аспирант

Научный руководитель:

Ольга Варфоломеевна Мезенцева, д.г.н., доцент

Омский государственный педагогический университет

г. Омск

Эколого-климатический потенциал ландшафтов учитывает устойчивые природные свойства, в частности биоклиматические, не зависящие от человека, действующие повсеместно и имеющие универсальное значение для его жизни, а также факторы антропогенного происхождения, которые как бы «накладываются» на существующий природный фон.

Климат, как компонент географической среды, отражает главные условия жизнедеятельности человека. Влияние климата на организм человека многогранно. Он может оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие. При одних климатических условиях возникают различные заболевания. При других климат играет роль

лечебного и профилактического фактора. Таким образом, степень комфортности биоклимата важна для здоровья населения, а также влияет на величину затрат по обеспечению нормальной жизнедеятельности населения.

Территория Омской области расположена в области континентального климата со средней температурой января – 19...-20°C, и средней температурой июля +18...+19°C (5, с.13). Осадков на большей территории Омской области выпадает 300-500 мм/год. По увлажнению северные районы относятся к зоне достаточного и частично избыточного увлажнения, годовое количество осадков 400–500 мм. Юг области относится к районам неустойчивого увлажнения, засушливой зоне, годовые суммы осадков составляют 300-350 мм, на крайнем юге – менее 300 мм. Большая часть осадков (около 80%) выпадает в летнее время. В зимний период осадков выпадает меньше, поэтому снежный покров на значительной части территории области небольшой – 30-40 см, а на юге – 20 см, лишь в северных районах мощность его достигает 50–60 см.

Омская область располагается в пределах трех природных зон: лесной, лесостепной и степной. Относительно благоприятным для курортного освоения является север Омской области. На этой территории располагаются ландшафты таежных и смешанных лесов, а также болота северных широт. Биоклиматический потенциал здесь ограниченный, низка комфортность климата, период возможной гелиотерапии 4-5 месяцев, из них 2-3 месяца – оптимальной гелиотерапии (с середины мая до середины августа), 140-180 дней в году с благоприятными условиями для климатотерапии в соответствии с сезонами года, период УФ-дефицита – от умеренного (2 месяца) до длительного

(4 месяца).

Несмотря на это, территория Омской области (за исключением южной части) относится к зоне оптимальных гидролого-климатических условий для природопользования. В качестве количественных индикаторов природных рубежей этой зоны, расположенной между областями избыточного и весьма недостаточного увлажнения, используются показатели естественной тепловлагообеспеченности (полная соразмерность водных и тепловых ресурсов с одной стороны, с другой стороны – условия увлажнения, при которых прекращается поверхностный речной сток и формируются лишь временные водотоки). В пределах данной зоны формируются климатические условия, комфортные для жизнедеятельности человека и для аграрного природопользования, сосредоточены земельные ресурсы с достаточно плодородными почвами, пригодные для земледелия [1, с. 144].

При выполнении анализа географического соответствия полей гидролого-климатических характеристик и природных зон Западной Сибири с учетом колебаний увлажнения территории по годам Мезенцевой О. В. [4, с. 178] было определено, что зона оптимальных гидролого-климатических условий для аграрного природопользования в средний год соответствует подзонам смешанных и мелколиственных лесов и смещается циклически в сухие годы в подзону южной тайги, а во влажные годы – в зону лесостепной части Омской области.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ландшафты большей части Омской области (кроме крайних южных степных) комфортны для жизнедеятельности населения. аграрного и рекреационного природопользования. Хотя и имеется ряд как отрицательных, так и положительных

сторон. К числу недостатков климата относятся длительная суровая зима, в центральных и южных районах малоснежная, глубокое промерзание почвы, весенняя засушливость, частые летние засухи в лесостепной и степной зонах, короткий безморозный период. Юг области практически лишен поверхностных речных водных ресурсов кроме транзитного стока реки Иртыша.

Положительной стороной климата области являются обилие солнечного света и повышенное количество тепла в летние месяцы. Суммы положительных температур составляют в северных районах в среднем 2100-2200 °С, в южной половине 2500 °С. Обилие солнечного света и благоприятное внутригодовое распределение осадков, дающее максимум влаги в летние месяцы. Маловлажный сибирский климат благоприятно воспринимается человеческим организмом [2, с.43].

В северных районах области подверженных влиянию сильных морозов возрастает потребность населения в теплой одежде, в топливе, калорийном питании. С ростом дискомфорта климата зимой происходит снижение эффективности производства работ на открытом воздухе. Длительная и суровая зима обуславливает появление и развитие целого ряда природных явлений дополнительно осложняющих все виды хозяйственной деятельности, такая погода повышает вероятность простудных и обострения хронических заболеваний. В районах с высокой летней температурой воздуха есть потребность в более легкой одежде, менее калорийной пище и искусственном охлаждении воздуха в помещениях.

На жизнедеятельность населения и развитие рекреационного природопользования так же оказывают

влияние экологические факторы: степень загрязнения воздуха, воды, почвы, сохранность растительного и животного мира. В Омской области экологическая обстановка остается сложной, несмотря на то, что в последнее время произошло сокращение выбросов вредных веществ.

Так как Омск – крупный промышленный центр, то основными источниками загрязнения атмосферы являются промышленные предприятия, ТЭС и автотранспорт. А основной причиной загрязнения водных ресурсов является сброс в водоемы сточных вод практически без очистки. Особой охраны требуют растения и животные Омской области.

Тем не менее, по экологическому состоянию окружающей природной среды Омская область находится на 21-м месте в России. По данным Всероссийского экологического рейтинга краев и областей, составленной общественной организацией «Зеленый патруль» на осень 2011 года [6]. Рейтинг охватывает регионы страны по 15 критериям, выводя общие показатели по трем основным сферам: охране природы, влияние на экологию промышленности и отношения к этому в обществе. Учитываются не только состояние воды, воздуха, почвы и количество вредных выбросов предприятий, но и документы, распоряжения, которые действуют в сфере природопользования.

Рекреационное природопользование направлено на удовлетворение потребностей населения, прежде всего местного, в зонах отдыха, санаторно-курортных объектах, созданных на базе бальнеологических ресурсов, на развитие спортивного и познавательного туризма, альпинизма. Охрана и рациональное использование рекреационных ресурсов

вписывается в общую стратегию рационального природопользования региона в виде территориальной рекреационной системы.

Важнейшим условием развития рекреации и туризма является наличие рекреационного потенциала, под которым мы понимаем совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории. Составной частью рекреационного потенциала, определяющее его качество и ёмкость, являются рекреационные ресурсы – то есть компоненты географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий. Традиционно в качестве рекреационных ресурсов называют, прежде всего, компоненты природного или культурного ландшафтов. Выделяются климатические, водные, гидроминеральные, лесные, горные, социально-культурные и другие виды ресурсов. В рекреационном природопользовании ресурсом может быть красота ландшафта и пейзажное разнообразие местности, материальная и духовная культура страны, экологичность природы, уникальность архитектуры.

Омская область в данном смысле, является одним из наиболее перспективных регионов. На территории Омской области находится большое количество объектов историко-культурного наследия, а также множество объектов природно-ландшафтного фонда, которые формируют уникальный комплекс рекреационных ресурсов (Крепость «Покровская», «Чудская гора», Природный парк «Птичья гавань» и др.). Разнообразие ландшафтов обеспечивает все его типы: оздоровительный, познавательный, спортивный (лыжный,

водный, пеший). Живописные берега реки Иртыша с притоками Ишим, Омь, Тара; лесные массивы; бесчисленное количество озер делают возможным в регионе так называемый «дикий туризм». Мест для самостоятельного активного отдыха в Омской области достаточно много. На севере региона есть небольшие речки, которые годятся для сплава на катамаранах.

Омская область богата лечебными природными факторами. На территории Омского Прииртышья расположено около 16 тысяч озер, среди которых более 200 соленых. Вода и донные отложения ряда водоемов обладают уникальными лечебными свойствами. Наиболее известны соленые озера южной части Омской области (Ульджай и Эбейты). Целебные свойства этих озер содержащих высокую концентрацию минеральных солей со значительными запасами иловой грязи используют в лечении. В области действует более 15 санаториев, много ведомственных профилакториев, домов отдыха, турбаз [7].

Омская область является одним из богатейших районов страны по ресурсам минеральных вод. Они распространены по всей территории области в верхнемеловых отложениях покурской свиты. Подземные воды имеют хлоридно-натриевый состав и обогащены биологически активными микрокомпонентами. Вода может применяться в лечебных целях, но и в качестве столовой. На территории г. Омска налажен выпуск минеральной воды «Омская» [3, с, 15].

На территории области находится около 1700 памятников археологии, истории и культуры, начиная с древних поселений, стоянок, курганов и до современных комплексов, что свидетельствует об эмпирическом признании этой территории на юге Западно-Сибирской равнины древними людьми в качестве комфортной для традиционных

видов аграрного природопользования. Наиболее известны такие исторические места области, как пристань Ермака (Знаменский район), Богатырские курганы (Черлакский район), Чеховский ввоз (Нижеомский район), урочище «Битые горы» (Крутинский район), и многие другие.

Таким образом, эколого-климатический потенциал Омской области является комфортным для жизнедеятельности населения и рекреационного природопользования, что формирует перспективы для развития курортной отрасли, туризма и туристической инфраструктуры в регионе.

#### **Список источников:**

1. Возобновляемые ресурсы тепловлагообеспеченности Западно-Сибирской равнины и динамика их характеристик : моногр. / И. В. Карнацевич, [и др.] ; под общ. ред. О. В. Мезенцевой. – Омск : Изд-во ФГОУ ВПО ОмГАУ, 2007. – 268 с.

2. География Омской области : учеб. пособие для средней школы. – Омск : Кн. изд-во, 2001. – 192 с.

3. Природные лечебные факторы Омского Прииртышья / О. Н. Смолин, И. А. Вяткин, С. В. Костарев, А. А. Нефедов, О. В. Мезенцева, А. А. Кожухарь, И. В. Меха, А. Е. Комаров // Ресурсы Омской области. – М., 1999. – С. 15–16.

4. Мезенцева, О. В. Географические закономерности зоны оптимальных гидролого-климатических условий для аграрного природопользования (на примере Западной Сибири) : дис. ... д-ра. геогр. наук : 25.00.36 / Мезенцева О. В. – Омск, 2010. – 390 с.

5. Омская область. Атлас Омской области [Карты] / ред. кол. : Н. А. Калининко, А. А. Кожухарь, А. Г. Зинченко; Федеральная служба геодезии и картографии России. – М.: Федер. служба геодезии и картографии России, 1999. – 56 с.

6. Экологический рейтинг субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.greenpatrol.ru>. – Загл. с экрана.

7. Рекреационные ресурсы Омской области [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.kurortmag.ru/dictionary /R/-Rekreacionnie\\_resursi\\_Omskoj\\_oblasti/](http://www.kurortmag.ru/dictionary/R/-Rekreacionnie_resursi_Omskoj_oblasti/) . – Загл. с экрана.

## **ОХОТНИЧЬИ РЕСУРСЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ОХОТНИЧЬЕГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ**

Виталий Сергеевич Соснин, магистрант

Научный руководитель:

Надежда Николаевна Праздникова, к.г.н., доцент

Алтайский государственный Университет

г. Барнаул

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [1] и Основными направлениями деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 года, утвержденными распоряжениями Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р и 1663-р [2], одним из главных направлений перехода к инновационному социально-ориентированному типу экономического развития страны является создание условий для улучшения качества жизни населения, в том числе за счет развития инфраструктуры туризма, отдыха, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности

этих услуг в России.

По туристическому потенциалу Алтайский край входит в 20 наиболее привлекательных регионов страны и занимает 2 место среди регионов Сибирского федерального округа.

Благодаря стратегическому преимуществу географического положения региона уникальные природно-климатические условия Алтайского края в сочетании с хорошо сохранившимся историко-культурным наследием создают потенциал для развития высокоэффективного, конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего благоприятный имидж региона на международной арене и обеспечивающего растущие потребности российских граждан в услугах, связанных с отдыхом, лечением и туризмом [3].

Одним из наиболее перспективных видов развития туризма в крае, является охотничий туризм, Алтайский край имеет все необходимые ресурсы для организации и развития данного вида туризма. В крае более 80 видов животных являются объектами охоты. Из них 27 млекопитающие, 24 вида птиц и 20 видов условно – охотничьих птиц. Многие из видов млекопитающих относятся к трофейным животным, например, такие как лось, олень, косуля, медведь и др.

На площади 900 тысяч гектар организованы 27 заказников местного значения. За 102 охотничьими хозяйствами (12 промыслового и 90 спортивного направления) закреплено 10,1 млн. га ценных угодий.

Во многих охотничьих хозяйствах существуют базы отдыха, как для охотников-туристов, так и для простых отдыхающих.

Алтайский край имеет огромные перспективы развития охотничьего туризма, но существующий ряд проблем,

не просто препятствует развитию данного вида туризма, а сводит его на нет.

Основной проблемой развития охотничьего туризма является неэффективная охрана охотугодий. На 60 сельских районов в крае всего 39 охотинспекторов. На каждого из них приходится два, три района с сотнями гектаров охотничьих угодий. На 35 заказников в крае насчитывается всего 15 егерей, не имеющих реальных полномочий и не обеспеченных необходимой техникой. Возросшее количество браконьеров позволяет говорить о настоящей войне против животного мира. Если такая ситуация будет продолжаться далее у нас не останется вообще никаких ресурсов для развития охотничьего туризма. Проблем очень много, не только с браконьерами. Не надлежащим образом выстроена инфраструктура охотничьих баз, практически отсутствует сервис, плохая транспортная доступность и многое другое требующее немедленного решения.

Мировая практика показывает, что охотхозяйство является высокоорганизованным, где системно решаются три вопроса. Это эффективная охрана охотничьих животных и мест их обитания, достоверный учет их численности и организация охоты в строгом соответствии с установленными нормативами [4]. Одной из мер по повышению численности охотничьих животных и развитию охотничьего туризма является создание охотничьих ферм.

По опыту других стран можно сказать, что вольерное разведение диких копытных в несколько раз доходнее содержания на той же площади домашнего скота. И это направление может быть важнейшим элементом охотничьего и сельского хозяйства, а также охотничьего и экологического туризма в России. Это наиболее реальный путь сохранения

и восстановления ценнейших биологических ресурсов и значительного увеличения продуктивности охотничьих угодий, ничтожной в настоящее время [5].

Охотничье хозяйство края находится в критическом состоянии, поэтому вольерное разведение диких копытных будет способствовать наиболее быстрому восстановлению популяции.

На базе охотничьих ферм может развиваться не только охотничий туризм, но и такие виды туризма как экологический, познавательный и сельский туризм. Развитие охотничьих ферм так же будет способствовать развитию смежных секторов экономической деятельности Алтайского края: строительного, пищевого, транспортного, сельского хозяйства и др., следовательно мультипликационный эффект отразится на социально-экономическом и культурном развитии региона.

#### **Список источников:**

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства Рос. Федерации : [от 17 ноября 2008г. № 1662-р (ред. от 08.08.2009) ]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=82134>. – Загл. с экрана.

2. Об утверждении основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 и перечня проектов по их реализации [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства Рос. Федерации : [от 17 ноября 2008г. № 1663-р (ред. от 14.12.2009)]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=94902>. – Загл. с экрана.

3. О комплексной программе социально-

экономического развития Алтайского края [Электронный ресурс] : пост. Администрации Алтайского края : [от 28 декабря 2007г. № 622]. – URL: [http://www.econom22.ru/legal\\_texts/-regional/detail.php?ELEMENT\\_ID=247](http://www.econom22.ru/legal_texts/-regional/detail.php?ELEMENT_ID=247). – Загл. с экрана.

4. Воронин, А. Г. Настоящая война. В Алтайском крае критическая ситуация с охраной животного мира [Электронный ресурс] / А. Г. Воронин // Алтайпресс. – Электрон. дан. – Барнаул, 2012. – URL: <http://www.altapress.ru/story/79989>. – Загл. с экрана.

5. Гештовт, П. Работаем рентабельно / П. Гештовт // Охота. – 2010. – № 6 – С. 6.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО  
ТУРИЗМА НА ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ  
МЕСТНОСТЯХ И КУРОРТАХ (НА ПРИМЕРЕ  
ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТРОПЫ КУРОРТА БЕЛОКУРИХА)**

Алеся Андреевна Алексеева, студентка

Научный руководитель:

Ольга Михайловна Маслова, преподаватель

Алтайский государственный университет

г. Барнаул

На Кафедре Рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Географического факультета АлтГУ, группой студентов, под руководством преподавателя Масловой О. М, ведется разработка экологических маршрутов. В июне 2011 года студентка специальности «Туризм» Алексеева А. А., под руководством преподавателя Масловой

О. М. находились в экспедиции в городе-курорте федерального значения Белокуриха, на территории санатория «Россия». Занимались разработкой и обустройством экологической тропы «Лесная Заимка», относящейся к санаторию «Россия», изучали природные характеристики, собирали материал для научных работ. Нами был пройден маршрут экологической тропы.

Цель данного проекта: развитие устойчивого туризма на лечебно-оздоровительных местностях и курортах с минимальным ущербом для окружающей среды .

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

–изучить теоретические основы создания экологических троп;

–охарактеризовать такой вид ООПТ, как лечебно-оздоровительные местности и курорты;

–охарактеризовать природные особенности данной территории;

–разработать и обустроить экологическую тропу «Лесная Заимка» на территории санатория «Россия».

При создании экологической тропы «Лесная Заимка» появятся следующие перспективы:

1. Досуг отдыхающих санатория «Россия» курорта Белокуриха, экологическое образование и просвещение участников экологического маршрута;

2. Сведение к минимуму негативных последствий от туризма для окрестностей курорта Белокуриха;

3. Содействие экскурсантов охране природы (посильное участие в мероприятиях по очистке, обустройству дорожного полотна, посадках растений и т.д.) [2].

4. Создание новых рабочих мест на территории

санатория «Россия», участие и работа местных жителей в качестве гидов, экскурсоводов, работников охраны и получение дохода, что дает дополнительные стимулы для охраны окружающей среды.

5. Создание условий для проведения практических и исследовательских работ на экологической тропе «Лесная Заимка».

Особо охраняемые природные территории предназначены для сохранения типичных и уникальных природных ландшафтов, разнообразия животного и растительного мира, охраны объектов природного и культурного наследия [4]. К лечебно-оздоровительным местностям относят территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний. Целями создания лечебно-оздоровительных местностей и курортов являются их рациональное использование и сохранение их природных лечебных ресурсов и оздоровительных свойств. Курортом является освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях территория, которая обладает природными лечебными ресурсами, а также располагает необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры [4].

Город Белокуриха расположен в юго-восточной части Алтайского края в долине реки Белокуриха на высоте 240–250 метров [1]. Курорт Белокуриха славится не только радоновыми источниками, но и лечебным климатом. Белокурихинские радоновые источники – одно из удивительных явлений природы. Расположены в пределах разлома, образующего фас Алтая. Радиоактивность и повышенная температура источников объясняется присутствием в породах Белокурихинского гранитоидного

массива радия, рубидия, калия, в результате распада которых происходит выделения тепла и некоторых радиоактивных веществ, в частности радона [1].

