

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (МИНОБРНАУКИ РОССИИ)**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Институт естественных наук и профессионального образования
Кафедра естественнонаучных дисциплин, безопасности жизнедеятельности и туризма

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ
ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО КРАЯ**

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Профиль подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Допустить к защите:

и.о. зав. кафедрой **Е.В. Волковский**

(подпись)

« ____ » _____ 2019 г.

Выполнил: студент

Г- ZT 141 группы

Палухин Александр Юрьевич

фамилия, имя, отчество

(подпись)

Научный руководитель:

к.б.н., доцент

ученая степень, ученое звание

Важов Сергей Викторович

фамилия, имя, отчество

(подпись)

Оценка _____

« ____ » _____ 2019 г.

(подпись)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М.Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Институт естественных наук и профессионального образования
Кафедра естественнонаучных дисциплин, безопасности жизнедеятельности и туризма

АННОТАЦИЯ

на выпускную квалификационную работу бакалавра
Палухина Александра Юрьевича гр.Г–ЗТ141

Направление подготовки: 44.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг

Тема: Проектирование и организация
внутреннего туризма Алтайского края

Urgency The unique conditions for the development of many types of tourism put the Altai Territory among the promising regions of this sector of the economy.

The goal is to consider the development of domestic tourism in the Altai Territory on the example of the city of Biysk.

Based on the goal, we formulated the following tasks:

- 1) To study the history of the development of tourism in Russia.
- 2) Consider the main methods used for designing, organizing and analyzing the state of the tourist market.
- 3) Familiarize yourself with the tourist and recreational resources of Biisk.
- 4) Analyze the current state and prospects of the tourism industry in Biysk.

When writing the work, general scientific research methods were used: system-structural, comparative-statistical, as well as the actual analysis and synthesis of information.

The object of study is the tourism sector, the subject, respectively, of the tourist market of Biysk.

Autor WCR _____ Palukhin Alexander Yurevich

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. История зарождения внутреннего туризма в России и на Алтае.....	5
Глава 2. Методология внутреннего туристского рынка	10
2.1. Основные компоненты туристского рынка.....	10
2.2. Направления, проектирование и анализ туристского рынка.....	15
Глава 3. Характеристика и организация развития туристского рынка города Бийска.....	24
3.1. Ресурсы города Бийска.....	24
3.1.1. Исторические ресурсы	24
3.1.2. Этнографические ресурсы	26
3.1.3. Природные ресурсы.....	27
3.1.4. Культурное наследие.....	28
3.2. Структура туристского рынка города Бийска.....	33
3.2.1. Туристские ресурсы.....	33
3.2.2. Рынок туроператоров	35
3.2.3. Рынок турагентов.....	37
3.2.4. Рынок контрагентов туроператоров и турагентов	41
3.3. Перспективы развития и организация туристского рынка Бийска.....	43
3.3.1. PEST - Анализ города Бийска.....	43
3.3.2. SWOT-Анализ Бийска.....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	47
Библиографический список (список информационных источников)...	50
Приложение	53

Введение

В последние десятилетия на Алтае одной из самых динамично развивающихся отраслей является туризм, демонстрируя при этом, не только высокие темпы роста, но и стремление к глубокой качественной реорганизации.

Туристический бизнес стимулирует развитие других секторов экономики: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, транспорта, связи и др. [1,3].

Ежегодный рост доходов от туризма ожидается на уровне 2,9%. В результате, туризм становится одним из лидеров среди экспортных групп мирового хозяйства. Экономически развитые страны мира небезосновательно придают большое значение развитию туристско-рекреационной и гостиничной индустрии [33].

Привлекательность Алтайского края как объекта развития туризма определяется следующими факторами: природно-экологическими, политическими, экономическими, научно-технического прогресса. Наличие этих факторов на Алтае позволяет уточнить и выявить его привлекательность для развития туризма [1, 6, 13].

Значительный природно-ресурсный потенциал: окружающая среда с живописными ландшафтами и уникальными памятниками природы, разнообразная флора и фауна, чистый воздух и вода. Наличие различных терапевтических факторов, которые позволяют водолечение (серебро и радоновосодержащей водой), грязелечение, альтернативные методы лечения (пантолечение, медотерапия, фитотерапия [27, 30, 31].

Уникальные условия для развития почти всех видов туризма: спортивного, экологического, этнографического, историко-культурного, приключенческого, семейного, научного и т. д.

Динамично развивающийся гостинично-туристский комплекс. Транспортная безопасность (Алтайский край является отправной точкой

туристических маршрутов в Республику Алтай, Монголию, Казахстан, зарубежные страны).

На сегодняшний день в регионе зарегистрировано более 100 туристических фирм, около 20 из них расположены в Бийске [28, 33]. В соответствии с экспертной оценкой в течение года количество туристов и отдыхающих в Алтайском крае составляет не менее 500 тысяч человек в год.

Целью данной работы является рассмотрение развития внутреннего туризма в Алтайском крае на примере города Бийска.

На основании цели, нами были сформулированы следующие задачи:

- 1) Изучить историю развития туризма в России.
- 2) Рассмотреть основные методы, используемые для проектирования, организации и анализа состояния туристского рынка.
- 3) Ознакомиться с туристско-рекреационными ресурсами Бийска.
- 4) Проанализировать современное состояние и перспективы туристической отрасли Бийска.

При написании работы использовались общенаучные методы исследования: системно-структурный, сравнительно-статистический, а также собственно анализ и синтез информации.

Объектом исследования является туристический сектор, предметом соответственно, туристический рынок Бийска.

Глава 1. История зарождения внутреннего туризма в России и на Алтае

Интерес к туризму как к прикладной отрасли стал проявляться в России с XIX века, что можно было свести к тому, что экскурсии, походы, путешествия стали применяться как способ обучения в школьном, специальном и высшем образовании. Также нельзя не учитывать применение туристско-рекреационной составляющей для сбора научно-географической и краеведческой информации о различных регионах России [4].

В 1881 году, после паломничества великих князей на Святую палестинскую землю, Император Александр III подписал указ о создании Императорского Православного Палестинского Общества. Эта общественная организация приобрела недвижимость на Ближнем Востоке и организовала поездки на Святую Землю [4].

Основные направления развития туризма носили рекреационно-познавательный характер; в значительной мере содействовали просвещению и духовному обогащению разных слоев российского населения, способствовали познанию Отечества и формированию национального самосознания [24].

Тем не менее, зарождение туризма как организованной структуры относится к началу 1890-х годов, это время, когда возникли компании туристической направленности: Общество любителей естествознания (ОЛЕ), Крымский горный клуб, Кавказский горный клуб, Кружок любителей горного спорта и Крымских гор. Основатели обществ заложили прочный фундамент развития туризма в России. Сначала это была пешеходная экскурсия, а затем и экскурсионный транспорт.

В Крыму и на Кавказе сформировались курорты, на которых был сосредоточен рекреационный туризм. К 1913 году в России насчитывалось 60 санаториев на 3 тыс. мест [22, 23]. Началось формирование туристического

бизнеса, то есть появление предприятий, специализирующихся на обслуживании туристов, таких как гостиницы, кафе, рестораны и специальные магазины. В Сочи построен комплекс "Кавказская Ривьера", куда входили 4 гостиницы на 360 номеров и концертный зал на 600 мест, оборудованный пляж, корты, автомобили, лечебный корпус. Первокласные гостиницы были построены в крупных городах России (Национальный и Метрополь - в Москве, Европейский и Астория в Санкт-Петербурге). Этот период развития туризма в России также характеризуется формированием экскурсионных услуг [32].

Широкую деятельность по развитию туризма осуществляло российское общество туристов, сформирована на основе общества велосипедистов-туристов (ОВТ).

Общество велосипедистов-туристов имело Устав, издавало путеводители, занималось разработкой карты дорог Российской Империи, налаживанием отношений с туристическими организациями в городах России и странах Европы.