#### Описание экологической тропы

Маршрут экологической тропы «Лесная Заимка» начинается на территории санатория «Россия» курорта Белокуриха. Общая протяженность маршрута составляет 20 км. Первая точка «Начало тропы» на территории санатория Россия. Через 30 минут мы доходим до 2 точки «Конный двор». Здесь туристам предлагаются конные маршруты. Следующая точка 3 «Солнечная поляна», южная часть города-курорта Белокуриха окаймляется отрогами Чергинского хребта, который покрыт хвойными (сосновыми и пихтовыми) лесами с подлеском из рябины, черёмухи, маральника[3]. Затем точка 4: причудливой формы скала «Черепаша». Далее радиальный выход на скалу «Четыре брата». Скала находится в 3,5 км южнее г. Белокуриха, на водоразделе реки Белокуриха и ручья Медвежий. Представляет собой живописные гранитные скалы причудливой формы в виде башен [1]. Далее радиальный выход на гору Круглую. Гора Круглая находится в 4,5 км южнее г. Белокурихи на водоразделе реки Белокуриха и ручья Медвежий. Гора Круглая известна со второй половины XIX века, со времени начала существования курорта Белокуриха [1]. На вершине горы есть смотровая площадка, откуда перед взорами туристов открывается великолепный вид на Белокуриху. Далее двигаемся вдоль берега реки Белокуриха, затем проходим Алексеев Лог и достигаем точки Татарский перевал. Конечный пункт: «Лесная заимка» или «Федоров Лог». Место, где расположена «Лесная Заимка» называют «Федоров лог» – здесь раньше было поселение, жители которого заготавливали дрова и весной сплавляли их

по некогда полноводной реке Белокуриха для отопления всего курорта. На второй день пути: возвращение к санаторию Россия по тому же пути. Дальнейшее функционирование экологического тропы «Лесная Заимка» подразумевает отслеживание изменений её объектов в процессе постоянного взаимодействия с туристами, отдыхающими на территории курорта. В настоящее время экологическая тропа «Лесная Заимка» создана. Существуют маршруты пешеходного туризма, которые проводятся работниками санатория «Россия».

**Список источников:**

1. Ревякин, В. С. Белокурихинская лечебно-оздоровительная местность / В. С. Ревякин, С. Б. Поморов, Н. Ф. Вдовин. – Барнаул : Изд-во НИИ ГП, 1997. – 154 с.

2. Комов, В. В. Технология обустройства троп / В. В. Комов, Я. И. Орестов // Тропа в гармонии с природой : сборник российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. – М. : Р. Валент, 2007. – 176 с.

3. Красная книга Алтайского края. Редкие и находящиеся под угрозой исчезновения виды растений. – Барнаул : ОАО ИПП «Алтай», 2006. – 262 с.

4. Силантьева, М. М. Основы экологии, природопользования, охраны природы и экологического права: учеб. пособие / М. М. Силантьева, Н. В. Карлова, О. Н. Мироненко ; под ред. В. В. Невинского. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2008. – 340 с.

## **ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ И СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: СУЩНОСТЬ, ВЗАИМОСВЯЗЬ И ВЗАИМОВЛИЯНИЕ**

Дарья Вячеславовна Артюкова, студентка,

Мария Александровна Леушина, студентка

Научный руководитель:

Миненкова Вера Владимировна, к.г.н., доцент

Кубанский государственный университет

г. Краснодар

Люди все чаще предпочитают проводить свое свободное время, посещая новые места для того, чтобы сменить привычную обстановку и получить новые впечатления. В связи с этим на туристском рынке появляются направления, показывающие новую сторону уже привычных дестинаций. Примером могут служить гастрономический и сельский туризм, которые раскрывают стороны жизни общества, на первый взгляд не связанные с туризмом.

Сельский и гастрономический туризм зачастую тесно взаимосвязаны и порой сложно отделимы одно от другого. Выявление сходств и специфики этих видов туризма требует подробного изучения обоих направлений.

Гастрономический туризм – это поездка по континентам и странам для ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а также с целью отведать уникальные для приезжего человека блюда или продукты. Это комплекс хорошо продуманных мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, а также некоторых отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде и имеющих особенный вкус [1].

Официальный сайт по туризму Италии даёт следующее

определение: гастрономический и винный туризм – это вид туризма, целью которого является изучения продукции конкретной кулинарной области. В зависимости от предпочтений туриста это может быть посещение ресторанов национальной кухни, виноделен и предприятий пищевой промышленности.[6]

Во Франции гастрономический туризм часто называют кулинарным и определяют его как способ исследовать и открывать для себя культуру и историю региона в рамках своего путешествия посредством знакомства с кулинарными традициями [4].

Схожую трактовку даёт Государственный Секретариат Туризма Испании: гастрономический туризм является одной из форм туризма, при которой изучение традиционной кухни страны или региона является основной целью путешествия [7].

Федеральное агентство по туризму РФ не даёт четкого определения гастрономическому туризму, так как данное направление в России пока не развито. Однако необходимость в разработке понятийного аппарата является следующим шагом, необходимым для развития этого вида туризма.

Самые популярные для посещения страны с целью гастрономических путешествий – Франция, Италия, Германия, Великобритания, Чехия, Испания, Таиланд и Япония. Следует отметить, что практически любая страна имеет потенциал для развития у себя гостротуризма, ведь в каждой стране своя неповторимая национальная кухня, свои традиции гостеприимства.

Важно различать экскурсии гастрономического характера и непосредственно гастрономический туризм.

Параллельно с познавательным, шопинг-турами или даже деловым туризмом гости страны непременно пробуют

некие деликатесы или хотя бы основные традиционные блюда страны пребывания, но в том-то и суть гастрономического туризма, что знакомство с кулинарией должно быть основной целью поездки и занимать большую часть времени. В этом заключается отличие экскурсии от тура.

Гастротуры принято делить на два вида: сельские («зеленые») и городские. Их принципиальное отличие заключается в том, что, отправляясь, в сельскую местность турист стремится попробовать экологически чистый продукт, без каких-либо добавок. Например, «зеленые» туры предлагают сбор дикорастущих ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах, охоту на трюфеля или прогулку по дорогам виноделия. Городской же гастротур может включать в себя посещение кондитерской фабрики или маленького колбасного цеха и ресторанчика при нем, где из выпускаемой на фабрике или в цеху продукции готовится деликатесное блюдо.

Сельский вид гастротуризма тесно взаимосвязан с сельским туризмом.

Существуют различные гипотезы о появлении первого опыта развития туристской деятельности в сельских районах. Тем не менее, специалисты утверждают, что сельский туризм как вид экономической активности появился в середине XX века в первую очередь в Европе и США, страной возникновения считают Францию (1970-е годы). С 1980-х гг. этот вид туристической деятельности начал свое развитие в таких странах как Бразилия, Аргентина, Уругвай, с 1990-х гг. в Японии, странах Африки и Океании, к концу XX века – в Монголии, Мадагаскаре, Украине, Белоруссии [8].

Многие городские жители совершают путешествия для того, чтобы вновь обрести свои корни, взаимодействуя с местными жителями, участвуя в традиционных фестивалях,

наслаждаясь теплом и уютом, узнавая историческое и природное наследие сельской местности, живя местным образом жизни, следуя традициям, обычаям, находясь в новом окружении, получая новый опыт, новое знание, мудрость, избегая рутины городской жизни и приобретая возможность купить местные продукты. Немаловажное значение в сельском туризме занимает и сельская кухня. Многие объекты размещения в сельском туризме кроме основных услуг, связанных с предоставлением проживания, предлагают своим гостям попробовать настоящую сельскую еду, напитки, продукты, произведенные на ферме (молочные продукты, сыры, вина, варенья и др.).

Сельский туризм содействует коммуникабельности, интеграции между сельскими и городскими жителями, социально-экономическим преобразованиям и способствует борьбе с нищетой в сельской местности, не нарушая ландшафт и сложившиеся десятилетиями традиции и национальные особенности местного населения.

Каждая страна дает определение сельскому туризму по-своему. Согласно определению, данному Бразильским министерством туризма, сельский туризм – это любая деятельность, осуществляемая в самых разнообразных формах, в так называемых сельских районах, включает в себя размещение и получение знаний о деятельности, осуществляемой в сельской местности в Бразилии.

В Португалии Министерством туризма дано следующее определение сельского туризма – вид туризма, в целом ориентированный на размещение туристов в сельской местности, в загородных домах, сельских гостиницах, туристских объектах размещения (усадебках), занятие агротуризмом (туристы участвуют в сборе урожая маслин,

к примеру) или деревенским туризмом. Использование региональных гастрономических продуктов является отличительной чертой искусства гостеприимства в сельском туризме. [3]

Во Франции сельский туризм определяется как туристская деятельность, осуществляемая в сельской местности, показывающая образ сельской жизни и преимущества местных продуктов[5].

В Российской Федерации существует следующее определение сельского туризма – это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах. Обязательное условие: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.[2]

Основным различием гастрономического и сельского видов туризма можно считать цель, которую преследует гость, совершая тур. В случае если таковой целью является исключительно дегустация определенной продукции и получение знаний о процессе её производства, то такую поездку можно отнести к гастрономическому туризму. Сельский туризм предполагает совокупность элементов сельской жизни, в которую входит гастрономия, но при условии, что она не является единственной причиной посещения.

Кроме того существуют различия по длительности пребывания на конкретном туристском объекте. Можно сказать, что смысл сельского туризма заключается в единении с природой, получении представления о сельской жизни,

в связи с этим предполагается, что турист проведет какое-то время на территории фермы. Что касается гастрономических туров, то они более «подвижны»: турист приезжает, знакомится с кулинарными и производственными аспектами посещаемого предприятия и продолжает своё путешествие в рамках гастрономического тура.

Так как не создано законодательных норм в области определений в сельском или гастрономическом туризме, а существующие определения носят скорее рекомендательный характер, то разграничение этих понятий зачастую затруднительно. В связи с тем, что эти направления включают элементы друг друга, предприятия имеют тенденцию называться так, как им выгоднее в экономическом плане. При этом важно заметить, что в данном случае речь идет исключительно о сельском гастрономическом туризме.

#### **Список источников:**

1. Гастрономический туризм. Туризм и путешествия как отдых [Электронный ресурс]. – URL: <http://tyrrizm.ru>. – Загл. с экрана.

2. Сельский туризм. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.russiatourism.ru>. – Загл. с экрана.

3. CasasdeTurismoRural Almadeviagante. Jornalismo de viagens [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.almadeviajante.com/turismo-rural>. – Загл. с экрана.

4. Le tourisme culinaire en quete de criteres de segmentation. – France, 2011.

5. Le tourisme rural. Ministère de l’Agriculture, de l’Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l’Aménagement du territoire [Электронный ресурс]. – URL: <http://agriculture.gouv.fr/tourisme-rural>. – Загл. с экрана.

6. Mangiareebere. ITALIA. SitoufficialedeleturismoinItalia [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.italia.it/-it/home.html>. – Загл. с экрана.

7. Ruraltourism. GobiernodeEspaña. Ministeriode industria, energia y turismo. Secretaría de Estado de Turismo [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.minetur.-gob.es/turismo>. – Загл. с экрана.

8. Turismo Rural: OrientaçõesBásicas. – 2a Edição. – Brasília : Ministério do Turismo, 2010.

## **РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПРИДОРОЖНОГО СЕРВИСА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ**

Евгений Андреевич Бобров, студент 4 курса

Научный руководитель:

Александр Германович Редькин, к.г.н., доцент

Алтайский государственный университет

г. Барнаул

Располагаясь на юге Западной Сибири и обладая относительно благоприятными природно-климатическими условиями, Алтайский край перспективен для рекреационного освоения. Бесспорно, что для развития сферы отдыха и туризма необходима развитая инфраструктура и дорожная сеть. По протяженности дорог край занимает третье место в Российской Федерации.

Основой транспортной сети Алтайского края являются федеральные дороги: Чуйский тракт (М-52) (от Новосибирска через Бийск до границы с Монголией), с подъездом к Барнаулу и Барнаул-Рубцовск (А-349) – граница с Казахстаном;

территориальные дороги: Новосибирск-Камень-на-Оби-Барнаул, Бийск-Мартыново-Кузедеево, Поспелиха-Курья-Третьяково, Алейск-Родионо-Кулунда-Павлодар, «Алтай-Кузбасс».

В связи с огромной протяженностью автодорог для автомобилистов и пассажиров возникает необходимость в объектах придорожного сервиса, потребность в которых резко увеличивается в летний период.

Предприятия придорожного сервиса по функциональному назначению разделяются на три группы:

1. Сооружения для обслуживания пассажирских перевозок (автобусные остановки, пассажирские автостанции, автопавильоны, мотели, кемпинги, предприятия торговли и общественного питания, площадки отдыха).

2. Сооружения для обслуживания подвижного состава: пункты технической помощи, автозаправочные станции, моечные пункты.

3. Сооружения для обслуживания грузовых перевозок: грузовые автостанции, диспетчерско-контрольные пункты.

На дорогах края в настоящее время расположено более 600 объектов дорожного сервиса. В том числе около 170 – на федеральных трассах. Из них 284 автозаправочных станций, 24 шиномонтажных мастерских, 23 станции технического обслуживания, 95 точек питания, 6 автогостиниц. 80% комплексов введено в эксплуатацию в 1990-х и 2000-х годах. Уровень оказания услуг в ряде случаев остается достаточно невысокого качества. Архитектурно-художественное оформление некоторых объектов не выдерживает критики. Порой отсутствуют элементарные санитарно-гигиенические условия на прилегающей территории. Выбор и освоение земельных участков происходили зачастую без необходимых

согласований проектов.

Для комплексного решения указанных проблем в 2008 году по поручению администрации края в «Алтайавтодоре» была разработана схема развития дорожного сервиса на дорогах края. Она была утверждена в июле 2008 года постановлением администрации края «Об упорядочивании размещения объектов дорожного сервиса в Алтайском крае с учетом перспектив развития до 2015 года». Постановление охватывает две федеральные дороги и 20 основных территориальных межмуниципальных дорог. В нем, в частности, поставлены задачи по приведению сервисов в соответствие с нормативными требованиями, в том числе по реконструкции и демонтажу ряда объектов.

В идеале комплекс дорожного сервиса должен сочетать в себе хотя бы минимальный набор услуг, необходимых автолюбителям и пассажирам междугородного транспорта. Автозаправочная станция, шиномонтажная мастерская, точка общественного питания, благоустроенная уборная, телефон с междугородней связью и пункт медицинского обслуживания – вот главные его составляющие.

Требования к перечню минимально необходимых услуг, оказываемых на объектах дорожного сервиса, утверждены постановлением правительства России «О требованиях к обеспеченности автомобильных дорог общего пользования объектами дорожного сервиса, размещаемыми в границах полос отвода».

Объект придорожного сервиса должен:

1. Осуществлять круглогодичный прием и обслуживание владельцев и пользователей транспортных средств с кратковременным и длительным сроком пребывания.
2. Обеспечивать освещение всей территории объекта

в темное время суток.

3. Предоставлять возможность воспользоваться пунктом общественного питания, туалетом, прачечной, средствами связи, душевыми кабинами, мусоросборниками, охраняемой стоянкой транспортных средств.

Разработка системы придорожного сервиса включает не только определение требуемого количества этих сооружений, но и предложение рекомендаций по их архитектурному оформлению.

При разработке проектов данных объектов и сооружений ставится цель с их помощью найти единый выразительный образ автомобильной дороги, производящей эстетическое впечатление на пассажиров и отличный от архитектурного облика других дорог.

Пассажиры междугородних автобусов и автотуристы воспринимают архитектуру сооружений ещё с автомагистрали, поэтому большую роль в восприятии основных объёмов играет силуэт застройки.

В настоящее время примером правильного развития придорожного сервиса в Алтайском крае могут служить следующие комплексы дорожного сервиса: в Бийском районе комплекс села Сростки «Сибирская охота», в Тальменском – «Дилижанс», «У Дяди Вити», «Грань Алтая», в Рубцовске – «Пале-рояль», в Алейском районе – КДС «Алейский» и в Алтайском – «Медея».

## **СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Андрей Олегович Бушуев, студент

Научный руководитель:

Анастасия Дмитриевна Калиева, к.соц.н., доцент

Астраханский государственный технический университет  
г. Астрахань

Туризм становится всё более важной отраслью экономики в наши дни, в связи с этим эта сфера деятельности становится более важной как для бизнеса, так и для государства. Вместе с этим, туризм требует очень больших начальных вложений капитала, большое количество квалифицированного персонала и туристских ресурсов.

В связи с этим, существует множество проблем по развитию туризма в нашей стране. Во многом это вызвано недостаточной мобильностью законодательной власти, которая попросту не успевает за современными тенденциями в сфере сервиса и туризма. Это могут быть некие недочёты в налоговой политике, сертификации и стандартизации, пробелы и неоднозначные формулировки в самих законах или их моральное устаревание. Вместе с этим, в нашей стране, несмотря на государственные барьеры, бизнес развивается небольшими темпами. К сожалению, это вызвано не столько умением вести бизнес, сколько наличием громадного количества природных ресурсов, а именно, уникальных гидрологических, геологических и иных объектов природы, которые дают возможность вести бизнес без достаточного обеспечения инфраструктурой и высокими технологиями.

Туристский потенциал в городах России огромен, это

признают даже Всемирная туристическая организация и иностранные эксперты в области туризма. Но этот потенциал не может развиваться без грамотного управления и координации действий между всеми участниками туристской деятельности, а именно, взаимодействие между всеми ветвями власти (федеральной, региональной и муниципальной), бизнесом и конечными потребителями услуг. Фактически, вся туристическая инфраструктура, существующая на данный момент в России, является наследием эпохи Советского Союза, которое морально и технически устарело. Вместе с этим, существует проблема природных рекреационных ресурсов – она заключается, главным образом, в ухудшении экологической ситуации уникальных природных зон и в утилитарном и хищническом характере туристической деятельности.

подавляющая часть всего туристского кластера в России приходится на сферы туризма, которые не требуют особого технического обеспечения, специальной аппаратуры и современных технологий. Это и направление экологического туризма, и экстремальный туризм. Что касается сфер туризма, в которых требуется высокопрофессиональный персонал, например, бальнеологического туризма, вся инфраструктура в них либо устаревшая, либо сложна в обслуживании и использовании и не по карману массовому туристу.

В социокультурном аспекте туризм, являясь индикатором уровня жизни населения, способствует сохранению культурного наследия и исторических ценностей, формированию взаимного интереса людей различных национальностей, ведет к росту толерантности и уважения между ними, стабилизации межэтнических и международных отношений.

Астраханская область располагает достаточным потенциалом для приема туристов, как из других регионов, так и стран. Однако нельзя не брать во внимание и местное население, которое пользуется ресурсной базой области. Сомнений не оставляет уникальность туристских ресурсов располагающихся на территории области, но насколько развита инфраструктура, играющая ключичную роль в обслуживание гостей региона необходима объективная оценка. Целесообразно провести анализ существующей туристской инфраструктуры, которой располагает Астрахань.

Астраханская область имеет уникальное экономико-географическое положение на перекрестке путей «Запад – Восток» и «Север – Юг», имеет внешние сухопутные границы с Казахстаном и морские – со всеми государствами Каспийского региона – Казахстаном, Туркменией, Ираном и Азербайджаном. Область обладает выходом к морю, пригодными условиями и достаточными территориальными резервами для развития портовых мощностей, расположена на одной из самых мощных воднотранспортных артерий страны – Волге. Это делает актуальным повышение геополитической роли Астрахани – главного российского центра на Каспии, базы для российской интеграции в Каспийский макрорегион, для активного включения в экономические и культурные процессы, происходящие в Центральной Азии. Все это свидетельствует о том, что укрепление Астрахани в качестве эффективно развивающегося и наиболее крупного российского центра в Прикаспийском регионе является неотложной задачей. Безусловно, укрепление экономического значения Астраханской области должно быть сопряжено с развитием ее туристической привлекательности.