Руководство ОВТ заключило договоры с владельцами отелей, где члены общества останавливались на выгодных условиях. К 1900 году было создано 14 комитетов ОВТ по России, открыты представительства в 135 российских городах, а также за рубежом - в Брюсселе, Вене, Женеве, Лондоне, Гарлеме, Милане, Мюнхене и Париже [8].

Таким образом, предпринимательский период в истории российского туризма характеризовался, с одной стороны, образовательной и экскурсионной направленностью, а с другой становлением и развитием разных видов спортивного туризма.

Сибирь долгое время считалась «диким и неосвоенным» краем империи [16]. Поэтому не удивительно, что зарождение туризма на Алтае относится к только первому десятилетию XX века, когда стали систематически организовываться разнообразные познавательные и

рекреационные поездки и экскурсии в горы, на Телецкое озеро, Белокуруху и Колывань, организаторами которых чаще всего были преподаватели.

В 1920 году было образовано Объединенное лекционно-экскурсионное бюро, целью которого было широкое продвижение пролетарского туризма и экскурсий.

В 1925-1928 годах функционировало государственное акционерное общество "Советский турист" (ГАО «Совтур»), которое организовывало длительные поездки на поездах и катерах по путевкам.

В 1928 г. российское общество туристов было реорганизовано в общество пролетарского туризма, а в 1930 году было создано Всесоюзное Добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий куда вошли все туристические организации, которые объединили в своих рядах около 75 тысяч человек. Таким образом, была создана государственная монополия на российский туризм.

В 1929 году было основано Всесоюзное акционерное общество "Интурист" (ВАО "Интурист"), что было связано с началом развития иностранного туризма и упорядочением приема зарубежных гостей. В 1931 году для размещения иностранных туристов было создано Всесоюзное акционерное общество "Гостиница" (ВАО «Отель»), под управлением общества находилось 17 гостиниц в разных городах страны. До 1941 года было принято около 100 тысяч иностранных туристов [16, 21].

К началу 30-х годов экскурсионно-спортивный туризм становится массовым явлением. Развитием массового любительского и спортивного туризма занимался Верховный Совет по физической культуре, который образовал всесоюзную секцию туризма. В 1939 году были созданы добровольные альпинистские организации военно-спортивной направленности, из которых в годы Великой Отечественной войны были сформированы специальные подразделения. В 1940 году были введены туристические звания, за особые заслуги туристы были награждены нагрудным знаком "Турист СССР" [21].

К 1939 году в России была создана курортная индустрия, в 1828 году расположено 1270 санаториев и домов отдыха. В годы Великой Отечественной войны деятельность профсоюзов была приостановлена и возобновлена только в 1945 году, в 1956 году количество туристических баз достигло 109, всего было обслужено 2,4 млн. туристов.

В послевоенные годы широкое распространение получил спортивный, любительский, семейный и детский туризм. В 1950-60-е годы в России была проведена детская экспедиция спортивного туризма. С 1960-х годов широко распространен туристический отдых в выходные и праздничные дни, организовано путешествие на поезде. Все виды туристической деятельности в стране развивались при поддержке государства и профсоюзов. В целях развития международного молодежного туризма в июне 1958 года было создано Международное бюро молодежного туризма "Спутник". Бюро занималось обменом молодежными группами с другими странами [21].

Первая мировая война, а затем и гражданская война прервали туристско-альпинистское развитие Алтайского региона. Развитие туристического бизнеса на Алтае продолжилось в 1920-е годы, в 1922-1924 годах Барнаульские и томские туристы организовывали экскурсии на Телецкое озеро, основной целью которых было изучение природы озера, окрестных гор. В 1925 году Общество по изучению Урала, Сибири и Дальнего Востока организовало первую туристическую поездку на Алтай для группы из 19 человек. За период 1960-1970-х г. региональные туристско-экскурсионные учреждения проделали огромную работу по формированию туристской базы и дальнейшему развитию туристско-экскурсионной отрасли [4, 21,25].