Что касается туристского кластера в Астрахани

и Астраханской области, то по статистике налоговых отчислений в местный бюджет, туризм занимает не более 0,5% от общих бюджетных поступлений, что является сущим мизером. Для сравнения, некоторые страны имеют бюджет, полностью основанный на туризме. Даже исходя из этой малой доли бюджетных отчислений, 80% туристов, приезжающих в Астраханский регион приезжают ради рыбалки и охоты – ради абсолютно утилитарного вида отдыха. Эта ситуация крайне негативно складывается на туристическом рынке в целом, так как в последнее время снижается количество рыбной молодежи в дельте Волги, что в конечном итоге может привести не только к сокращению туристов, но и к плачевным результатам и уничтожению экосистемы.

Существует альтернатива – в Астраханской области имеется большой потенциал как для бальнеологического (лечебно-оздоровительного туризма), так и для экскурсионно-познавательного туризма. Редчайшие памятники архитектуры, множество археологических раскопок, богатая история – всё это даёт шанс Нижнему Поволжью на перекалфикацию всего сектора тур услуг на более безвредный для природы и более прибыльный для региона.

Основой для гармоничного развития туризма в Астрахани может стать изменение регионального и федерального законодательства в пользу защиты окружающей среды, что уменьшит долю охотничьих и рыболовецких турбаз. Необходимы также меры по выведению из теневого сектора экономики всех нелегальных предприятий такого же назначения и поощрение бизнеса в области туризма с приоритетом на наиболее прибыльные и массовые сферы – экскурсионный и лечебный виды туризма.

## **ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ – ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ**

Максим Александрович Гридчин, студент 5 курса

Научный руководитель:

Жанна Александровна Арушанян, к.с.х.н., доцент  
Северо-Кавказский институт бизнеса, инженерных и  
информационных технологий

г. Армавир

Краснодарский край – субъект Российской Федерации. Территория составляет 76 тыс. квадратных километров с населением - почти 5 млн. человек. Уникально географическое положение края: два моря (Черное и Азовское), горы, равнины, леса.

Азово-Черноморское побережье Краснодарского края представляет собой сложившийся курортно-рекреационный регион, являющийся юго-западной границей России. Береговая линия проходит по Черному и Азовскому морям на протяжении 1 160 км.

Черноморское побережье включает в себя Таманский полуостров и Кавказское побережье от Анапы до устья реки Псоу. Абразия берегов, сложенных коренными породами, и размыв пляжной полосы охватывают почти весь берег (до 85 %).

На большей части побережья между Адлером и Туапсе естественные пляжи очень узкие или полностью отсутствуют. Таким образом, практически вся береговая линия Черноморского побережья требует искусственного образования пляжей.

Следует отметить, что ведомственный подход к использованию пляжей, нарушение требований природоохранного, водного и земельного законодательства при их эксплуатации, отсутствие мониторинга их состояния со стороны соответствующих государственных служб привели к возникновению ситуации, при которой на отдельных участках побережья Черного моря начали резко уменьшаться размеры пляжной полосы. В частности, такие случаи отмечены в городе-курорте Анапа и практически на протяжении всей береговой полосы от города Туапсе до города Сочи.

Резервные площади рекреационных пляжей отмечаются лишь на сравнительно небольших участках побережья: на участке курорта «Головинка» (в пределах Сочи) и участках побережья поселка пансионата «Гизельдере» и села Шепси на территории Туапсинской группы курортов.

Выходом из ситуации, когда ограниченность существующих пляжей сдерживает развитие санаторно-курортного и туристского комплекса края, может быть сооружение пляжных комплексов на искусственной основе.

Отдельные участки от Анапы до Сочи селеопасны. К третьей категории селевой опасности относятся районы Новороссийска и Туапсе. Причиной селей являются гидрографические факторы и антропогенное воздействие (массовая вырубка лесов).

Селевые очаги имеются в верховьях таких крупных рек Черноморского побережья, как Шахе, Сочи, Мзымта, Псоу. В перечисленных реках нередко проходят сели, достигающие берега моря и наносящие большой ущерб курортной зоне. Широко известны значительные разрушения, которые получил Мацестинский курорт, попавший под грязекаменные потоки. На Азово-Черноморском побережье края также широко

распространены оползневые явления.

Климат Черноморского побережья Краснодарского края различен. От Адлера до Туапсе сформировался уникальный, единственный в России уголок влажных субтропиков. Это самый северный район этой климатической зоны. Климат побережья от Туапсе до Анапы средиземноморский. Он отличается от сочинского несколько более низкими зимними температурами и меньшим количеством осадков. Климат Азовского побережья умеренно континентальный с чертами морского. [1с. 47]

Климатические особенности считаются наиболее комфортными, создают наиболее благоприятные условия для укрепления здоровья человека и многократно повышают эффективность санаторно-курортного лечения. В целом рекреационные ресурсы Азово-Черноморского побережья имеют высокую эстетическую, познавательную и оздоровительную ценности и могут быть широко использованы в различных видах туризма.[1с. 49]

Наличие большого количества гор в непосредственной близости от хорошо освоенного в рекреационном отношении побережья предоставляет широчайшие возможности для развития в регионе пешеходного туризма, альпинизма, скалолазания, спелеотуризма, различных видов экстремального туризма.

Геологические ресурсы поселка Красная Поляна, наличие высоких гор и соответствующих склонов стали основой для развития здесь в зимний период горнолыжного спорта, а в летний период - различных видов горного туризма.

Природные лечебные ресурсы Краснодарского края – это минеральные воды, лечебные грязи, рапа лиманов, озер, пляжи водных объектов, ландшафтно-климатические и другие

условия, используемые для санаторно-курортного лечения и профилактики заболеваний, отдыха и туризма. [2с. 84]

Уникальность курортам Краснодарского края придает богатейшая гидроминеральная база региона, которая представлена минеральными водами бальнеологического и питьевого профиля, лечебными грязями.

На территории края прошли государственную экспертизу 45 месторождений минеральных вод, еще 173 участка являются перспективными для изучения и дальнейшей разработки. [3с.36] Надо отметить, что для дальнейшего развития курортов Краснодарского края помимо изыскания новых месторождений природных лечебных ресурсов необходимо создавать новые подходы к лечению минеральными водами и лечебными грязями.

#### **Список источников:**

1. Педагогическая копилка : сборник метод. материалов. – Армавир : ООО «Полипринт - С», 2010. – С. 47–49.

2. Вся Кубань: Альманах инвестора. Центр информационного и экономического развития печати, телевидения и радио Краснодарского края. – Краснодар : ГУП, 2008. – 84 с.

3. Арушанян, Ж. А. Природа и Экология Кубани : учеб.-методич. пособие / Ж. А. Арушанян. – Армавир : АФГОУ ККИДППО, 2010. – 36 с.

## **АНАЛИЗ РЫНКА РЕЧНЫХ КРУИЗОВ В СИБИРИ**

Наталья Александровна Гулова, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Речной круиз представляет собой водный туристский маршрут, в общем случае многодневный, на речном судне, на котором туристу предоставляется пакет услуг перевозки, размещения и питания, развлечения на судне, наземные экскурсионные и иные туристские услуги и обслуживание. Речные круизы, осуществляемые по внутренним водным артериям, по сравнению с морскими имеют ряд преимуществ: менее подвержены влиянию погоды, более информативны, так как имеют береговой обзор. Они позволяют любоваться постоянно меняющимся пейзажем; изучать архитектуру городов, если маршрут поездки проходит через крупные населенные пункты; причалить к любому понравившемуся живописному местечку, если путешествие совершается на небольшом маневренном судне. [1]

Основными потребителями речных круизов являются люди пожилого возраста, которые предпочитают уют, комфорт, полный пансион, постоянную близость берегов, интересные экскурсии по памятным местам, а также посетить музеи, монастыри, церкви и другие достопримечательности. Данный туристский продукт очень хорошо продвигается на европейском туристском рынке и спрос на него растет из

года в год, но несмотря на это имеет трудности в завоевании широкого рынка. Среди последних отметим: высокую цену, несоответствие соотношения «цена – качество» предлагаемого турпродукта, низкую рентабельность туров, требующую модернизации инфраструктуры.

Речные круизы разнообразны по протяженности, продолжительности маршрутов, тематике. Они бывают кратковременными (1–3 дня) и длительными (25–30 дней), но как правило, предлагаются круизы от 7 до 15 дней. Имеются познавательные, спортивные, астрономические круизы, но местам виноделия и т. д. Речной круиз для туриста может осуществляться в одном направлении или иметь кольцевой маршрут. [2]

Пассажирские перевозки по рекам Сибири осуществляют следующими пароходствами: Западно-Сибирское, Восточно-Сибирское, Верхне-Иртышское, Иртышское, Енисейское, Северное, Амурское.

Речные круизы в Сибири организованы на таких реках как: Обь и Иртыш где выполнять туры по маршрутам Омск – Ханты-Мансийск – Омск, Сургут – Салехард – Сургут; по реке Енисей выполняются круизные туристские маршруты Красноярск – Дудинка – остров Диксон с выходом в Енисейский залив; по реке Лена; по озеру Байкал.[3]

Можно сделать вывод, что в последнее время, круиз, интенсивно развивающийся вид туризма. Количество пассажиров, путешествующих на круизных судах, ежегодно увеличивается, соответственно растут и доходы от этого вида бизнеса.

Организация речных круизов по рекам Сибири позволяет сделать доступными ранее недостижимые объекты для экскурсионного показа. Водный потенциал Сибири,

создает богатые возможности для развития речного круизного туризма, но, к сожалению, использовать его в полной мере пока не совсем удастся.

Таблица 1

Программа речных круизов по Сибири

Река	Теплоход	Маршрут	Продолжительность
Енисей	«Александр Матросов»	Красноярск – Енисейск – Зелёная Стоянка – Красноярск	4 дня / 3 ночи
	«Александр Матросов»	Красноярск – Енисейск – Туруханск – Дудинка	13 дней / 12 ночей
	«Александр Матросов»	Дудинка – Енисейск – Красноярск	8 дней/7 ночей
Лена	«Михаил Светлов»	«Якутск – Ленские щеки – Якутск»	12 дней/11 ночей
Обь/Томь	«Новосибирск»	Новосибирск – Томск – Новосибирск	4 дня/3 ночи
	«Новосибирск»	Новосибирск – Камень-на-Оби – Новосибирск	10 дней/9 ночей
Озеро Байкал	«Николай Ерошенко»/ «Александр Вампилов»	Маршрут зависит от количества дней	4-9 дней/3-8 ночей

**Список источников**

1. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм / В. Ю. Воскресенский. – М. : Дашков и К, 2006. – 366 с.
2. Самойленко, А. А. География туризма : учеб. пособие / А. А. Самойленко. – Ростов /Д : Феникс, 2006. – 368 с.
3. Программы речных круизов по Сибири

[Электронный ресурс]. – URL: <http://flot-nsk.ru/kruizi-po-rekam-sibiri>. – Загл. с экрана.

## **ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЮГА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА**

Ольга Юрьевна Кожома, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н, доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды.

Религиозный туризм подразделяется на две основные разновидности:

- паломнический туризм;
- религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности.

Паломничество – это странствие людей для поклонения святым местам. Паломничество существует в православии, католицизме, индуизме и других конфессиях.

В религиозном туризме экскурсионно-познавательной направленности посещают религиозные центры, в которых

туристы видят культурные и памятные объекты - действующие культовые памятники, музеи, посетить богослужения, принять участие в крестных ходах, медитациях и других религиозных мероприятиях. Туристов селят в гостиницах.

Существует и «религиозный туризм наоборот». Святые реликвии отправляются в путешествие сами - и по пути их следования люди приходят поклониться, посмотреть, попросить о помощи, дотронуться, помолиться. Таким образом «путешествуют» иконы и мощи святых.

В настоящее время на рынке города Новокузнецка реализуются религиозные туры: Святой Салаирский источник (с. Беково, Гурьевск, Салаир), Таштагол – св. Источник «Неупиваемая чаша», Старобочаты - Беково (Свято-Сирофимский источник), Деревянное чудо Урска, с Красное, экскурсии по церквям города Новокузнецка.

Тем не менее на юге Кемеровской области располагается большое число религиозных объектов, представляющих возможности для развития религиозного туризма: 2 собора, 98 церквей, 51 часовня, 1 мужской монастырь, 16 храмов, 7 молебных домов и комнат. Среди них выделим следующие:

– Церковь Пантелеимона Целителя в Кузедеево. Деревянный Пантелеимоновской молитвенный дом 1899 – сожжен, в 1950-х построен небольшой деревянный молитвенный дом, в 1979-1980 замененный ныне существующим. Одноглавый храм с трапезной и отдельно стоящей колокольней.

– Собор Спасо-Преображенский в Новокузнецке. Один из памятников истории Кузбасса, единственный памятник культовой архитектуры конца XVII-начала XIX веков, сохранившийся в городе Новокузнецке.

– Свято-Пантелеимоновский мужской монастырь в Безруково. При храме имеется библиотека. Святыней храма является икона с мощами св. Пантелеимона. Монастырь образован согласно решению Священного Синода Русской Православной Церкви. В обители несут послушание Господу 3 монаха и 2 инока под духовным окормлением игумена Пимена.

– Молитвенный дом Успения Пресвятой Богородицы в Гавриловке. Молитвенный дом, построенный в 1872. Был приписан к церкви в Салаирском Руднике. Сломан в сер. XXв.

– Церковь Троицы Живоначальной в Осинниках. Большой кирпичный пятикупольный шестистолпный храм, построенный в центре города с использованием форм древнерусского зодчества. В цокольном этаже Александроневская церковь. Звонницы устроены над западными угловыми компартиментами.

– Церковь Александра Невского в Спаске. Новая строящаяся деревянная церковь в русском стиле, входящая в состав строящегося вместо сгоревшего паломническо-культурного центра «Александрия». При храме планируется создание музея истории Кузнецкого отделения Алтайской духовной миссии.

– Часовня Иконы Божией Матери «Утоли Моя Печали» в Таштаголе. Небольшая кирпичная восьмигранная часовня под куполом. Построена на территории Таштагольского рудника в память о погибших горняках.

– Часовня Андрея Первозванного в Мундыбаше. Кирпичная однокупольная часовня-сень с застекленными стенами. Сооружена в 2003 попечением губернатора Кемеровской области А. Г. Тулеева в память о его погибшем

в автокатастрофе сыне Андрее.

Исследуемая территория славится и уникальными святыми источниками (табл. 1).

Таблица 1

Святые источники Юга Кемеровской области

№ п/п	Название святого источника	Оборудование источника	Место расположения
1.	великомученика Пантелеимона Целителя	неизвестно	п. Кузедеево
2.	апостолов Петра и Павла	с купелью	г. Киселёвск, ул. Чкалова
3.	Ксении Петербургской	неизвестно	г. Киселёвск, Западный пр
4.	иконы «Утоли моя печали» Божией Матери	без купели	п. Лужба, Междуреченский р-н
5.	Святой источник	неизвестно	г. Новокузнецк, пр. Морской
6.	Свято-Ильинский источник	с купелью	Осинники, Стройгородок-Мирный
7.	иконы Богородицы «Неупиваемая чаша»	неизвестно	с.Сарбала
8.	в честь Пророка Иоанна Предтечи	неизвестно	Прокопьевск, ул. Маганак
9.	преподобного Серафима Саровского	с купелью	п. Щебзавод
10.	Пророка Иоанна Предтечи и Крестителя Господня	с купелью	г. Салаир
11.	иконы Божией Матери Спорительница хлебов	без купели	с. Лучшево
12.	Пантелеимона Целителя	неизвестно	с. Лучшево
13.	новомучеников и исповедников Российских	с купелью	Таштагольский р-н, 517 км

Таким образом, для развития религиозного туризма на юге Кемеровской области имеются хорошие возможности. Необходимо уделить пристальное внимание возможностям создания турпродукта регионального значения, дифференцировать существующие предложения.

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ  
НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И  
ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА  
В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Эрика Константиновна Короткова, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Ирина Валериевна Волкова, преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

По данным ВТО, в мире экологическим туризмом предпочитает заниматься от 12 до 15% туристов и их число в среднем ежегодно возрастает на 30% в год. Можно ожидать, что в скором времени в этих статистических данных появится также значительная доля российских туристов. Этому способствуют две глобальные тенденции: общее ухудшение экологической обстановки стране, повлекшее за собой необходимость проявления особого внимания к природоохранным территориям, и появление новых черт у современного потребителя, таких как экологизация

мировоззрения: осознание хрупкости окружающей среды и ее неразрывного единства с человеческим обществом.

Экологический туризм – особый сектор туристкой отрасли, который, по оценкам, охватывает около 12 % туристского рынка при темпах роста в 2-3 раза превышающих темпы роста всей индустрии туризма. Ежегодно на нужды экотуризма производится товаров и услуг на сумму 55 млрд. долларов, что составляет 25 % международной торговли в сфере услуг и 12 % валового мирового продукта.

В основу развития экологического туризма положены три главных принципа. Первый – часть доходов, полученных от обслуживания туристов, остается на местах и направляется на охрану природы; второй – обязательным является соблюдение в путешествии природоохранных требований, которые формулируются в специальных законах; третий – туристская экологическая поездка совершается с исследовательскими и познавательными целями. Таким образом, одной из важнейших характеристик экологического туризма является экологическое просвещение.

По всему миру развитые и развивающиеся страны выделяют обширные участки своей территории под природные парки, стремясь привлечь экотуристов, и соответственно дополнительный капитал.

Развитие экологического туризма на территории Кемеровской области началось с 1987года. На сегодняшний день общая площадь охраняемых территорий составляет более 15 % от всей территории Кузбасса. Это один из самых высоких показателей Сибири.

Природно-климатические, ландшафтные и культурно-исторические особенности Кемеровской области позволяют отнести его к региону с высоким рекреационным потенциалом.

Туристов в регион влекут уникальные памятники природы, водные и лесные ресурсы, разнообразная флора и фауна. На базе данного природно-ресурсного потенциала можно развивать практически любые виды туризма. В отдельных госпромхозах области осваивается новый вид иностранного туризма – лицензионная охота на медведя и других диких животных.

Для развития экологического туризма на территории области способствуют, благоприятны климатические условия для развития зимнего и летнего туризма.

Наибольший интерес представляют заповедник «Кузнецкий Алатау», «Шорский государственный природный национальный парк», музей-заповедник под открытым небом «Томская писаница», заповедник «Куздеевский липовый остров», а также многочисленные заказники и заповедные урочища. Общая площадь ООПТ (1447154 га) от всей территории Кемеровской области составляет 15,12% – один из самых высоких показателей по Сибири.

Экологический туризм в Кузбассе на сегодняшний день является достаточно перспективным направлением. Это обуславливается в первую очередь тем, что Российская Федерация, в том числе и Кемеровская область в частности обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом для развития высокодоходной и перспективной отрасли туристской индустрии.

На территории региона имеются природные объекты, подходящие для развития экологического туризма, которые по своей сути являются уникальными памятниками природы. Изучая природный потенциал региона с точки зрения экологического туризма необходимо отметить, что на территории Кемеровской области находятся редкие и экзотические представители фауны и флоры, высоко

эстетичные природные и культурные ландшафты, объекты природного и историко-культурного наследия

Одной из главных причин выбора данной тематики служит устойчивое ухудшение качества окружающей среды не только в регионе, но и в России.

Устойчивое развитие территорий, вовлеченных в сферу экологического туризма, обеспечивается созданием туристской инфраструктуры, организацией новых рабочих мест, вовлечением местного населения в сферу обслуживания, вследствие чего повышается жизненный уровень местного населения, происходит его закрепление на исконной территории. Природоохранный характер экотуризма заключается в обязательном сохранении разнообразия флоры и фауны рекреационных регионов. Для достижения этой цели используются природоохранные технологии, выработанные практикой экологического туризма, а также научные рекомендации фундаментальной и прикладной науки. Большую роль в охране и восстановлении рекреационных территорий играют финансы, поступающие от туристов и выделяемые различными федеральными, региональными, частными, а также международными организациями.

Экологическое мировоззрение населения рекреационных территорий формируется путем их вовлечения в процесс обслуживания туристских маршрутов, где местные жители выступают в качестве проводников и инструкторов, аниматоров, участников фольклорных ансамблей, уборщиков территории и т.д. Только тогда, когда местные жители убеждаются в рекреационной привлекательности своего природного ландшафта, осознают, что он имеет эколого-эстетическую ценность и может приносить материальную выгоду, они приходят к мысли о его охране.

### **Список источников:**

1. Соловьев, Л. И. География Кемеровской области. Природа : учеб. пособие / Л. И. Соловьев. – Кемерово : СКИФ : Кузбасс, 2006. – 387 с.
2. Северный, В. Я. Туризм в Кузбассе / В. Я. Северный. – Кемерово : Кузбасс : СКИФ, 2009. – 244 с.
3. Сергеева, Т. К. Экологический туризм / Т. К. Сергеева. – М. : Фин. и статистика, 2004. – 257 с.

### **ТУР «АЛЬПИНИСТСКАЯ КУБАНЬ И РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ»**

Елена Витальевна Мурзак, студентка 4 курса

Научный руководитель:

Гончарюк Наталья Николаевна, доцент

Краснодарский государственный университет

культуры и искусств

г. Краснодар

В современном мире часто кажется, что все уже давно придумали за нас и ничего нового уже не будет. Но, как показывает опыт, мы всегда ошибаемся на это счет, время не стоит на месте, все развивается и у нас появляются огромные возможности для реализации своих идей. Сфера туризма также не стоит на месте: открываются новые курорты, экскурсионные маршруты, и ты часто задаешь себе вопрос: что же еще можно сделать такое, чего нет у других? Будучи студентом самому хочется сделать вклад в изучаемую сферу. Так в сфере туризма все постоянно меняется, то придумать что-то свое, новое достаточно сложно, но возможно.

В дальнейшем будет представлена работа по разработке уникального турпродукта. Это экскурсионный маршрут по местам Краснодарского края и Республики Адыгея.

Такие туристические районы, как Краснодарский край и республика Адыгея неотделимы друг от друга. Природные и исторические богатства каждого района богаты и разнообразны. Поэтому объединение этих двух территорий в одном туристском маршруте – это уникальная возможность познакомиться с природными ресурсами сразу двух регионов. Одним из наиболее выдающихся туристских направлений Кубани являются походы и альпинизм. На территории Краснодарского края и Республики Адыгея нет высоких, по меркам скалолазов, склонов, но есть довольно интересные и сложные, такие как горы Индюк и Фишт. Именно на их покорение и будут направлены все силы путешественников.

Маршрут будет проходить по таким местам как, район города Горячий ключ, Туапсинский район, Республика Адыгея, черноморское побережье.

1 день: прилет в Краснодар. Трансферт в отель «Business-Hotel Forum». Размещение в отеле. Обед, отдых в отеле. В 17.00 сборы в конференц-зале. Обсуждение похода, раздача необходимых вещей и снаряжения. Свободное время, ужин.

2 день: завтрак, размещение в микроавтобусе, переезд на железнодорожный вокзал «Краснодар-1», посадка на электричку «Краснодар - Горячий ключ», переезд до Горячего ключа, пересадка на электричку «Горячий ключ – Туапсе», высадка на станции 1744 км. Передвижение по тропе к станции «Индюк». По тропе выход к ж/д мосту, его пересекает автотрасса и речка. Привал. И далее поход по сформированному экскурсоводом маршруту до скал

Индюка. Размещение на ночевку у подножья горы Индюк. Ужин.

3 день: завтрак. Исследование скал, пробные вылазки. Вечером конкурсы на виртуозность и на лучшего охотника, и посиделки у костра. Ужин.

4 день: завтрак, соревнования по альпинизму на скалах Индюка. Вечером награждение победившей команды медалями и призами (сувениры в форме альпинистских снаряжений). Оставшийся вечер проводится у костра, ужин.

5 день: завтрак, возвращение к автомобильной дороге, где ожидает микроавтобус, переезд в Гузерипль за покупкой билетов в Кавказский заповедник. И далее на автобусе до Яровой поляны. Дальше пешком до приюта «Фишт». Размещение на ночевку. Ужин.

6 день: подъем в 7.00, завтрак и восхождение на вершину горы Фишт. Возврат к подножью горы, ужин, ночевка. Подъем на гору Фишт достаточно сложный, особенно по леднику, но риск для альпиниста – это дело привычное, да и награда за это не заставит себя ждать.

7 день: сборы, размещение в микроавтобусе, трансферт в отель в Краснодаре, отдых. Ночью трансфер а аэропорт, улет.

Актуальность: этот турпоход актуален для альпинистов, любителей природы и экстрима. Именно такого турпохода никогда не было, т.е. по этим маршрутам туристы ходили, это проверенные маршруты, но чтобы соединить эти два великих памятника природы юга России – такое впервые.

Сезон: любой, кроме зимы, так как зимой большая вероятность нелетной погоды, из-за которой восхождение на горы затрудняется.

Целевая аудитория: профессиональные альпинисты

в возрасте от 20 лет.

Примечание: К участию в восхождении допускаются спортсмены, имеющие спортивный паспорт (классификационную книжку) спортсмена и разряд не ниже 2а. Продукты питания и все необходимое выдается, но при желании турист может взять свои личные вещи, но что бы это не затрудняло поход.



Рис. 1. Карта маршрута

## **АНАЛИЗ СПРОСА НА ЭКСКУРСИОННЫЕ ТУРЫ В Г. НОВОКУЗНЕЦКЕ**

Евгения Сергеевна Никоненко, студентка 6 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

В последние годы экскурсионно-познавательный туризм становится все более востребованным. Благодаря ему удовлетворяются потребность духовного освоения и духовного присвоения культуры мира через его посещение, непосредственное постижение и переживание разных культур в различных местах, где лично увиденное становится достоянием, принадлежностью мысли и чувств туриста, изменяя горизонты его восприятия. Цель познавательно-экскурсионных туров – знакомство с традициями, обычаями, культурой различных стран и регионов, расширение кругозора посредством посещения музеев, театров и выставок.

Развитию данного вида туризма способствуют определенные характеристики территории: наличие достопримечательностей, архитектурных ансамблей, храмов и культовых объектов, музеев, а также уникальных природных объектов и другое. Пользуются интересом у туристов туры через регион или даже всю страну через различные климатические зоны, на различных видах транспорта.

Существуют две разновидности экскурсионно-познавательных туров:

1. Стационарные туры – с пребыванием туристов в одном городе, туристском центре и радиальные выезды из него.

2. Маршрутные туры – посещение нескольких городов и центров достопримечательностей, выстроенное в виде маршрута путешествия.

С целью выявления спроса на экскурсионно-познавательные туры нами было проведено анкетирование. Его результаты представлены на рисунке 1. Можно сделать вывод о том, что спрос на экскурсионно-познавательные туры невелик (всего 10 %).

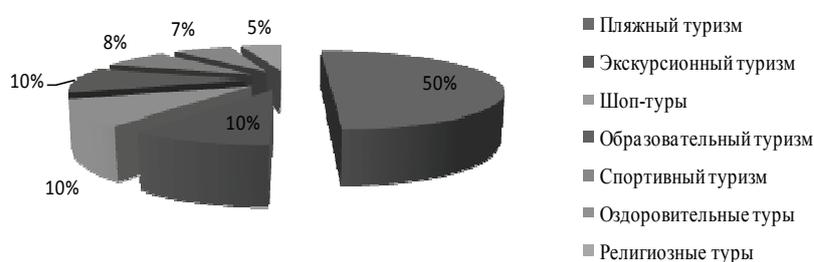


Рис. 1 Туристский спрос на различные виды туризма в г. Новокузнецке (по результатам анкетирования)

Также опрос показал, что наиболее популярные выездные направления, куда готовы отправиться 10% новокузнецчан – это следующие страны: Италия, Франция, Комбинированный тур «Германия – Австрия – Италия – Нидерланды», Великобритания, Скандинавские страны.

Из остальных 90 % – 50 % готовы отправиться в пляжные туры; 10 % – шоп-туры; 10 % – образовательные туры; 8 % – туры спортивной направленности; 7 % – оздоровительные туры и 5 % – религиозные.

В г. Новокузнецке большинство турфирмы предоставляют экскурсионные туры за

рубеж, так как сотрудничают с большим количеством туроператоров. Если клиента (туриста) интересует экскурсионный тур, то менеджеры готовы подобрать ему его. Даже если договор между туроператором, поставляющим данный тур, и турфирмой не заключен, то фирма тут же заключает его. Турфирмы Новокузнецка не готовы терять своих клиентов, поэтому они сделают все, чтобы турист купил экскурсионный тур именно у них.

Говоря о возможностях развития внутренних экскурсионно-познавательных туров в нашем регионе отметим, что деятельность, связанная с организацией экскурсионных маршрутов по городу Новокузнецку почти отсутствует. Лишь единицы туроператоров занимаются разработкой и продажей экскурсионных маршрутов по городу Новокузнецку и Кемеровской области.

Учитывая специфику социального состава, тяжесть условий труда и экологию города Новокузнецка, многие из жителей готовы платить за отдых по типу: «солнце, пляж, море, песок». По этой причине можно сделать вывод о том, что экскурсионно-познавательные туры как зарубежом, так и внутри региона пользуются небольшим спросом. Из-за неудовлетворительного спроса на экскурсионные услуги, лишь немногие туроператоры готовы пойти на разработку и внедрение экскурсионно-познавательных туров по городу Новокузнецку и югу области.

Требуется реклама данных туров наряду с рекламой зарубежных направлений. Возможные меры послужат росту спроса на экскурсионно-познавательные туры.

### **Список источников:**

1. «Об основах туристской деятельности в РФ»: Федеральный закон № 365-ФЗ от 27.12.2009 N 365-ФЗ.
2. Кулаев, К. В. Экскурсионная деятельность: учебник / К. В. Кулаев. – М.: Издательство «Турист», 2008. - 96 с.
3. Результаты анкетирования в г. Новокузнецке.
4. Электронный ресурс: [www.kuzstu-nf.ru](http://www.kuzstu-nf.ru)

## **ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА В РАЙОНЕ ПОСЕЛКА АМЗАС**

Полина Юрьевна Рязанова, студентка 6 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Поселок Амзас находится на Поднебесных Зубьях (шорское название Тигер-Тыш) – горном хребте в Кузнецком Алатау. Самая высокая точка – гора Верхний Зуб, ее высота 2178 метров над уровнем моря. Поднебесные Зубья находятся на границе Кемеровской области и Хакасии. Ближайшая железнодорожная станция – Лужба, ближайший город – Междуреченск (60 километров к западу). Поселок Амзас лежит на правом берегу реки Томь, в километре от железнодорожной станции Лужба, выше по течению. Поселок изначально предназначался для проживания и работы геологов, и был построен в 60-х годах. Сейчас же это

туристский центр Поднебесных Зубьев, как для детского и социального туризма, так и для коммерческого. Здесь находятся два туристских приюта: «Гайдаровец» (МУП «Поднебесные Зубья») и «Кузбассовец» (ОблДЭЦ), также есть турбаза профтехобразования. Турприют «Гайдаровец» является самым комфортным для проживания туристов. Здесь есть возможности послушать музыку, посмотреть спутниковое телевидение, сходить в баню, посидеть у костра или горной реки, сходить на экскурсию на лесной перевал Полякова. С перевала в хорошую погоду открывается вид на Поднебесные Зубья. Подъем длится всего около часа. А в зимнее время с перевала можно спуститься на лыжах или сноуборде. Весь год из поселка Амзас совершаются походы по Поднебесным Зубьям. Постоянно действующий пост поисково-спасательной службы, основанный еще в 70-х годах, дает возможность встать на учет непосредственно в начале маршрута.

Район поселка всегда был интересен для туристов, любящих отдыхать в пеших походах в летнее время и в лыжных зимой. Приюты, открытые круглый год, делают Поднебесные Зубья доступными для всех категорий туристов. Горные реки привлекают туристов – водников, а зимние склоны – поклонников бэккантри и фрирайда. Естественные препятствия, характерные для горнотаежных районов Кузнецкого Алатау, позволяют проводить пешеходные походы до 3 категории сложности и лыжные до 5 категории. Перевалы, вершины, траверсы гребней и переправы – типичные препятствия на Поднебесных Зубьях.

Встречаются в районе поселка Амзас и пещеры, но, по мнению, работавших там геологов, увлекающихся спелеологией, перспективы в спелеологическом плане

маленькие. Нет значимых массивов известняков, есть лишь переслаивания и небольшие линзы. Воронки, провалы и поноры – часто встречаются в этой местности. Ситуация здесь, в гидрологическом плане, вызывает интерес: долина Алгуя, текущего параллельно Амзасу, находится на 250 м выше долины Амзаса.

И если бы у карстующихся пород была большая мощность, то в этом случае, условия для образования огромной пещеры были бы просто идеальными. А в нашем случае, ручей Алгуй поглощается в нескольких местах на протяжении более километра, на склоне (превышение над Алгум 50-70 м) есть более десятка интересных воронок, несколько из них – с продушинами; от входа в п.Ветеранскую до выхода воды в верховьях ручья Водопадный – 500 м по горизонтали и 70 по вертикали (расход воды в источнике в несколько десятков раз больше объема расхода воды в пещере), превышение источника над долиной Амзасса – 170 м.

Неподалеку от Пьяного озера, в месте поглощения воды ручья Алгуй, была вскрыта небольшая пещерка с колодцем 10 м, крупно-глыбовым завалом и полусифоном. Пещера была названа Ветеранской, ее протяженность - около 100 м, глубина – метров 25, есть перспективы для дальнейшего прохождения. Прохождение опасно, так как на входе в колодец висит глыбовая пробка.

От старых осинниковских спелеологов было слышно, что в верховьях Амзаса (ручей Соболиный) находятся две пещеры с ручьями, но информация потеряна. Есть еще одна пещера – самая известная на Поднебесных Зубьях. Это – пещера Бредихинская. Пещера Бредихинская была названа в честь геолога, который ее открыл, Амзаской ее называют,

т.к. она находится рядом с устьем Амзаса, по его левому борту. Пещера Бредихинская находится в урезе лога в 300 м выше приюта Амзас и примерно в трех километрах от поселка Амзас. По своей морфологии является пещерой источником, имеет постоянный ручей и небольшое подземное озеро. На данный момент протяженность пещеры составляет порядка 180 м. Интересна в плане проведения экскурсий со школьниками и организованными туристами так, как содержит в себе практически все проявления подземного ландшафта (натечные коры, сталактиты, речные отложения, водные источники), вероятно встреча с рукокрылыми.

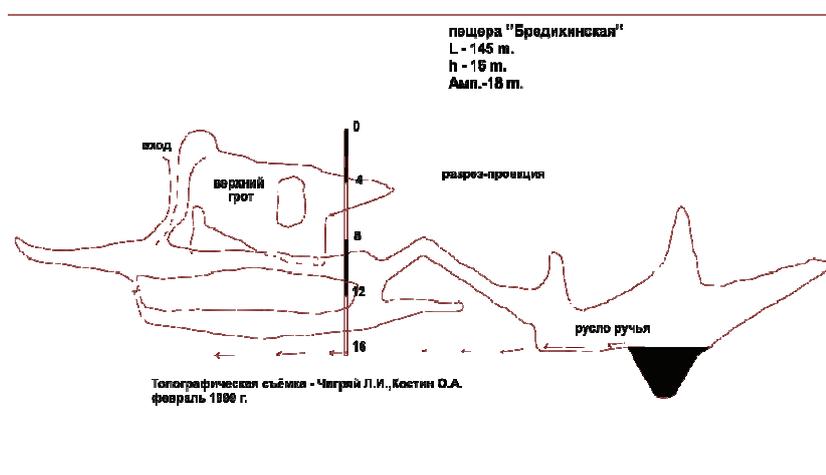


Рис 1. План пещеры

Маршрут имеет протяженность около 100 м. по легко проходимым галереям и занимает от 30 минут до часа времени. Труднодоступные участки имеют лестницы и веревочные перила. В зимнее время сильно выражены мерзлотные отложения в виде сосулек, ледяных сталагмитов и изморози что создает особую декоративность экскурсионному маршруту. Тропа к пещере идет от приюта Амзас.

Если энтузиасты-спелеологи продолжают поиски в этом районе, то есть большая вероятность того, что, в

скором времени, маршруты на Поднебесных Зубьях украсятся посещением не одной, а нескольких пещер.

**Список источников:**

1. Журнал об одыхе в Кузбассе [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.relax-live.ru/articles.php?article\\_id=3032](http://www.relax-live.ru/articles.php?article_id=3032). – Загл. с экрана.

2. Википедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki> – Загл. с экрана.

3. Пещера Амзасская, Поднебесные Зубья [Электронный ресурс]. <http://cml.happy.kiev.ua/cgi-bin/cml.cgi?num=11227> – Загл. с экрана.

4. Топосъемка Чигряй Л.И.

**ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИНСЕНТИВ – ТУРИЗМА  
В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ,  
КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ  
ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

Олеся Михайловна Соловьева, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Ирина Валериевна Волкова, преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Быстрые темпы роста и постоянное совершенствование индустрии туризма и гостеприимства хорошо известны. Являясь частью сферы обслуживания в экономике страны, индустрия туризма и гостеприимства представляет собой один

из наиболее быстро развивающихся секторов экономики.

Важное место в индустрии туризма занимает именно деловой вид туризма, широкий и разнообразный характер которого охватывает и элементы, связанные с ним секторов индустрии и экономики, например питание, отдых и развлечения. Соответственно туристический бизнес демонстрирует более широкую и разнообразную организационную структуру, чем другие секторы индустрии.

Этот вид туризма является одним из наиболее прибыльных и имеет огромное значение для принимающей стороны. Деловой туризм возник еще в древние времена, когда люди путешествовали для того, чтобы торговать. Путешествия с деловыми целями включают: встречи и конференции, торговые выставки и ярмарки, а также инсентив - путешествия (поощрительные), которые признаны наиболее эффективными средствами для ведения бизнеса, выхода на новые рынки, а также для обмена мнениями и новыми идеями между коллегами и клиентами.

Кемеровская область это не только мощный индустриальный регион с гигантами угольной, металлургической и химической промышленности, но и регион обладающий огромным потенциалом для развития, как внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников.

Кемеровская область является благоприятным регионом для организации и проведения инсентив туризма. Посредством реализации инсентив – туризма имеется возможность привлечь на территорию региона дополнительные финансовые вложения со стороны государства.

Поток деловых туристов на территории Кемеровской области набирает силу. К сожалению, данное определение не

подходит для инсентив туризма. Наряду с поездками на конгрессы и выставки в Кемеровскую область деловой туризм исключает из программ делового тура – инсентив туры.

Доля инсентива в секторе делового туризма по Кемеровской области составляет только 0,8 % от общего потока посещающих регион с туристскими целями, как граждан РФ, так и иностранцев.

Не развитость инсентив тура во много происходит из-за того, что на территории Кемеровской области нет подходящего оснащения материальной базы для приема туристов посещающих территорию региона с инсентив целями. Одним из важных факторов не развитости инсентив туризма на территории региона является то, что в регионе практически отсутствуют фирмы практикующие разработку и организацию инсентив туров, а наличие большого количества туристских агентств, главной целью которых является достижение прибыли не занимаются разработкой подобных маршрутов. Ведущие крупные компании, акционерные общества и холдинги предпочитают проводить инсентив туры либо на территории других субъектов Российской Федерации либо на территории других стран, ссылаясь на качество сервиса.