Развитие туризма в постсоветский период характеризуется следующими тенденциями [26]:

а) переход от монопольной экономики к мультикультурной (туристские предприятия становятся собственностью разных юридических и физических лиц);

- б) формирование туристского рынка на основе новых законов;
- в) использование туристских ресурсов в условиях рынка на основе новых экономических и правовых отношений;
- г) изменение характера спроса в связи с появлением новых видов туристских услуг (выездные шоп-туры, фактически поездки для оптовых покупок, развлекательные, приключенческие туры, изучение языка и др.));
- д) не востребованность материальной базы туризма особенно это характерно для «гигантских» гостиниц, санаториев, дома отдыха, изначально ориентированных на «профсоюзные путевки»;
- д) появление большого количества малых и средних туристических предприятий;
- е) рост среднего выездного туризма, особенно для шоппинга.

С 2000-х г. развитие туризма в России и на Алтае характеризовалось следующими направлениями:

- а) дальнейшее развитие рынка туризма;
- б) совершенствование соответствующей правовой базы;
- в) развитие новых технологий в гостиничном бизнесе;
- г) разработка новых видов туристского продукта;
- д) использование компьютерных систем бронирования и резервирования;
- е) развитие образовательной и научной базы туризма;
- ж) создание российских туристских обществ;
- з) появление монопольных структур на российском туристском рынке;
- и) совместные предприятия с иностранными фирмами;
- к) активизация продвижения туристического продукта на рынке [4].

Глава 2. Методология внутреннего туристского рынка

2.1. Основные компоненты туристского рынка

Считается, что сущность рынка выражается в его основных экономических функциях. Туристический рынок обеспечивает [7, 9]:

а) координацию производства и потребление туристской продукции в ассортиментной структуре, поддерживает баланс спроса и предложения по объему и структуре. Эту функцию выполняет туристический рынок через установление связей между огромным количеством независимых туроператоров, агентств и туристов, через продажу турпродуктов;

б) установление стоимости эквивалентов для обмена турпродуктов;

в) стимулирование эффективности производства турпродуктов и стимулирование производителей к созданию необходимых турпродуктов с наименьшими затратами.

В целом роль туристского рынка такова:

1) выдавать "сигнал" туроператорам, используя обратные связи, какие турпродукты, в каком объеме и в какой структуре должны производиться.

2) баланс спроса и предложения.

3) дифференцировать туроператоров, агентов и их контрагентов в соответствии с эффективностью их работы.

4) «Легализовать» туристский комплекс и его экономику.

Туристский рынок состоит из множества сегментов, и имеет определенную структуру. Структура - это внутренняя структура, расположение, порядок ее отдельных элементов, их доля в общем объеме туристического рынка. Для характеристики структуры туристского рынка можно выделить ряд критериев:

По субъектам:

а) туристический рынок (покупатели туристских продуктов);

б) рынок туроператоров (производителей и продавцов туристских продуктов);

в) рынок турагентов (промежуточных продавцов туристских продуктов-посредников);

д) рынок контрагентов туроператоров и турагентов (исполнителей туристских услуг - гостиниц, ресторанов, перевозчиков и т. д.).

На туристском рынке, предложение должно превышать спрос, тогда покупатель сравнивает разные туристские продукты, их цены и отдает предпочтение тому или иному туристского продукта. На этом рынке существует конкуренция туроператоров и турагентов, что характерно для современных развитых национальных, региональных и международных туристических рынков [5,10].

Рынок туроператоров характеризует превышение спроса над предложением. Основную роль играет количество туристических продуктов. Их качеству уделяется меньше внимания, ассортимент оставляет желать лучшего, выбора нет. До недавнего времени это были тенденции отечественного рынка.

Рынок турагентов выражает совокупность экономических отношений людей и фирм, которые покупают туристические продукты для перепродажи в своих интересах.

На объектах:

(а) рынок туристских продуктов, как часть более сложной структуры - потребительского рынка, который в свою очередь включает:

б) рынок международных туристических продуктов;

в) рынок национальных туристических продуктов;

г) туристический рынок программных продуктов;

д) рынок продуктов рекреационного туризма;

е) рынок элитных туристических товаров;

ж) рынок продуктов спортивного туризма;

з) рынок экзотических (экстремальных) туристских продуктов.