Инсентив туризм – это поощрительные поездки, которые на собственные средства организует фирма для своих сотрудников или партнеров, часто - в качестве вознаграждения за достигнутые высокие показатели или особые успехи в сфере бизнеса. Это маркетинговый ход, нацеленный на получение возвратной прибыли, существенно превышающей вложения. Выгода от инсентив поездок чаще всего выражается в значительном увеличении продаж, в росте приверженности сотрудников своей компании, в улучшении взаимоотношений

внутри коллектива, что имеет своим последствием существенное увеличение доходов компании.

В Российской Федерации в условиях экономического спада многие капиталоемкие предприятия вынуждены были перейти к политике жесткой экономии. Сокращение произошло по количеству командировок, объединяя несколько поездок в одну, так же произошло усовершенствование системы связи для решения большинства вопросов на месте, бронирование недорогих средства размещения и приобретение авиабилетов со скидкой. В отличие от европейских российские фирмы продолжали наращивать объемы финансирования. Несмотря на нестабильное экономическое положение, на сегодняшний день продолжается увеличение расходов на деловую часть поездки, экономя на организации отдыха и развлечений остальных сотрудников компании. Это привело к тому, что, по мнению ведущих специалистов института психиатрии при поддержке правительства г. Москвы, произошел спад активности творческих идей в продвижении какого-либо продукта, в том числе и продуктов и услуг в сфере туризма.

На сегодняшний день большинство крупных и средних предприятий России стали пользоваться услугами инсентив туризма. Что позволило снять напряженное состояние взаимоотношений между сотрудниками каких-либо фирм. Заметную роль на рынке специфическом рынке туризма в настоящее время занимают фирмы специализирующиеся на инсентив туризме.

С началом 2000 годов в общественной и экономической жизни Российская Федерация стала предметом интереса для деловых кругов Запада. Это послужило толчком для проведения корпоративных встреч на территории РФ, стран ближнего зарубежья, а в следствии чего разработка

и проведение инсентив туров на территории РФ как для зарубежных компаний, так и различных крупных корпорации России. Это обусловлено так же экзотичностью рекреационных ресурсов страны и сравнительно стабильными ценами на туры. Если общее число туристских прибытий в страну с инсентив поездками составляло около 2 % всех прибывающих на территории РФ, то с 2006года это процент составил примерно 21 %. В результате доля бизнес поездок в целом вместе с инсентив турами составила самый высокий процент поездок в туристском сегменте наряду с поездками с экскурсионно-познавательными целями.

Инсентив туризм наряду с его положительными сторонами так же имеет ряд отрицательных сторон. Подъемы и спады в динамике прибытий с целями инсентив поездок остро зависят главным образом от политической ситуации в регионе, в прочем, как и любой другой вид туризма. Безусловно, инсентив туризм в России имеет определенную региональную специфику, как например, еще не во всех регионах России есть все условия, необходимые для организации корпоративных туров, и, тем не менее, последние несколько лет показывают, что уровень сервиса и развития региональной инфраструктуры для инсентив туризма движется «семициметровыми» шагами. Руководители многих крупных компаний мало информированы в области инсентив туризма, а так же не осознают важность поощрительных поездок для отличившихся сотрудников предприятия или дилеров компании, так как, подобная практика стимулирует персонал к более активной работе и творческому подходу к выполнению своих обязанностей.

Кемеровская область является зоной с широкими перспективами развития делового туризма. Создание

привлекательного туристского продукта, насыщенного разнообразными основными и дополнительными услугами, является одной из первых задач туристских организаций. Для развития делового туризма, необходимо давать качество и надежность, то есть разрабатывать такие туры, которые будут всегда привлекать потребителя.

**Список источников:**

1. Тёмный, Ю. В. Деловой туризм [Текст] : учебник / Ю. В. Тёмный, Л. Р. Тёмная. – М. : Советский спорт, 2003. – 416 с.
2. Горенбургов, М. А. Бизнес-планирование в деловом туризме [Текст] : учеб. пособие / М. А. Горенбургов. – СПб. : Д.А.Р.К., 2008. – 200 с.
3. Туристический портал [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.star-sea.ru](http://www.star-sea.ru). – Загл. с экрана.

**СЕЗОННЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ГОРНОЛЫЖНОГО КОМПЛЕКСА  
«ЛЕСНАЯ РЕСПУБЛИКА»**

Алина Игоревна Ускова, студентка 6 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк.

Горнолыжный комплекс «Лесная республика» расположен на территории Куйбышевского района, города

Новокузнецка, Кемеровской области. Горнолыжные трассы комплекса «Лесная республика» расположены в 1 км от автодороги г. Кемерово – г. Таштагол.

Главный вид деятельности комплекса: предоставление услуг в сфере активного отдыха (горнолыжного). Здесь, в сосновом бору, прорублены две основные трассы, протяженностью 650 м с перепадом высот 144 м, при среднем уклоне 11 градусов и ширине 50 м. Третья трасса имеет протяженность 1100 м и участки с уклоном до 30 градусов. Четвертая – 400 м трасса учебная. Все трассы освещаемые, обслуживаются ратраком.[1] Имеются три буксировочных, бугельных подъемника (одиночные). Каждый вход к каждому подъемнику через турникет с жетонным пропуском. У посадочной станции подъемника находится 3-х уровневый коттедж с кафе.

Также к материальной базе комплекса относится гостиница, занимающая 2-ой и 3-ий этажи трёхэтажного коттеджа. Номерной фонд состоит из 5 двухместных номеров. [1] Кроме гостиничного кафе на территории комплекса имеются еще два подобных заведения общепита.

Всем известно, горнолыжный туризм – ярко выраженный сезонный вид туризма. Горнолыжный сезон в Кемеровской области длится с ноября по май.

Чтобы работа спорткомплекса «Лесная республика» с приходом весны не останавливалась, здесь предложены альтернативные зимним возможности: функционируют волейбольная площадка, футбольное поле, кемпинг, гостям комплекса предлагаются прокат квадроциклов (детские и взрослые), разработаны конные прогулки, действует летнее кафе для проведения вечеринок, дискотек свадеб дней рождений на воздухе, сдаются в аренду беседки.

В дополнении к существующим на территории комплекса видам летнего отдыха, нами предлагается использование горного велосипеда, популярного среди молодежи. Опыт применения в горах велосипеда широко известен среди летних видов развлечений. В последнее время проходит много соревнований на велосипедах, ему посвящены различные развлечения. [2]

К тому же велосипед используется на различных уровнях (как семейный вид активного отдыха, так и спортивная практика) и в различных видах: даунхилл (скоростной спуск), кросскантри (гонки по пересеченной местности со спусками, затяжными подъемами, скоростными и техническими участками) или просто катание по дорогам.

Сегодняшние туристы обладают потребительскими привычками, свойственными им в текущий момент. Они пробуют, сравнивают, следовательно, очень быстро переходят от одного вида активного отдыха к другому. Из этого следует, что горнолыжному комплексу нужно регулярно обновлять предложения. Таким образом, велосипед может стать одним из новых предложений в сфере развлечений на горнолыжном комплексе в летний сезон. Его успех объясняется широким применением.[3]

#### **Список источников:**

1. Горнолыжные курорты Кемеровской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://gesh.info/glk>. – Загл. с экрана.
2. Развитие горнолыжного туризма в России: актуальные задачи и перспективы [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.skiexpo.ru/lenta/vse-novosti/industry/6/>. – Загл. с экрана.
3. Спортивно-оздоровительный туризм : учебник / под ред. Ю. Н. Федотова. – М. : Советский спорт, 2004. – 328 с.

## **ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАДНЕНСКОГО РАЙОНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА**

Елена Игоревна Хорина, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Ольга Васильевна Катуржевская, к.п.н., доцент  
Северо-Кавказский институт бизнеса, инженерных и  
информационных технологий

г. Армавир

Научные исследования ряда авторов показали, что туристско-краеведческая работа способствует включению школьников в трудовые и другие общественно значимые дела старших поколений, преемственности в передаче социального опыта от поколения к поколению, воспитанию их социальной активности, воплощающейся в успешном овладении знаниями законов общественного развития [1]. Начиная с далеких времен, путешествия считались универсальной формой воспитания, личностного становления, развития кругозора, укрепления здоровья, что является очень актуальным в настоящее время для нашего подрастающего поколения. В течение «советского» периода, отмечает Миндель А. Я., туристско-краеведческая работа с учащимися получила всемерное развитие и доказала свою педагогическую ценность и результативность, широкую доступность и воспитательную комплексность.

Однако развитие детского и юношеского туризма переживало различные этапы своего развития: за время перестройки весь накопленный опыт был утерян, а вместе с ним и материально-техническая база, и идеология. В настоящее время проводятся непрерывные меры по возрождению туризма среди

школьников и молодежи.

Не пропал и интерес молодежи к путешествиям, в том числе и с пребыванием в полевых условиях, например, многие годы молодежные лагеря на озере Селигер в Тверской области без труда набирают многотысячный контингент. Спортивный туризм все больше привлекает девушек и ребят умением «быстро ориентироваться на местности, правильно завязать туристские узлы, возможностью выработать сноровку и выносливость во время преодоления естественных и искусственных препятствий [2].

Самой распространенной и доступной формой досуговой деятельности для ребят всех возрастных групп являются туристские походы. В них проявляются такие важные морально-волевые качества личности, как честность, организованность, дисциплинированность, решительность, отзывчивость, принципиальность, товарищество, ответственность и многие другие. Походы снимают нервное напряжение, дают заряд бодрости и энергии.

В последнее время ведутся работы по развитию детско-юношеского туризма, а именно туристско-краеведческой деятельности во многих районах России. Обоснуем с этой точки зрения привлекательность Отраденского района.

Отраденский район – кладезь природных ресурсов. Сочетание различных климатических зон (от степной равнины и лесов на севере до альпийских лугов и скалистых круч на юге) обусловило разнообразие флоры и фауны. Рельеф района представляет собой предгорные равнины. Отраденская земля – одно из немногих мест на юге России, где в век прогресса и технических преобразований сохранены в чистоте все первозданные природные богатства и красоты. Здесь нет фешенебельных курортов и многоэтажных гостиниц,

шумных развлекательных центров и необъятных торговых площадей. [4]

Природной достопримечательностью и главным туристским ресурсом района является хутор Ильич. Красивейшие места (предгорье) и экологически чистый район – в радиусе 60 км нет ни одного промышленного предприятия. Зона пчеловодства и природных минеральных источников (порядка 10 видов). Сам хутор, население которого составляет около 500 человек – туристическая зона с большим потенциалом для развития парапланеризма и дельтапланеризма в долине. Близ лежайшие территории хутора идеально подходят для проведения туристских слетов, соревнований по спортивному туризму, по спортивному ориентированию. Наряду со всем этим здесь неограниченные возможности для ведения археологических исследований и туристско-краеведческой работы. Вместе с тем, существует возможность осуществлять конные прогулки, организовывать джипинг, пейнбольные турниры, занятия скалолазанием, охотой, рыбалкой, проведением пикников.

Впечатляет археологическая ценность ресурсов Отраденского района. В районе хутора находится огромное городище весьма почтенного возраста. По некоторым оценкам возраст руин христианских храмов может быть 900 лет. Найдены также захоронения скифов, алан, а в пещере Треугольной – остатки деятельности древних людей, возрастом в сто тысяч лет. Окрестные балки усыпаны свидетельствами истории – от кремниевых отщепов эпохи мустье и средневековой керамики, до пуль времен Великой Отечественной войны. Немало ещё тайн хранят древние захоронения. В окрестностях поселка находится множество интересных объектов. Например: сквозные гrotы – «окна»,

образовавшиеся в результате выветривания, обзорные площадки на ущелье Урупа, скалы (Барабан, Слоник, Монастыри и каменные грибы), городище, пещеры – Джантемирова, «мужскоц силы», Гамовская. Есть водопады, самые близкие из которых находятся на реке Бодрячка [3].

Положение х. Ильич также благоприятно: к нему ведет хорошая асфальтовая дорога из Отрадной, что свидетельствует о доступности этих ресурсов для всех желающих.

Вместе с тем, можно выделить основные причины, тормозящие развитие детско-юношеского туризма.

Во-первых, малая информированность детей и молодежи. Не существует рекламных роликов всеобщей доступности об организованных походах, каких-либо рекламных акций. О предстоящих слетах и соревнованиях знает только узкий круг людей, тех, кто уже занимается этой деятельностью не один год.

Существуют трудности в финансировании средств со стороны муниципалитета на благоустройство маршрутов, приобретение необходимого оборудования для туристских клубов, действующих на базе дополнительных образовательных учреждений.

Есть еще одна проблема со стороны законодательства. Нормативные документы настолько усложняют организацию путешествий детей, что их легальный вариант становится просто невозможным. Поэтому многие руководители и проводники берут на себя огромную ответственность, когда проводят турпоходы.

Получается, что, имея в непосредственной близости такие замечательные туристские ресурсы, мы не можем в должной степени их использовать. Даже с учетом того, что это принесет огромную пользу обществу и положительное

влияние на социализацию подрастающего поколения.

Таким образом, необходимо планомерно развивать детско-юношеский туризм в сотрудничестве со средними образовательными учреждениями, что будет в большей степени способствовать четкой организации туристских мероприятий, оздоровлению и физическому развитию учащихся. Именно в туристской деятельности детского объединения создаются оптимальные условия для самореализации современного подростка. Туризм как форма жизнедеятельности - это и область человеческих знаний, и образ жизни, и вид спорта, и форма проведения досуга, и способ самовыражения личности, самосовершенствования и оздоровления организма.

#### **Список источников:**

1. Курилова, В. И. Туризм : учеб. пособие для студентов / В. И. Курилова. – М. : Просвещение, 1988.
2. Краснова, О. В. Формирование мотивации на здоровый образ жизни обучающихся через реализацию образовательной программы по спортивному туризму в школе / О. В. Краснова. – Ноябрьск, 2011.
3. [http://budetinteresno.info/ilich\\_hutor.htm](http://budetinteresno.info/ilich_hutor.htm)
4. Путеводитель по земле Отрадненской [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.otradnaya.ru>. – Загл. с экрана.
5. Воловик, А. Ф. Педагогика досуга / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М. : Флинта, 1998.

***III. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ  
ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА***

## **ДРЕСС-КОД СПЕЦИАЛИСТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ**

Анна Игоревна Вечерова, студентка 2 курса

Научный руководитель:

Татьяна Леонидовна Лейниш, к.п.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Хорошо известная русская народная пословица «По одежке встречают, по уму провожают» актуальна и сегодня. При большом разнообразии предложений стилистов, обилии одежды и обуви, аксессуаров необходимо с особенной тщательностью подходить к созданию своего гардероба, собственного имиджа. Важную роль внешний вид играет в деловой сфере. Правильно подобранный деловой костюм не только помогает создать успешный профессиональный имидж, обеспечивает карьерное продвижение, но и позволяет справиться с неожиданными рабочими ситуациями.

Специалисты по имиджу утверждают, что подобающий внешний вид сотрудника обеспечивает доверие клиента к фирме, демонстрирует состояние дел в компании, показывает уважение к деловым партнёрам и клиентам.

**Требования**

к одежде сотрудника могут быть оговорены в трудовом контракте.

Одежда – это визитная карточка делового человека, его рабочий инструмент, средство воздействия на клиента.

Костюм информирует окружающих о ранге, достатке, социальном положении, сфере бизнеса и даже принадлежности к определенным кругам. Аккуратность и подтянутость в одежде ассоциируется с организованностью в работе, умением ценить своё и чужое время. Произведенное впечатление надолго сохраняется в памяти людей, с которыми мы общаемся. Следовательно, равнодушное отношение к своему внешнему виду является непростительной ошибкой.

Существуют определенные правила делового костюма для мужчин и женщин. Рассмотрим некоторые из них. Так, мужчинам предписывается следующее:

- носить костюм из шерстяной ткани или ткани, похожей на шерсть, синих, серых или коричневых тонов;

- рубашки должны быть хлопчатобумажными, с длинным рукавом, предпочтительнее одноцветные, хотя допустимы тонкая полоска или клетка. Рубашки должны подходить к костюму по тону: белые, голубые, в тонкую полоску;

- галстуки из шелка или ткани, похожей на шелк. Лучше одноцветные, но допустимы модели клубные, репсовые и т.д. В завязанном состоянии галстук должен касаться нижним концом пряжки ремня. Ширина галстука должна быть соразмерной ширине лацканов пиджака;

- ботинки предпочтительнее на шнуровке, традиционной формы, современной модели, кожаные.

Если мужчина носит бороду, то она должна быть аккуратной. Появление мужчины на работе небритым является демонстрацией неуважения к окружающим и лично к себе. Можно носить любые формы бороды, можно и не носить бороду вообще.

Для женщин основной девиз при подборе гардероба -

деловитость и аккуратность. Недопустимо быть броско и пышно одетой. Женщинам необходимо придерживаться следующих правил:

- костюм должен быть шерстяным или из ткани, похожей на шерсть. Допустима юбка с пиджаком, но вид будет не такой профессиональный, как в костюме;

- блузы должны выглядеть дорогими;

- туфли-лодочки, с закрытой пяткой и носком;

- чулки – нейлоновые;

- аксессуары должны быть самого высокого качества;

- недопустимо одновременно носить золотые и серебряные украшения;

- если носить бижутерию, то она должна быть дорогой;

- макияж допустим минимальный, волосы до плеч или короче. Умелое применение косметики утверждает стиль и индивидуальность.

В выборе парфюмерии нужно придерживаться двух правил: первое – запах не должен быть резким, так как он раздражает, утомляет, может вызвать аллергию или головную боль. И второе – уметь правильно определить свой запах и удачно подобрать к ним дополнение.

Для маникюра в деловом общении лучше выбирать нейтральные тона, цвет лака должен сочетаться с цветом одежды и косметики. Недопустимо оставлять на ногтях частично облупившийся лак.

Строгих правил относительно внешнего вида своих сотрудников придерживаются и организации туристического бизнеса. В этих компаниях существует даже жёсткий дресс-код. В основном это: светлый верх, темный низ, бейдж и обязательно яркий аксессуар, совпадающий с

логотипом компании по цветовой гамме, например, фирменный шарф или косынка. Макияж должен быть неброский, сдержанный. Волосы аккуратно оформлены в причёску.

В целом единообразие в одежде, соответствие фирменному стилю очень важно для компании, так как это отличительная черта всей сети, самого бренда.

В 2011 году в филиале КузГТУ в г. Новокузнецке состоялся туристический форум, который предоставлял выпускникам специальности «Социально-культурный сервис и туризм» возможности проверить сформированность своих профессиональных, организационных и коммерческих способностей. В форме деловой игры команды презентовали себя как туристическое агентство, решали задачи, стоящие перед реальной турфирмой. Каждая команда постаралась привлечь к себе максимальное внимание и продать как можно больше туров. Естественно вопросы создания внешнего антуража не могли остаться без внимания.

Мы внимательно изучили внешний вид представителей туристических компаний, оформление рабочего места и отметили, что каждая команда подошла к делу ответственно. Особое внимание мы обратили, конечно, на внешний вид сотрудников агентств. Каждая команда продемонстрировала продуманный индивидуальный стиль своего агентства.

Одежда участников соответствовала деловому стилю и отвечала требованиям дресс-кода компании. Все студентки выглядели подтянуто, аккуратно. Будущие специалисты продемонстрировали сдержанный имидж: стильная одежда, оформленные причёски, неброский макияж, наличие фирменного знака (рис. 1 и 2).



Рис. 1. Туристическое агентство «Лагуна ваших желаний»



Рис. 2. Туристическое агентство «Paradise»

В дресс-коде нет мелочей. Здесь важно все: одежда и речь, поведение и манеры, знание правил ведения деловой беседы и деловой переписки. Дресс-код способствует формированию делового имиджа, который положительно влияет на привлечение партнеров, дисциплину и в результате повышает уровень дохода сотрудников.

**Список источников:**

1. Бороздина, Г. В. Психология делового общения : учебник / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 295 с.
2. Имидж – Википедия [Электронный ресурс]. – URL:

<http://www.ru/wiki/> – Загл. с экрана.

3. Калюжный, А. А. Социально-психологические механизмы построения имиджа / А. А. Калюжный // Вестник Государственного университета управления. Серия «Социология и управление персоналом». – 2005. – № 2 (13). – С. 15–19.

4. Петрова, Е. А. Имиджелогия : проблемное поле и направления исследования [Электронный ресурс] : АИМ. Статьи, доклады / Е. А. Петрова. – URL: <http://www.academim/> – Загл. с экрана.

5. Портал об имидже и стиле [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.privately.> – Загл. с экрана.

6. Сабат, Э.-М. Бизнес-этикет / Энн Мэри Сабат ; пер. с англ. Б. Н. Осетрова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 240 с. : ил.

7. Ступина, С. Б. Современные образовательные технологии как фактор формирования профессионального имиджа [Электронный ресурс] / С. Б. Ступина. – URL: [http://www.sgu/faculties/physical/departments/itphysics/international2008/docs/-Stupina\\_S.B.doc](http://www.sgu/faculties/physical/departments/itphysics/international2008/docs/-Stupina_S.B.doc). – Загл. с экрана.

## **РОЛЬ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТУРИНДУСТРИИ**

Екатерина Борисовна Коваленко, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Валерий Анатольевич Рябов, к.г.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

В настоящее время туристская индустрия все активнее выходит на первый план мирового рынка. Основной категорией деятельности фирм, работающих в туристской сфере, являются продвижение турпродукта на рынок, реклама и дальнейшая реализация подготовленного турпакета. В эпоху развития средств массовой информации используются все возможности воздействия на потребителя, по средствам специальных изданий и других рекламных разработок, которые насыщены разнообразными туристскими предложениями, и эффективность работы заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия. Во время жесткой конкуренции на рынке туриндурии это невозможно осуществлять без помощи базисного элемента – фирменного стиля. Иногда для обозначения этого понятия используется термин «брендинг» (от англ. Brend – клеймо). Фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации ее

внутреннего и внешнего оформления. Данный аспект объединяет в себе несколько целей: это идентификацию продуктов фирмы между собой и указание на их связь с фирмой, а также выделение продуктов фирмы из общей массы аналогичных продуктов ее конкурентов. [1]

Достоинством фирменного стиля и его бесспорным преимуществом является то, что он помогает ориентироваться в многочисленном потоке информации, быстро и точно найти продукт именно фирмы, которая вызывает наиболее положительное впечатление у потребителя, и уже завоевала его предпочтение и способствует формированию благоприятного имиджа фирмы, образа марки. Так же следует обратить внимание на экономическую выгоду данного элемента, так как идет снижение расходов на формирование коммуникаций, и как следствие повышения эффективности рекламы за счет универсальности компонентов фирменного стиля.

Разработка фирменного стиля должна начинаться сразу, как только образовалась фирма, что закрепит бренд на рынке предложений и его дальнейшую идентификацию среди многочисленных конкурентов. Упустив данный момент и начав действовать на рынке без индивидуальных элементов фирменного стиля, фирма теряет время, отводящееся на формирование у потребителя образа фирмы. Следовательно, рекламная база, накопленная за время существования, теряет свою значимость, так как потребитель может не отследить связь между «новой» фирмой с другими составляющими фирменного стиля.

Фирменный стиль, как правило, предполагает разработку символов фирмы такие как: товарный знак, фирменная шрифтовая надпись (логотип), графический

товарный знак, фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов и постоянный коммуникант (лицо фирмы)- именно от сопряжения данных элементов и их одновременного использования зависит продуктивность деятельности.[2]

Проработав все теоретические вопросы по созданию образа фирмы далее следует практический этап – этап внедрения. Внедрение фирменного стиля в деятельность организации является завершающим этапом в разработке фирменного стиля поскольку оно требует отдельного плана, состоящего из своих этапов, продуманности и последовательности. Стандартная деятельность по внедрению фирменного стиля организации может, включает в себя следующее:

- Распространение приказа о соблюдении фирменного стиля;
- Распространение внутренних разъяснительных писем по фирменному стилю;
- Проведение внутренних семинаров по фирменному стилю;
- Тренинги для секретарей ресепшн;
- Оформление офиса компании в фирменном стиле;
- Изготовление в фирменном стиле одежды сотрудников, занятых на производстве или в магазинах компании;
- Оформление дверных табличек и вывесок компании в фирменном стиле;
- Нанесение элементов фирменного стиля на продукцию компании;
- Изготовление сувенирной продукции с элементами фирменного стиля компании;

- Изготовление рекламно-полиграфической продукции с элементами фирменного стиля компании;
- Наружная реклама с элементами фирменного стиля компании;
- Реклама в СМИ с элементами фирменного стиля компании;
- Интернет сайт с элементами фирменного стиля компании;
- Использование фирменного стиля во время участия в конференциях и выставках, проведении специальных мероприятий. [3]

Формирование фирменного стиля не должно проходить стихийно и прекращаться с принесением первичных положительных результатов. Оно должно продолжаться как в поэтапной планируемой деятельности, так и в ежедневной работе фирмы. Следовательно, разумное применение и четко построенный изначально «образ» фирмы поможет избежать ошибок в дальнейшей работе.

Фирменный стиль – это характерный для данной фирмы язык, своеобразное удостоверение личности предприятия, его опознавательный знак, визитная карточка. Все функции фирменного стиля, так или иначе, связаны с созданием образа предприятия, который должен запоминаться и быть привлекательным для основного типа его потребителей. Постоянные элементы фирменного стиля экономят время потребителя, упрощают для него процесс совершения покупки или потребления услуг и вызывают положительные эмоции, ассоциирующиеся с именем и образом предприятия. Однако если реальный и искусственно созданный образы находятся в противоречии, то маркетинговые мероприятия могут принести больше вреда, чем пользы, поэтому целевая

направленность брендинга – это создание прочной и целостной структуры, которая будет работать на укрепление имиджа и продвижение турпродукта на рынке.[1]

Таким образом, эффективность фирменного стиля зависит от правильного сочетания его элементов: подбора цветов, форм, линий, звуков, корпоративного героя. Носителями фирменного стиля могут выступать рекламные сувениры, реклама в прессе, листовки, каталоги и др. При формировании фирменного стиля целесообразно сначала выделить главное, создать определенный образ, а затем разрабатывать новые составляющие фирменного стиля и изготавливать те или иные его носители.

Так же фирменный стиль играет неопределимую роль для создания торговой марки. В свою очередь торговая марка с устойчивой репутацией обеспечивает устойчивый объем производства и доходов. Устойчивая марка необычайно живуча, и это свойство со временем дает огромную экономию средств.

**Список источников:**

1. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности : учебник / гл. ред. В. А. Квартальнов. – М. : Фин. и статистика. – 2003. – 288 с.
2. Павловская, Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT / Е. Павловская. – СПб. : Питер, 2004.
3. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – Киев, 2002. – 574 с.
4. Федцов, В. Г. Культура сервиса / В. Г. Федцов. – М. : Приор, 2000. – 208 с.

## **О ВЛИЯНИИ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Аля Сергеевна Котович, студентка 2 курса

Научный руководитель:

Татьяна Леонидовна Лейниш, к. п. н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Реклама, как всем известно, двигатель торговли. Она прочно вошла в жизнь каждого современного человека. Реклама окружает нас повсюду: с телевизионных экранов, со страниц газет и журналов, транспорта, баннеров на улицах и автомобилях. Широкий и бурный информационный поток уносит потребителя в океан услуг и товаров. Например: «Fanta. Вливайся!» или «Rich. Жизнь - хорошая штука. Как ни крути!».

Реклама выступает неотъемлемым условием успешной конкуренции. С одной стороны, она содержит в себе определенную информацию, а с другой – служит ориентиром для потребителей. Реклама – это система мер целенаправленного воздействия на потребителя, формирующая и регулирующая движение товара и услуг на рынке.

Кроме того, реклама не даёт рынку застаиваться. Ведь только с помощью рекламы новый производитель может получить доступ на уже сформировавшийся рынок. Реклама способствует конкуренции, обеспечивает доступ на рынок новых производителей, оживляя и расширяя сам рынок товаров и услуг.

Конкуренция – это не просто экономическая категория. Она входит в число основных человеческих потребностей. Многочисленные социологические исследования показали, что наибольшее удовлетворение при достижении успеха или определенных целей человек испытывает не в условиях «свободы от погони за успехом», но при победе над соперниками. Как нельзя исключить конкуренцию из повседневной жизни человека без ущерба для его личности, так нельзя исключить конкуренцию и из экономики без ущерба для последней.

Конкуренция и реклама не могут существовать друг без друга. Занимаются рекламой и такие государственные институты и организации, как политические партии, профсоюзы, религиозные объединения, армия и даже само государство.

В конечном итоге это цель любой экономики, любого народного хозяйства. Современный туризм также невозможно представить без рекламы. Это настолько емкий и многоаспектный вид рыночной деятельности, что его часто выделяют в самостоятельное направление.

Средства, применяемые в рекламе, очень разнообразны. Информация воздействует на потребителя на сознательном и бессознательном уровне. Для этого используются и сложные технические средства, и работа специалистов-психологов. С одной стороны, работая в сфере услуг, специалист должен владеть техникой подачи информации, с другой, необходимо быть крайне осторожным, имея дело с психо-эмоциональной стороной личности и общества. Предлагая туристические услуги, мы должны знать методы воздействия рекламы и средства мотивации потребителей.

Тотальное воздействие рекламы на всех потребителей

невозможно, и её главной задачей является поиск потребителей, готовых принять новые сведения. А это предполагает определение мотивов и желаний потребителей.

По мнению американского психолога А. Маслоу, использование потребностей базового уровня (биогенных) дает наибольший результат – это потребности в еде, питье, здоровье, безопасности, комфортности жилища и т.д. Далее при удовлетворении базового уровня потребностей появляется более высокий уровень - желание созерцать прекрасное: искусство, архитектуру, природу и т.д. И это не может не учитываться в рекламе туристических услуг. Так, турфирмам, рекламируя свои услуги, необходимо органично сочетать воздействие на разные уровни мотивации, рекламируя прекрасное, обеспечивать подсознательное чувство безопасности и комфорта у клиентов.

Как правильно построить рекламный текст? Во-первых, он должен привлекать внимание. Это может быть яркое, оригинальное высказывание, то, что привлечет внимание. Например: «Indesit. Мы работаем, вы отдыхаете».

Во-вторых, рекламный текст обязательно должен вызвать интерес у потенциального клиента. Обычно интересы связаны с неудовлетворенными потребностями, осознанными или неосознанными. Например, «Нельзя умереть, не увидев Париж!» или «Отдохнуть – не работать!»

В-третьих, реклама формирует желание удовлетворить свою потребность, осуществить мечту. На подсознательном уровне это действует на человека так: «Как не хватает мне для счастья именно этого!». Например: «L`Oreal. Париж. Ведь Вы этого достойны!»

В-четвёртых, рекламный слоган внушает, что желание можно легко осуществить, например: «798-98-98. Семь цифр

Вашего умопомрачительного отдыха».

Все эти правила построения рекламы важны и неразрывны, так как являются единым психологическим процессом.

Сравним для примера две рекламы и проанализируем способы подачи информации (рис. 1 и рис. 2).



Рис. 1. Реклама турфирмы «Нева»



Рис. 2. Реклама турфирмы «Максимум»

На рисунке 1 предложено неожиданное решение с мягкой и пушистой текстурой, оригинальное сочетание национального орнамента и самолета, качественная бумага и печать останавливают взгляд. На рисунке 2 выбор цветовой гаммы ассоциируется с низким качеством.

Первый рисунок содержит компактную информацию, с ключевыми словами: «хорошее настроение», «семейный курорт», что в сочетании с рисунком вызывает приятную ассоциацию праздника. На втором рисунке – большое количество информации, каждая строчка в которой старается перекричать другую, отбивает желание дочитать до конца. Желательно, чтобы такие материалы были хорошо иллюстрированы: объемный текст без иллюстраций не производит должного впечатления.

При взгляде на рисунок 1 возникает подсознательное желание уютного семейного праздника: Нового года, Рождества в новой сказочной атмосфере. А вот рисунок 2 – это пример рекламы, которая не вызывает доверия и не формирует желание.

Реклама на рисунке 2 содержит запоминающиеся реквизиты, фирменную символику, логотипы солидных деловых партнеров, что обещает гарантию отличного отдыха. Авторы рекламы на рисунке 2 стараются привлечь низкой ценой. Но это неубедительно. Правильней было бы, низкую стоимость тура сделать приятной неожиданностью при оформлении путевки.

Следовательно, реклама, как и любой другой вид маркетинговых коммуникаций, играет важную роль в реализации стратегии туристской фирмы. Она оказывает социально-культурное и психологическое воздействие на общество. Цивилизованная реклама – это не манипулирование общественным сознанием, а формирование актуальных, направленных на саморазвитие потребностей человека. Реклама дает потребителю новые знания, опыт, усиливает удовлетворенность от покупки. В наши дни, когда темпы развития туристской рекламы в России значительно

отстают от темпов развития самого рынка туристских услуг, расширения ассортимента и роста конкурирующих фирм, проблема качества создания, внедрения и востребованности такой рекламы, несомненно, является актуальной. Рекламная деятельность необходима для формирования положительного имиджа турагентства, для возникновения доверия со стороны потребителей. Значит, для продвижения туристических услуг необходимо организовывать эффективную рекламную деятельность. Исходя из этого, мы можем говорить о том, что рекламная деятельность нацелена, прежде всего, на оказание влияния на потребителя туристических услуг, а, следовательно, она оказывает неопределимую роль в развитии туристического бизнеса.

**Список источников:**

1. Геращенко, Л. Психология рекламы : учеб. пособие / Л. Геращенко. – М. : АСТ : Астрель ; Владимир : ВКТ, 2008. – 299 с.
2. Денисон, Д. Учебник по рекламе / Д. Денисон, Л. Тоби. – Мн. : СЛК, 2006. – 320 с.
3. Дурович, А. П. Реклама в туризме / А. П. Дурович. – Мн. : Новое знание, 2003. – 312 с.
4. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме / Н. С. Морозова. – М., 2003. – 336 с.
5. О рекламе [Электронный ресурс] : федер. закон Рос. Федерации : [от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ]. – URL : <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=116655>. – Загл. с экрана.

**РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ  
ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ  
ТУРИСТОВ ИЗ КИТАЯ В ОМСК И ОМСКУЮ ОБЛАСТЬ**

Суале Арыстановна Рысбекова, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Ольга Викторовна Лукина, к.т.н., доцент

Омский институт международного менеджмента и  
иностранных языков

г. Омск

Научные исследования в области рекреации и туризма в последние годы становятся всё более актуальными в связи с переходом экономики страны к условиям рынка и превращения данной сферы человеческой деятельности в доходную отрасль народного хозяйства. Региональные исследования в области рекреации и туризма на территории Российской Федерации обычно рассматривают традиционные высокоаттрактивные дестинации, активно посещаемые туристами и рекреантами в течение десятилетий, в то время как рекреационный потенциал ряда малоаттрактивных территорий и субъектов Федерации, не имеющих большой туристской популярности и используемые исключительно как территории для отдыха местного населения практически не исследуется. К таким территориям, можно в частности отнести и территорию Омской области.

Омск – один из крупнейших городов Западно-Сибирского региона Российской Федерации, самый западный из крупных сибирских городов. Омская область расположена в пределах южной части Западно-Сибирской равнины. На западе и севере область граничит с Тюменской областью,

на востоке с Томской и Новосибирской областями, на юге и юго-западе с Республикой Казахстан.

Омская область обладает большим потенциалом для развития туризма. Разнообразие ландшафтов обеспечивает все его типы: оздоровительный, познавательный, спортивный. В перспективе планируется развитие лыжного, конного, водного, пешего и других видов экологического туризма. Основные места отдыха омичей: Чернолучье, Красноярка, Муромцевский район, Большеречье, Ачаир. Омская область богата лечебными природными факторами, имеется большое количество соленых озер, содержащих высокую концентрацию минеральных солей со значительными запасами иловой грязи, которая используется в лечении.

При прохождении практики автора статьи в гостинице Ibis Sibir, в которой, в основном, размещаются иностранцы, в том числе и китайцы, было выявлено, что гости посещают Омск больше с целью деловых поездок. Одной из главных причин наличия очень небольшого количества иностранных туристов, путешествующих с культурно-познавательными целями и с целью отдыха, по мнению автора, является отсутствие разработок туристических программ посещения Омской области. С целью выявить турфирмы, работающие на прием туристов, был проведен опрос среди 258 турфирм Омска. Анализ ответов показал, что 241 агентство Омска вообще не работают на прием туристов. Выявлены 17 турфирм, которые занимаются, в основном, размещением туристов из Германии, Финляндии, и других стран: Soral Travel; Агентство Путешествий и Спорта; Мир без границ; Пегас Туристик; Аэролайн; Времена года; Интурист; Агентство Туризма «Транстур»; Алекс-тур; Авеста-Тур; Апельсин; Вояж-тур; Все включено; Дискавери; Евразия-тур;

Колибри; Летур. Причем учитываются заранее предпочтения приезжающих туристов в еде, экскурсиях, размещении в гостиницах. Турфирмы бронируют места в гостиницах и заказывают экскурсии.

С целью привлечения иностранных туристов в Омск и Омскую область, автором данной статьи были разработаны оздоровительные и культурные программы отдыха (от 7 до 10 дней), а также приключенческий тур для молодежи на 8 дней, которая любит активный отдых. Все программы включают размещение в гостинице Ibis Sibir, с которой предусмотрено сотрудничество в создании и продвижении данных программ. Гостиница относится ко всемирно известной сети Ibis, качество обслуживания в которых уже оценили в более чем 40 странах. Все 168 номеров гостиницы отличаются комфортом и современным дизайном, в каждом из них кровать с эргономичным матрасом, плазменный телевизор со спутниковым телевидением, Wi-Fi, телефон, кондиционер, душевая кабина в ванной комнате. Курящие и некурящие не будут беспокоить друг друга, т.к. для них предусмотрено раздельное размещение. Для людей с ограниченными возможностями также оборудованы специальные номера.

Разработанные программы включают различные поездки и экскурсии:

– «Омск: от крепости до города». Гид познакомит туристов с более 200-летним периодом развития Омска. Город возник как крепость для защиты порубежных поселений от набегов кочевников. Постепенно менялось его назначение, и при Екатерине II Омск становится городом, правда значение военного сохранялось вплоть до конца 19 века. Территории первой и второй омских крепостей откроют свои ворота,

впустив в когда-то не столь большой городок, где проживало много военных, где сформировалось Сибирское казачье войско, где пребывали генерал-губернаторы Западной Сибири. Экскурсия проходит на транспорте, который предоставит гостиница Ibis Sibir и продлится около 2-х часов.

– «Культурный Омск». Экскурсия автобусная и продлится 4 часа. Гид проведет экскурсию по известным и значимым культурным местам города, познакомит с их историей. Многие культурные заведения имеют интересную историю своего развития и известны по всей Сибири. Неразрывная связь их с историей Омска позволит узнать интересные исторические факты, события, личности, навсегда запечатленных в судьбе города. Предусмотрено посещение историко-краеведческий музея, в котором находится большой экспонат мамонта, найденного в Омской области. Далее для любителей театральной жизни – Драматический театр, который является одним из лучших театров Сибири. Затем предусмотрено посещение самой большой библиотеки города, которая названа в честь великого писателя Александра Сергеевича Пушкина, а после – один из больших киноцентров города – киноцентр «Галактика».