По географическому положению:

а) местный рынок туризма;

- б) региональный рынок туризма;
- в) национальный туристический рынок;
- г) мировой рынок туризма;

Уровень насыщенности:

- а) сбалансированный рынок туризма ;
- б) скудное;
- в) чрезмерное.

По степени зрелости:

- а) слаборазвитый;
- б) разработанный;
- в) формирующийся.

В соответствии с действующим законодательством:

- а) легальный;
- б) нелегальный (черный, серый);

Степень ограниченности конкуренции:

- а) свободный;
- б) монополистической;
- в) олигополистический;
- д) смешанный.

Об ассортименте туристических товаров:

- а) закрытый туристический рынок, где есть туристические продукты только первого производителя (туроператора);
- б) богатый туристический рынок, где есть много аналогичных туристических продуктов многих туроператоров;
- в) широкий спектр туристического рынка, где существует ряд видов туристических продуктов, связанных друг с другом и направленных на удовлетворение одной или нескольких связанных потребностей туристов;
- д) смешанный туристский рынок, где имеются разнообразные туристские продукты, не связанные друг с другом [5].

Как и любая независимая система или подсистема, туристический рынок имеет свою инфраструктуру. Инфраструктура туристского рынка - это совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих туристский рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению его нормального функционирования [11].

Основными функциями инфраструктуры являются:

- а) обеспечение участникам рыночных отношений в туризме реализации их интересов;
- б) повышение эффективности и результативности деятельности туристского рынка на основе специализации отдельных субъектов и видов деятельности;
- в) организация рыночных отношений в туризме;
- г) содействие формам контроля за хозяйственной деятельностью субъектов туристского рынка со стороны государства.

Основные элементы инфраструктуры туристического рынка:

- а) туристские биржи, их организационное посредничество (ежегодные международные туристические биржи-выставки, например, Лондон, Берлин или Москва «путешествия и туризм»);
- б) туристические ярмарки, семинары, выставки регионального или местного уровня и другие организационные формы посредничества;
- в) система кредитных карт «путешествия и развлечения»;
- г) система эмиссии туристских чеков, туристских «пластиков» и ее организационно-правовые формы;
- д) негосударственные центры содействия занятости в туризме;
- е) информационные технологии в туризме (интернет-технологии) и деловая коммуникация;
- ж) система налоговых льгот в туризме;
- з) формы и виды страхования туристских рисков;
- и) специальные рекламно-информационные агентства, центры и СМИ;

к) добровольные общественные негосударственные предприятия (объединения) предпринимательское сообщество по поддержке и развитию туризма.

Общая экономическая теория различает две стороны рыночного механизма:

а) механизм увязки спроса и предложения с целевой функцией обеспечения сбалансированности спроса и предложения;

б) механизм конкуренции с целевой функцией стимулирования товаропроизводителей.

Экономическое положение туристического рынка зависит от конъюнктуры рынка. Конъюнктура туристического рынка представляет собой совокупность формирующихся на рынке туристических продуктов в любой данный момент времени экономической среды, в которой происходит процесс их реализации. Проще говоря, такова ситуация на туристическом рынке в определенный момент времени [15].

Однако основным направлением конкуренции на туристическом рынке является конкурентоспособность туроператоров, турагентов, их контрагентов и туристов (продавцов и покупателей турпродуктов), которые находятся на противоположных позициях по отношению к уровню цен на турпродукты. В результате, как известно, устанавливается общая цена однородных туристических продуктов и конкретный вид кривой спроса и предложения.

Следующей важной составляющей туристского рынка является спрос. Спрос изображается в виде таблицы или графика, показывающего количество турпродукта, которое туристы готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных цен в течение определенного периода. Спрос обычно рассматривается с точки зрения рентабельности цене. Он показывает количество туристических продуктов, что туристы будут покупать по разным возможным ценам [15].