– «История одной улицы. Любинский проспект». Гид проведет пешеходную прогулку по уголку под названием «Сибирский Чикаго», позволит вернуться на сто с лишним лет назад и окунуться в жизнь торгового Омска, оживленного города, центра Западной Сибири. Эта улица – «жемчужина» среди остальных улиц Омска. Исторические здания Московских торговых рядов, магазинчика купчихи Шаниной по-прежнему живут на Любинском проспекте.

– теплоходная экскурсия в Большеречье, которая продлится целый день. Большеречье – один из самых

интересных и живописных уголков Великой земли Сибирской. Оно знаменито не только тишиной и уютом сельской жизни, свежим воздухом и многообразием богатой природы, но и такими достопримечательностями как Большереченский зоопарк, раскинувшимся в естественных условиях в живописной пойме речки Большая. Зоопарк насчитывает более 200 видов животных, 25 из которых занесены в Красную книгу. В крестьянской избе встретят гостеприимные хозяева, которые и о жизни расскажут, и песню споют, и нехитрым крестьянским обедом угостят. Знакомство с бытом и обрядами ямщиков проходит в интерактивном формате. Потомственный ямщик прокатит с ветерком под звон бубенцов. Хозяйки обрядового дома познакомят посетителей с обычаями и обрядами, в которых причудливо переплетаются таинственность, лиричность, грусть с кипучим весельем. В Торговой лавке встретит колоритный купец, который расхвалит свой товар и чарку поднесет. Все это создает неповторимый колорит гуляний и оставляет глубокий след в душе каждого посетителя.

Помимо вышеуказанных поездок и экскурсий, разработанных в рамках программ, гостям предлагаются и необычные дополнительные экскурсии, которые могут быть при желании включены:

– Экскурсия на конном экипаже. Театрализованная экскурсия на конном экипаже в карете с гидом, облачившимся в специальный костюм извозчика, который расскажет такие подробности, которые не описаны ни в одном справочнике и путеводителе по Омску. Тип экскурсии и продолжительность: конная, 2 часа.

– Экскурсия в музей МЧС и действующую пожарную часть города. У многих в детстве заветная мечта – посидеть

к кабине пожарной машины. Тип экскурсии и продолжительность: автобусная, 2 часа.

– «Мистический и загадочный Омск». Вечерняя экскурсия по местам города, имеющим с заходом солнца свою историю. Можно узнать о приметах и поверьях, о привидениях и домовых, об обрядах разных народов, которые совершаются, чтобы задобрить духов, уберечься от нечистой силы, не заблудиться в лесу и не утонуть в озере, привлечь удачу на свою сторону. Тип экскурсии и продолжительность: троллейбус , 2 часа.

– «Почувствуй себя каторжником». В селе Большие Уки сохранился уникальный участок главной магистрали дореволюционной России – знаменитый Московско-Сибирский тракт, памятник истории XVIII века и дорожного строительства. Все желающие могут совершить путь ссыльных и пройти 20 км в полной экипировке каторжных.

– «Омские чудаки». Экскурсия по мастерским омских художников, известных не только в Омске, но и за пределами России. Тип экскурсии и продолжительность: автобус , 2 часа.

В рамках программы приключенческого тура для молодежи предусматривается поездка на загадочное озеро Ленево на три дня. На территории стоянки предлагается размещение в летних домиках и кемпинговых палатках. Туалеты и умывальники находятся на территории. Рядом с палатками и домиками расположено костровое место – стол со скамьями, кострище. В домике – две двухъярусные кровати (постельное белье), вешалка, столик, освещение, розетка, холодильник, электроплитка, набор посуды. Палатки высотой 1,8–2,0 м установлены на деревянном полу, 2-слойные. К услугам отдыхающих предоставляется: две бани на берегу озера; спортивный инвентарь; катамараны; велосипеды; вечерние

дискотеки; автомобильная неохраняемая парковка; экскурсионные программы.

Все разработанные автором данной статьи программы, руководством гостиницы Ibis Sibir было решено опробовать для привлечения туристов из Китая. Данная целевая аудитория была выбрана как наиболее перспективная. Автором статьи все программы были переведены на китайский язык и предложены туристским фирмам для продвижения.

Таким образом, для развития въездного туризма в Омске и Омской области необходимо разрабатывать и продвигать различные туристские программы, которые должны включать как обзорные и тематические экскурсии, поездки по привлекательным туристским объектам. Автор статьи надеется, что разработанные им программы в рамках данного исследования смогут привлечь туристов из Китая в Омск и Омскую область.

## **ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ ПО ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА**

Полина Олеговна Якубсон, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Раиса Михайловна Иванова, к.фил.н., доцент

Елецкий государственный университет

имени И.А. Бунина

г. Елец

Хотя термин «брендинг территорий» появился только в 21-м столетии, явление существовало веками.

Брендинг территорий – стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов. Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе, в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории [1].

В настоящее время вопросу брендинга Липецкой области уделяется недостаточно внимания. Для того чтобы развивать бренд области необходимо проанализировать предложение туристского продукта на рынке и выявить существующие бренды. Ведь гораздо удобнее работать с уже сложившимся брендом, а не создавать новый. Этому вопросу и было посвящено исследование.

В ходе мониторинга туризма Липецкой области за 2011 г. было выявлено 95 туристских фирм, из которых 3 туроператорские фирмы: Бюро путешествий «Липецктурист» (реестровый №ВНТ 003048), г. Липецк; Бюро международного туризма «Спутник» (реестровый №ВНТ 004839), г. Липецк; ООО «Бюро путешествий и экскурсий» (реестровый №ВНТ 003054), г. Елец.

В данной работе было проанализировано предложение 11 туристских предприятий: турагентства «Авантаж», турагентства «Дилижанс», туроператора «Липецктурист», турагентства «Магазин Путешествий», турагентства «Пилигрим», туроператора «Спутник», турагентства «ТурДизайн», турагентства «ТурЛайн», туроператора «Бюро путешествий и экскурсий», турагентства «Русь+», турагентства «Горсправка». Эти предприятия являются

туроператорами внутреннего туризма и турагентствами.

Самое разнообразное предложение имеет туроператор «Спутник». Он реализует 32 экскурсионные программы [7], турагентство «ТурЛайн» – 13, турагентство «Авантаж» – 11 [2], туроператор «Бюро путешествий и экскурсий» – 9 [5], турагентство «Пилигрим» – 8, турагентство «ТурДизайн» – 8 [4], туроператор «Липецктурист» – 7 [6], турагентство «Русь+» – 7 [3], турагентство «Горсправка» – 7, турагентство «Дилижанс» – 6.

Многие экскурсионные программы не имеют названия, т.е. в названии экскурсионной программы указывается маршрут, объекты показа или место, где будет проводиться экскурсия.

Одной из популярных экскурсий является обзорная экскурсия по г. Липецку с посещением таких объектов показа, как Нижний парк, Верхний парк, Свято-Успенский мужской монастырь, Собор Рождества Христова, памятник Петру I, часовня Петра и Павла, Покровская, Древне-Успенская, Евдокимовская и Никольская церкви. Туристские предприятия предлагают следующие названия данной программы: «Липецк – жемчужина Черноземья», «Липецк город металлургов, город авиаторов, город курорт». Большинство туристских предприятий предлагают эту экскурсию без названия.

Также является популярным маршрут обзорной экскурсии по г. Ельцу с такими объектами показа, как Воскресенский собор (у раскопок), Вознесенский собор, часовня над братской могилой ельчан, Красная площадь, Аргамаченская слобода, Кошкина гора, дом воеводы, Введенская церковь, Преображенская церковь, ул. Торговая, Елецкий Знаменский женский монастырь, школа №1, куранты, памятник И.А. Бунину. Туристские предприятия предлагают

следующие названия данному маршруту «Елец исторический», «Легенды и были древнего Ельца», «Земли родной минувшая судьба», «Самый город...гордился своей древностью», «Елец в 8-ми веках».

В Задонск предлагаются следующие экскурсии «Задонск – Русский Иерусалим», «На Земле Тихона Задонского», «Путешествие по святым местам» (г. Задонск), «По святым местам г. Задонска», «Святой Задонск», с такими объектами показа, как Рождество-Богородицкий мужской монастырь, Тюнинский женский монастырь, Свято-Тихоновский мужской монастырь.

Самыми популярными экскурсионными программами Липецкой области являются «Задонск – Русский Иерусалим», обзорная экскурсия «Липецк – жемчужина Черноземья», «Древний и вечно молодой Елец», «Бунинский Елец», «Дворянские усадьбы XVIII века», экскурсионные программы по заповеднику «Галичья гора» и урочищу «Воргольские скалы».

Самыми часто используемыми объектами показа являются Вознесенский собор (используется 22 раза), Красная пл.(22), часовня над могилой ельчан, погибших при нашествии Тамерлана (22), Елецкий Знаменский женский монастырь(16), Свято-Тихоновский Преображенский женский монастырь(14), Богородице-Тихоновский женский монастырь в Тюнино(13), ул. Торговая(12), Елецкий краеведческий музей(12), Задонский Рождество-Богородицкий мужской монастырь(11), музей И.А. Бунина(10), заповедник «Галичья гора»(10), школа №1 им. М.М. Пришвина(9).

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что для позиционирования бренда Липецкой области является наиболее удачным выбор кольцевого маршрута Липецк – Елец

– Задонск – Липецк. Целесообразно рассмотреть название маршрута, которое могло бы стать брендом аналогично «Золотому кольцу». Сложность выбора названия связана с тем, что Липецкая область не ассоциируется с четким историческим регионом.

**Список источников:**

1. Маркетинг мест [Текст] / Ф. Котлер [и др.]. – СПб: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 376 с.
2. Сайт туристского агентства «Авантаж» [Электронный ресурс].- (<http://avantage-tour.ru/>).
3. Сайт туристского агентства «Русь+» [Электронный ресурс].- (<http://turyrus.ru>).
4. Сайт туристского агентства «ТурДизайн» [Электронный ресурс].- (<http://www.turdizain.ru/>).
5. Сайт туроператора «Бюро путешествий и экскурсий» [Электронный ресурс].- (<http://www.eltourist.ru/yelets.htm>).
6. Сайт туроператора «Липецктурист» [Электронный ресурс].- ([http://www.l-tourist.ru/doc\\_1.htm](http://www.l-tourist.ru/doc_1.htm) ).
7. Сайт туроператора «Спутник» [Электронный ресурс].- (<http://www.spu48.ru/>).



***IV. ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
УПРАВЛЕНИЕ И ПРАВОВОЕ  
РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА  
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ***

## **РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

Клим Сергеевич Степанов, аспирант

Научный руководитель:

Михаил Абрамович Горенбургов, д.э.н., профессор  
Балтийская академия туризма и предпринимательства  
г. Санкт-Петербург

В настоящее время в России в целом постепенно формируется подход к туризму, предусматривающий понимание его как сферы экономики, обладающей значительными выгодами для социально-экономического развития регионов. [1]

Необходимыми условиями успешного развития въездного и внутреннего туризма в России являются, в первую очередь, формирование качественного регионального туристского продукта, разработка стратегии его продвижения на российском и международном рынках.

Анализ современного состояния туризма в мире и состояния сферы туризма в Российской Федерации позволяют оценить конкурентные преимущества и недостатки России как туристского направления среди основных принимающих рынков. К конкурентным преимуществам следует отнести, прежде всего, богатейшее культурно-историческое и природное наследие нашей страны в сочетании с фактором неизведанности, что представляет собой особый интерес для искушенных иностранных туристов. Появление в последние годы новых туристских продуктов в регионах Севера, Урала и Сибири усиливает конкурентные

преимущества России. Тенденции развития туризма в мире показывают, что по мере того как мир станет более изученным, будет появляться все меньше новых туристских центров, усилится тенденция к путешествиям в более отдаленные, менее известные и малодоступные места.

Вместе с тем уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристского предложения.

В большинстве своем туристские предпочтения как иностранных, так и отечественных туристов связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться предпочтительными при выборе туристских поездок. Общей тенденцией является поляризация туристских предпочтений, с одной стороны, характеризующаяся укреплением позиций массового туризма в развитых туристских странах, а с другой, - увеличением спроса на индивидуальный или специализированный туристский продукт.

К конкурентным недостаткам следует отнести такие, до сих пор сохраняющиеся и сдерживающие развитие въездного и внутреннего туризма факторы, как [2]:

- недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса с современным уровнем комфорта;

- высокая стоимость проживания в гостиницах, питания, транспорта и иных услуг, предлагаемых туристам,

существенно превышающая среднеевропейский уровень;

– препятствия для привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру, состоящие в отсутствии готовых инвестиционных площадок, наличия административных барьеров, невыгодных условий земельной аренды;

– в целом сохраняющийся дефицит квалифицированных кадров, что определяет невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии, несмотря на некоторое изменение ситуации к лучшему за последние 2-3 года;

– сохранение негативных стереотипов восприятия образа России, создаваемого отдельными зарубежными средствами массовой информации, и вместе с тем недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны как на зарубежных направляющих рынках, так и внутри страны, что затрудняет деятельность по целенаправленному формированию позитивного имиджа России как страны, благоприятной для туризма, что связано с ограниченным бюджетным финансированием;

– остаются нерешенными вопросы упрощения порядка выдачи российских виз туристам из таких миграционно безопасных иностранных государств, как страны Европы, Япония, Республика Корея, Австралия, Швейцария, Канада и др., сохраняются дополнительные сборы за срочность оформления визы, что вызывает обоснованное недовольство и ведет к уменьшению въездного туристского потока.

Появление отмеченных негативных обстоятельств связано в основном с тем, что на современном этапе слабо действуют рыночные рычаги, обеспечивающие дальнейшее

развитие туризма. Усиление действий рыночных рычагов связано с необходимостью обеспечения условий для приоритетного развития въездного и внутреннего туризма с целью возрождения традиционных центров туризма и освоения новых туристских районов. Слабое действие рыночных рычагов и явно недостаточное социальное ориентирование в сфере туризма нуждаются в активном государственном вмешательстве.

Таким образом, проблема состоит в том, что при сохранении сложившегося уровня конкурентоспособности России на мировом туристском рынке возможности развития отечественного туристского рынка будут недостаточными для повышения уровня жизни и увеличения занятости населения, удовлетворения растущего спроса на качественные туристские услуги.

Анализ конкурентных преимуществ и недостатков Российской Федерации на рынке въездного и внутреннего туризма указывает на необходимость активных действий со стороны государства и бизнеса на базе государственно-частного партнерства (ГЧП), направленных на создание условий для устойчивого развития туризма в России.

Существенную помощь в решении возникающих вопросов может оказать антикризисное управление. Для этого на базе взаимодействия государственных и частных структур необходимо обеспечение стимулов для успешного развития въездного и внутреннего туризма в России, как одного из элементов экономического роста, укрепления международного авторитета страны и повышения качества жизни населения посредством решения следующих задач [3]:

- создание инвестиционной привлекательности;
- совершенствование нормативного правового

регулирования в сфере туризма;

- развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, средства размещения, общественное питание и др.);

- создание новых приоритетных туристских центров;

- рекламно-информационное имиджевое продвижение России как страны, благоприятной для туризма на мировом и внутреннем туристских рынках;

- повышение качества туристских и сопутствующих услуг;

- совершенствование визовой политики, в том числе в направлении упрощения условий въезда в нашу страну туристов из стран, безопасных в миграционном отношении;

- обеспечение условий для личной безопасности туристов.

Государственно-частное партнерство должно, прежде всего, выражаться в предоставлении субсидий на безвозмездной и безвозвратной основе в целях возмещения затрат и недополученных доходов в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг в сфере развития внутреннего и въездного туризма.

Предоставление субсидий субъектам государственно-частной поддержки должно осуществляется по следующим направлениям [4]:

- возмещение части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях на реализацию проектов в сфере внутреннего и въездного туризма региона;

- возмещение части затрат, связанных с участием в выставках-ярмарках, профессиональных конкурсах, фестивалях и других аналогичных

мероприятиях, содействующих продвижению туристского продукта региона на всероссийский и международный рынки в рамках туристского проекта;

– возмещение части затрат, связанных с изготовлением рекламной продукции, содействующей продвижению туристского продукта региона на всероссийский и международный рынки (рекламных роликов, альбомов, буклетов, книг о туристском потенциале, подарочных книг и другой аналогичной полиграфической продукции) в рамках туристского проекта.

Для того чтобы механизм государственно-частного партнерства осуществлялся в полном объеме, необходима реализация системы мероприятий как со стороны государственных органов власти, так и со стороны частного бизнеса, включающая в себя [5]:

1. Выявление общего числа потенциально интересных для туризма и инвестора объектов туристской сферы.

Данное мероприятие может быть реализовано посредством составления реестра туристских ресурсов региона, на основе которого можно классифицировать наиболее привлекательные туристские объекты.

2. Разработка методики анализа потенциально привлекательных объектов туризма с целью инвестирования.

Целью методики является выделение объектов, представляющих наибольшую туристскую ценность, а также характеристика объектов с точки зрения перспектив и проблем их включения в объекты инвестирования. Методика должна основываться на описании наиболее значимых туристских объектов.

Для этого необходимо получение интегральной, взвешенной оценки туристского потенциала объектов

по следующим параметрам: 1) туристская ценность объекта; 2) туристские продукты – сравнительный показатель, характеризующий возможность развития туристского продукта; 3) инфраструктура объекта; 4) средства размещения – наличие гостиниц, их доступность и комфортность; 5) места туристского интереса: близость к объекту, а также достопримечательности, средства развлечения и т.д.; 6) туристические компании: наличие туроператоров, в маршруты которых включен конкретный объект; 7) маркетинг и продвижение; 8) транспорт: положение объекта по отношению к основным транспортным узлам; 9) связь: доступность телефонной, мобильной, Интернет и иной связи; 10) наличие и развитость предприятия сферы питания; 11) существующие туристские потоки; 12) уровень инвестиций в объект; 13) оценка существующей и потенциальной доходности от объекта; 14) степень развитости законодательства об объекте.

3. Определение макрообъектов туризма (город, городское образование; пригороды; отдельные территории; муниципальный район).

Определение макрообъектов туризма необходимо в связи с тем, что такие регионы, как Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, Краснодарский край, Тюменская область, Алтайский край и многие другие являются одними из крупнейших регионов Российской Федерации. Поэтому развитие туризма на данных территориях видится в направлении «точек роста туризма», т.е. развития отдельных крупных объектов туризма.

4. Выявление из макрообъектов туризма наиболее привлекательных (историко-культурные комплексы; объекты туристской инфраструктуры; природные комплексы; прочие объекты).

Здесь следует выделить наиболее привлекательные объекты с точки зрения инвестиций: историко-культурные комплексы, объекты туристской инфраструктуры, природные комплексы, которые могут быть отнесены к объектам концессионного соглашения и прочие объекты.

5. Выявление наиболее привлекательных объектов для инвестирования.

Наиболее целесообразным представляется отбор объектов туризма, которые потенциально более доходны.

6. Разработка региональных нормативных актов в рамках государственно-частного взаимодействия.

Это способ нормативного регулирования отношений между региональными государственными органами власти и бизнесом в рамках взаимодействия при инвестировании финансовых ресурсов в определенные туристские объекты.

Предложенная система мероприятий позволит решить следующие задачи использования ГЧП в области туризма в регионах:

- провести работу по созданию реестра туристских ресурсов на территории региона;
- выявить наиболее привлекательные с инвестиционной точки зрения туристские объекты;
- выйти на более высокий уровень частных инвестиций;
- сформировать перспективные направления взаимодействия в рамках государственно-частного партнерства в туризме;
- более полно использовать имеющийся туристский потенциал региона.

Это обеспечит для всех заинтересованных сторон, участвующих в ГЧП в области въездного и внутреннего

туризма, следующие преимущества:

1. Для туриста: турист платит за те блага, которые созданы в рамках стратегического развития туризма в регионе; турист компенсирует нарушение «равновесия» среды повседневной жизни местного населения (экологической, социально-психологической, культурной), которое происходит при росте туристского потока, и которое может формировать отрицательное отношение местного населения к региональному туризму.

2. Для местного населения: улучшение условий жизни благодаря деятельности специальных организаций, действующих за счёт туристских расходов; новые рабочие места в сфере туризма и тех отраслях, которые предполагается финансировать за счёт туристских расходов.

3. Для туристских предприятий: повышение аттрактивности региона для туристов, рост числа туристов в среднесрочной или долгосрочной перспективе; консолидация усилий туроператоров и государства по развитию регионального въездного и внутреннего туризма; конкурентные преимущества в результате сотрудничества с государством; заинтересованность местного населения в развитии туризма; повышение престижности работы в туристской сфере ввиду его общественной значимости.

4. Для органов государственной власти: развитие общественно значимых сфер за счёт расходов туристов; увеличение налоговых поступлений в бюджет в результате роста туристской отрасли; реализация комплексного подхода к решению социально-экономических проблем; создание новых рабочих мест; стимулирование регионального въездного и внутреннего туризма; развитие взаимодействия в сфере стратегического планирования различных

государственных комитетов, максимизация туристского мультипликатора регионального въездного и внутреннего туризма.

Создание и функционирование организаций, исполняющих указанную деятельность, должно происходить за счёт туристов, покупающих соответствующий туристский продукт. Однако в случаях риска снижения туристского потока государство может прибегнуть к различным механизмам снижения себестоимости туристского продукта.

Эффективное взаимодействие государства и бизнеса способно обеспечить в короткие сроки решение важных задач и реализацию социально-значимых проектов в туризме. Поэтому поиски эффективных форм такого взаимодействия и внедрение их в практику является в настоящее время актуальной проблемой.

Таким образом, целью развития туризма в Российской Федерации является формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости и уровня доходов населения на основе тесного взаимодействия государственных структур и частного бизнеса.

#### **Список источников:**

1. Савельев, Ю. В. Экономика и стратегия развития туризма в регионе: аналитическая база, современные требования, подходы и методы / Ю. В. Савельев, Е. Г. Немкович. – Петрозаводск : Институт экономики КНЦ РАН, 2002. – 327 с.

2. Алексеев, А. А. Туризм в России: проблемы становления и развития / А. А. Алексеев // Туризм: практика,

проблемы, перспективы. – 2008. – № 3. – С. 76–84.

3. Зеленская, А. И. Международный туризм / А. И. Зеленская. – Карачаевск : Изд-во Карачаево-Черкесского гос. ун-та, 2008. – 70 с.

4. Яндиев, М. И. Финансы регионов / М. И. Яндиев. – М. : Фин. и статистика, 2007. – 240 с.

5. Чередникова, Л. Е. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: стратегия и тактика / Л. Е. Чередникова. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского гос. техн. ун-та, 2007. – 449 с.

### **ТУРОПЕРАТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ГАРАНТИИ**

Нина Вячеславовна Бурдина, студентка 2 курса

Научный руководитель:

Вера Владимировна Миненкова, к.г.н., доцент

Кубанский государственный университет

г. Крымск

Туроператор – субъект предпринимательской деятельности (юридическое лицо или частный предприниматель) туристского рынка, осуществляющий деятельность по планированию, разработке, продвижению и реализации туристского продукта с коммерческими целями. За последние несколько лет государством было произведено несколько реформ в области туристского бизнеса, которые коснулись всех без исключения участников туристского рынка. В первую очередь они затрагивают условия функционирования

туроператоров.

До 2002 г. нормативными документами не предусматривалась существенная разница в организации деятельности туроператоров и турагентов, для которых были единые требования и условия. Лицензирование туристской деятельности осуществлялось в целях защиты прав и интересов туристов, наравне со стандартизацией туроператорской и турагентской деятельности, а также объектов туристской индустрии, обязательной сертификацией туристского продукта.

В 2002 г. утвержденные постановлением Правительства РФ «Положение о лицензировании туроператорской деятельности» и «Положение о лицензировании турагентской деятельности» определили необходимые требования и условия к осуществлению того или иного вида деятельности, которые касались в первую очередь численности, квалификации и профессионального стажа персонала турфирмы. [2]

В январе 2007 г. Госдума в третьем чтении приняла поправки в Федеральный закон от 24.11.1966 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», предусматривающие введение обязательного финансового обеспечения деятельности туроператора. Необходимость введения подобного института саморегулирования назрела давно: с одной стороны, это стремление России войти в международное сообщество, а значит, в первую очередь привести свое законодательство в соответствие с международными стандартами; с другой стороны, это участвовавшие случаи мошенничества и обмана со стороны турфирм.

В качестве финансовых гарантий применяются банковская гарантия возмещения убытков или страхование

гражданской ответственности. По единодушному утверждению представителей туристических фирм, пока страхование ответственности за неисполнение обязательств перед клиентами является более доступным способом получения финансового обеспечения, чем банковская гарантия возмещения убытков.

Действующая редакция федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ» предусматривает обязательное финансовое обеспечения для всех туроператоров. Для внутреннего туризма 500 тыс. руб., въездного туризма 10 млн. рублей, для туроператоров выездного туризма введена дифференциация – 30, 60 или 100 млн. руб. в зависимости от финансового оборота предприятия.

Финансовое обеспечение туроператора – главное условие включения предприятия в Единый федеральный реестр туроператоров, позволяющий легитимную деятельность в сфере туроператорства в международном и внутреннем туризме в России.

В случае страхования гражданской ответственности нужно учитывать, что этот вид страхования может применяться к каждому конкретному туристскому договору или же совокупности договоров с туристами, заключаемых турфирмой в течение определенного времени (одного года).

Страхование ответственности сочетает черты как имущественного страхования, если вред причинен имуществу, так и личного страхования, если вред нанесен жизни и здоровью граждан. Но в отличие от имущественного и личного страхования страхование ответственности должно обеспечивать прежде всего возмещение ущерба третьим лицам и одновременно выступать в качестве метода охраны имущественных интересов самого страхователя (застрахо-

ванного).

В отличие от личного и имущественного страхования, объектом страхования ответственности являются имущественные интересы туроператора, связанные с риском возникновения обязанности возместить туристам и (или) иным заказчикам реальный ущерб, возникший в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта.

Страховым случаем является официальное признание туроператором (страхователем) с письменного согласия страховой компании (страховщика) предъявленной к нему со стороны туристов (потерпевших третьих лиц) обоснованной претензии или вступление в силу решения суда, устанавливающего обязанность туроператора возместить ущерб, причиненный имущественным интересам туристов в результате непреднамеренной профессиональной ошибки, небрежности или упущения, допущенных при оказании туроператором услуг. [1]

В общем расходы туроператора на формирование финансового обеспечения зависят от размера страхового тарифа, определяемого непосредственно страховой компанией, которая оценивает показатель вероятности наступления страхового случая. На практике размеры страховых тарифов рекомендуются Всероссийским обществом страховщиков ВВС. Так, для финансового обеспечения в размере 30 млн. рублей рекомендован тариф 2.1%, а с учётом понижающего коэффициента, равного 0.4 – по тарифу 0.84% от суммы лимита возмещения. Для обеспечения в размере 60 млн. рублей туроператорам рекомендован тариф 1.75%, или с учётом понижающего коэффициента – по 0.7%. Для обеспечения в размере 100 млн руб. ставка тарифа 1.39%

и 0.55 соответственно. Таким образом, небольшой туроператор платит страховщикам как минимум по 252 тыс. рублей в год. При этом наиболее крупные компании, финансовое обеспечение для которых установлено законом в 100 млн. вносят по 550 тыс. руб., т.е. всего лишь в два раза больше, чем мелкие туристские фирмы. [3]

Система финансового обеспечения туроператора далека от совершенства и не учитывает реалий страхуемых рисков в принципе. Для крупного оператора финансового обеспечения в 100 млн. рублей явно недостаточно, речь идет о возможном единовременном нанесении ущерба туристам в размере 400-500 млн. рублей и более. Таковы пессимистические оценки туристских экспертов. Подтверждением их мнения являются последние события на туристском рынке, связанные с приостановкой деятельности одного из старейших и крупнейших российских туроператоров «Ланта-тур вояж»: при наличии финансовой гарантии в размере 100 млн. руб., совокупный объем требований пострадавших клиентов составил по самым скромным подсчетам около 300 млн. рублей. Согласно действующему законодательству страховое покрытие будет распределено между пострадавшими туристами пропорционально суммам по требованию каждого из них (пропорционально их затратам на приобретенные путевки). Таким образом, очевидно несовершенство механизма защиты туристов от причинения им материального и морального ущерба через институт финансового обеспечения туроператоров.

**Список источников:**

1. Викулова, О. Н. Комментарий к Федеральному закону от 24 ноября 1996г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» / О. Н. Викулова. –

М. : Юстицинформ, 2008. – 86 с. – (Постатейный комментарий к Федеральному Закону).

2. Кусков, А. С. Туроперейтинг : учебник / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с. : ил. – (Высшее образование).

3. Невский Фонд. Издательство профессиональной туристской литературы [Электронный ресурс] / М. Б. Биржаков. – URL: <http://www.travelglossary.ru/knowledge/search.-php?keyword=40>. – Загл. с экрана.

## **СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Любовь Олеговна Гришина, студентка 5 курса

Научный руководитель:

Мария Вячеславовна Марченко, преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т. Ф. Горбачёва

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк

Туризм – межотраслевая сфера экономики, направленная на удовлетворение потребностей населения в полноценном отдыхе, свободном передвижении, восстановлении и развитии его духовных и физических сил, с одной стороны. С другой стороны – она влияет на определение возможных направлений развития отраслей, попадающих под влияние мультипликативного эффекта от туризма и привлечения инвестиций. Сегодня у руководства Кемеровской области есть желание превратить туризм в один

из двигателей экономического роста. Однако нужно помнить, что значительная часть населения Кузбасса остается неохваченной туризмом.

Цель данной работы – проанализировать состояние социального туризма в Кемеровской области, выявить его проблемы и перспективы развития.

Начиная исследование на заданную тему, можно сказать, что всякая деятельность, в том числе туристская, начинается с государственного регулирования. Как говорится в учебном пособии Вахмистрова В. П. «Правовое обеспечение туризма», опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой. [4]

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

В Кузбассе туристскую деятельность регулируют несколько нормативно-правовых актов, основным из которых является Закон Кемеровской области о туристской деятельности. Он определяет принципы государственной политики в сфере туризма, а также основные направления развития туристской индустрии в Кемеровской области и регулирование отношений, возникающих в сфере туристской деятельности. Согласно данному закону приоритетными направлениями государственного регулирования туризма на территории области являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального, экологического, этнографического, снегоходного и спортивного туризма [2]. Отсюда следует, что государство признает наличие потенциала

на территории Кузбасса для развития данных видов туризма.

Также 7 июля 2009 года был принят Закон «О развитии внутреннего и въездного туризма», который определяет цели, задачи и меры, направленные на развитие внутреннего и въездного туризма в Кемеровской области, в том числе формы государственной поддержки внутреннего и въездного туризма в Кемеровской области. Это, безусловно, важное и экономически выгодное направление развития туризма. [3]

В последние годы туризм становится заметной составляющей экономики Кузбасса, выступая своеобразным катализатором социально-экономического развития территории, положительно влияющим на рост занятости населения, стимулирующим развитие смежных отраслей экономики, развивающим инфраструктуру и коммуникации в регионах, произошли позитивные перемены в развитии туристской отрасли. Уже сегодня поток туристов в Кемеровскую область растет из года в год, а это и рост налоговых поступлений в областной бюджет.

В 2010 г. турфирмами реализовано непосредственно населению 34,9 тыс. турпакетов общей стоимостью 2 млрд.рублей. Обслужено за год 67,3 тыс.человек, из них 21,2 тыс. (31,1% общей численности) – приобрели туры по Российской Федерации, 46,1 тыс. человек (68,9%) – по зарубежным странам (в 2009г. – 45,7 тыс.человек; 18,2 и 27,5 тыс.человек соответственно).[6]

В ходе исследования проблемы развития социального туризма был проделан анализ туристского рынка в городе Новокузнецке.

Сегодня на территории гор. Новокузнецка, судя по электронной карте города, действует 155 туристских фирм,

подавляющее большинство которых работает на выезд – продает горожанам путевки на заграничный отдых.

Туроператоров, включенных в единый федеральный реестр насчитывается – 5, из них 4 являются туроператорами по внутреннему туризму.

Всего лишь две турфирмы оказывают экскурсионное обслуживание – «Краун-Тур» и «Белый камень».

Социальный туризм руководством Кемеровской области признан третьим по значимости после внутреннего и въездного, но на данный момент не одна туристская фирма не занимается продажей социальных и инклюзивных туров.

Инклюзивный туризм (фр. *inclusif* – включающий в себя, лат. *include* – заключаю, включаю) – процесс развития туризма, который подразумевает доступность туризма для всех, в плане приспособления инфраструктуры туристических центров и объектов туристского показа к различным нуждам всех людей, в том числе, инвалидов, пожилых, их опекунов и членов семей, людей с временными ограниченными возможностями, семей с маленькими детьми. Нередко к данному виду туризма относят и «социальный туризм» – путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды.

Данное определение позволяет исследовать емкость рынка данного вида туризма. Только пенсионеров в Кемеровской области насчитывается 568 тысяч человек. Что касается города Новокузнецка, то по данным 2009 года на 10 тыс. населения приходится 262 человека с выходом на общую инвалидность. Это примерно 14,7 тыс. человек, которых можно и нужно сделать активной частью туристической деятельности. [5]

Таким образом, внутренний рынок туристских услуг для лиц с ограничениями возможностей передвижения обладает огромным потенциалом. Решение этой задачи выполняет очень важные социально-гуманитарные и социально-культурные функции.

На современном этапе развития внутреннего туризма в Кемеровской области отсутствуют правовые основания, на которых оказывалась бы государственная поддержка всем группам социального туризма из бюджетных средств.

На данный момент социальный набор услуг (социальный пакет), если гражданин желает получить его в виде денег составляет:

- путевка в санаторий - 90 рублей;
- проезд до санатория (на электричках и междугородном транспорте: поезда, самолеты, автобусы) – 83 рубля.

При всем своем желании на таких условиях инвалиды не смогут сами обеспечить себе достойный и желаемый отдых.

Данная проблема обуславливает острую необходимость решения ее программно-целевым методом и разработки механизмов реализации государственной политики в области развития социального туризма.

Социальные туры могут быть организованы за счет:

- частичного финансирования из бюджетных средств;
- частичного либо полного финансирования из средств организаций, в том числе общественных, и различных фондов;
- частичного либо полного финансирования из собственных средств пенсионеров и инвалидов.

Участниками Программы могли бы являться:

- граждане, зарегистрированные и проживающие на территории Кемеровской области;

– граждане, признанные инвалидами в соответствии с Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

– граждане, имеющие трудовую пенсию по старости в соответствии с ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации».

Результатами эффективности реализации Целевой Программы по развитию социального туризма в Кемеровской области являлись бы: увеличение численности организованно-отдыхающих среди пенсионеров и инвалидов, повышение роли туризма в достижении социального равенства и стабильности в обществе, а также развитие частного – государственного партнерства в сфере социального туризма.

Одной из важнейших задач деятельности государства должно стать формирование долгосрочной активной политики в сфере социального туризма, основанной на эффективном взаимодействии органов власти, субъектов туристического бизнеса, финансовых структур, научных и общественных организаций.

Необходимость разработки такой политики обусловлена высокой значимостью социального туризма в экономике и социальной сфере, его развитие положительно влияет на устойчивость социально – экономического развития Кузбасса, а также вносит весомый вклад в соблюдение прав человека на отдых, охрану здоровья и свободу передвижения.

#### **Список источников:**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон Рос. Федерации : [от 24 ноября 1996г. № 132-ФЗ] // Рос. газета. – 1996. – 3 дек.

2. Об утверждении краткосрочной региональной целевой Программы «Развитие туризма в Кемеровской

области» на 2007 год : закон Кем. области : [от 17 ноября 2006г. № 143-ОЗ] // Кузбасс. – 2006. – 22 нояб.

3. О развитии внутреннего и въездного туризма : закон Кем. области : [от 13 июля 2009г. № 88-ОЗ] // Кузбасс. – 2009. – 17 июля.

4. Вахмистров, В. П. Правовое обеспечение туризма [Текст] / В. П. Вахмистров, С. И. Вахмистрова. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 288 с.

5. Основные показатели здоровья населения города. Кустовой медицинский информационно-аналитический центр г. Новокузнецка [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ivcgzo.nkz.ru/index.php?> – Загл. с экрана.

6. Деятельность туристских фирм области в 2010г: Служба государственной статистики по Кемеровской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kemerovostat.ru/-default.aspx>. – Загл. с экрана.

## **АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ АВТОРОВ**

<b>А</b>		Кожома О.Ю.	187	Рябов В.А.	130
Антипина И.А.	55	Колмогорова О.Е.	149	Рязанова П.Ю.	202
Артюкова Д.В.	166	Короткова Э.К.	191	<b>С</b>	
Алексеева А.А.	161	Косарева Н.В.	42	Семенов В.А.	42
Аксенкова Ю.В.	93	Котович А.С.	231	Соловьева О.М.	206
<b>Б</b>		Крашенинникова	61	Соснин В.С.	157
Бобров Е.А.	172	Л.А.		Степанов К.С.	250
Бурдина Н.В.	260	<b>Л</b>		<b>Т</b>	
Бушуев А.О.	176	Леушина М.А.	166	Тиканова И.А.	141
<b>В</b>		Лузянина О.А.	124	Топчий А.В.	134
Ващенко А.Ю.	12	<b>М</b>		<b>У</b>	
Вечерова А.И.	220	Марченко М.В.	46	Ускова А.И.	211
<b>Г</b>		Мурзак Е.В.	195	<b>Ф</b>	
Гридчин М.А.	180	<b>Н</b>		Фролова К.А.	46
Гришина Л.О.	265	Непомнящий В.В.	105	<b>Х</b>	
Гулова Н.А.	184	Никоненко Е.С.	199	Холодова Т.А.	77
Гуляев И.В.	86	Носков С.А.	111	Хорина Е.И.	214
<b>Е</b>		<b>О</b>		<b>Я</b>	
Егорова Н.Н.	93	Оборин М.С.	105,	Якубсон П.О.	243
Есипова С.А.	111		117,		
			124		
<b>И</b>		<b>П</b>			
Иванова Е.В.	17	Пивень С.Н.	31		
<b>К</b>		Праздникова Н.Н.	38		
Ковалевский	141	<b>Р</b>			
С.А.		Русенчик В.С.	67		
Коваленко Е.Б.	226	Рызбекова С.А.	237		

Материалы II Всероссийской  
научно-практической конференции  
**«Инновационные процессы в развитии  
социально-культурного сервиса и туризма  
в современном мире»**

*26-27 апреля 2012 г.*

Отв. редактор  
директор филиала КузГТУ в г. Новокузнецке,  
кандидат технических наук  
**Александр Александрович Баканов**

Технический редактор  
кандидат технических наук  
**Сергей Александрович Костенков**

Дизайн обложки  
**Александр Владимирович Горностаев**

Компьютерная верстка  
**Ирина Валериевна Волкова**  
**Мария Вячеславовна Марченко,**  
**Кристина Александровна Фролова**

Подписано в печать 27.03.2012 Формат **60×84/16**.  
Усл. печ. л. 17,25. Тираж 500 экз. Заказ 340

Филиал КузГТУ в г. Новокузнецке.  
654000, г. Новокузнецк, ул. Орджоникидзе, 7.

Отпечатано в ООО ПК «Офсет».  
650001, Кемерово, ул. 40 лет Октября, 1б.