Нормальная цена-это не средняя цена определенного периода, а цена в конце того периода, в котором предложение не изменилось. Очевидно, что

эта нормальная цена формируется в условиях воспроизводства, причем вариация цен приближается к минимальной равновесной цене [15].

2.2. Направления, проектирование и анализ туристского рынка

Для любой развивающейся туристской фирмы знание направлений деятельности, проектирование и анализ туристского рынка необходим для дальнейшей успешной работы [18, 32].

Для создания более целостного представления о направлениях маркетинговой деятельности выделяют четыре основных:

Маркетинговая политика-формирование базового курса, целей и задач маркетинговой деятельности на основе долгосрочных стратегий компании.

Маркетинговые исследования - широкий спектр различных исследований, необходимых для выработки оптимальных стратегий и эффективной оперативной маркетинговой деятельности.

Маркетинговое планирование-это процесс разработки и формирования планов развития маркетинга фирмы, как на длительный и короткий срок.

Маркетинговое воздействие - совокупность специальных методов воздействия на все объекты маркетинга (товар, покупателя, посредников, конкурентов).

Более подробно, следует остановиться на теме проектирования туристического рынка: им занимаются многие фирмы и при этом отдельные фирмы его не проводят.

Без тех или иных проектных исследований ни одна фирма не сможет нормально функционировать на рынке.

Вопросы: "Кому нужны наши услуги?", "Как и кому продавать наши туры?" прочие немаловажные, но казалось бы абсолютно банальные вопросы вызывают разные ассоциации у руководителей многих туристских, да и других, связанных с этим бизнесом компаний. Для этого в одних случаях хватает здравого смысла и элементарной эрудиции, в других - нужна кропотливая и обширная работа многих работников, иногда весьма высокой

квалификации. В то же время для большинства малых и средних фирм невыгодно держать штат высококвалифицированных и высокооплачиваемых работников для полноценного обучения (учитывая тот факт, что потребность в нем возникает не часто). Сложно привлечь нужных специалистов для временной работы. А средств на исследования многим компаниям не хватает.

Проектные и аналитические исследования охватывает все этапы жизненного цикла товара (услуги) от выбора и разработки нового маршрута до его реализации и анализа мнений потребителей о нем [18, 32]. Естественно, ни одна фирма не в состоянии провести все нужные исследования, поэтому из многообразия направлений следует выделить наиболее актуальные. Для того, чтобы лучше понять картину будущих исследований и более четко отслеживать показатели, можно собрать все их основные характеристики, составив из них таблицу. Например, с левой стороны будут те факторы, которые являются наиболее значимыми для компании. Справа перечислены запланированные исследовательские работы, и каждая из них имеет различные значки, показывающие наиболее реальные, желаемые, выполненные и т.д. Форма каждой фирмы может развиваться сама на основе потребностей в тех или иных показателях [32].

Таблица 1

Примерная таблица маркетинговых исследований (по Романову, 2015)

Факторы	Решаемые задачи		
	анализ конкурентов на туррынке	изучение потребительского спроса	определение основных проблем развития
1	2	3	4
I. Факторы времени			
1. Частота исследований			
1.1 Разовое			Планируется
1.2 Периодическое	Выполнено	Планируется	
1.3 Регулярное			
2. Время на исследование			
2.1 День			
2.2 Неделя		+	
2.3 Месяц	+		+
2.4 Квартал			
3. Период исследования			
3.1 По дням недели			
3.2 По неделям месяца			

3.3 По месяцам		+	
4. Стадии исследования			
4.1 Прогнозное			
4.2 Перспективное		+	
4.3 Текущее	+		
4.4 Оперативное			+
II. Рыночные факторы			
6. Охват потребителей			
6.1 Всех (сплошной спрос)			
6.2 Часть всех (выборочный спрос)		+	
6.3 Срез одного сегмента			
6.4 Выборочно из нескольких сегментов			+
7. Охват конкурентов			
8. Охват посредников			

Любое туристское агентство должно следить за всеми изменениями, происходящими на рынке туристических услуг, и успевать реагировать на каждое из них. Отставание от более дальновидных и удачливых грозит недоверием потребителей, падением имиджа, а, следовательно, потерей значительной части потенциальных и постоянных клиентов. Чтобы этого избежать, необходимо проводить постоянные (для выявления изменений и тенденций на рынке) и разовые (для проверки своих предположений или анализа ситуации) маркетинговые исследования [19].

Важно заранее спланировать процедуру исследования. Традиционная последовательность сбора и исследования информации выглядит следующим образом:

- а) определение и формулирование задач, стоящих перед фирмой;
- б) формулирование целей;
- в) планирование исследования для каждой цели;
- г) выбор источников информации и широта охвата;
- д) сбор информации;
- е) обобщение и анализ данных ;
- ж) выработка рекомендаций и прогнозирование их эффективности.

Выявление и формулирование проблем, стоящих перед фирмой и сформулировать цели начинается с анализа положения фирмы, определения

ее долго - и краткосрочных целей и формулирования их направлений. Работа на первом этапе должна проводиться в определенной последовательности, разработанной ведущими специалистами компании по конкретным вопросам. Это могут быть не только специалисты по маркетингу, но и любые сотрудники компании, накопившие в процессе работы обширный информационный материал, требующий проверки [9].

При формулировании целей необходимо учитывать, что каждая цель должна быть четко сформулирована. Размытые цели, такие как "собрать информацию о клиентах", может иметь множество решений и направлений: количество клиентов по дням недели и часам дня, гендерный и возрастной состав, социальный статус и уровень доходов и т. д.

На этапе планирования исследования для каждой цели решаются следующие задачи [18, 32]:

- а) определение объема и источников финансирования для достижения этой цели;
- б) определение путей достижения каждой цели;
- в) определение сроков проведения исследования;
- г) определение формы окончательного предоставления информации;
- д) определение ответственных за каждый этап или направление исследований и сроков представления отчетности.

Заключительным пунктом исследования является мониторинг эффективности использования рекомендаций и проверка эффективности принятых решений и выводов обследования. В процессе реализации рекомендаций возможны различные отклонения от прогнозируемого хода событий, которые могут повлиять на результат деятельности компании.

Методы маркетингового исследования включают в себя широкий спектр различных методов: от эмпирических до строго научных, от умозрительных до сложных экспериментальных. Методы могут быть классифицированы по различным признакам, но есть ряд широко

используемых и довольно простых в использовании, которые используются большинством фирм.

Личная беседа.

Один из самых трудоемких способов сбора первичной информации. Она проводится для выявления предпочтений клиентов относительно качества и спектра предоставляемых услуг (знают ли они вашу компанию, доверяют ли ей, пользуются ли вашими услугами или конкурентом, считают ли предлагаемые туры необходимыми и будут ли они ими пользоваться и т.д.), которая позволяет компании определить направление маркетинговых воздействий [32].

Наблюдение.

Этот метод требует более высокой квалификации, так как предполагает наличие собственной интерпретации ситуации человеком, проводящим наблюдение. Работа осуществляется путем непосредственного наблюдения за реальными или потенциальными клиентами (соблюдайте предпочтения, выявляйте все положительные и отрицательные отзывы о работе компании) и другими интересующими компанию объектами.

Анкетирование.

Он используется для опроса широкого круга людей, которые разделены по месту своего нахождения, а иногда и по кругу интересов. Она осуществляется специальными агентами, которые собирают информацию по каждому вопроснику по телефону, лично или путем направления вопросников предприятиям, организациям, частным адресам и последующего их сбора.

Подбор первоисточников.

Этот отбор осуществляется специальными работниками. В зависимости от требуемой информации к отбору привлекаются либо сотрудники соответствующих департаментов, либо информационный персонал библиотеки, информационно-вычислительного центра.

Эксперимент.

Для его проведения необходимо смоделировать весь процесс, выявить группы потенциальных и реальных заказчиков, попытаться создать необходимую благоприятную среду, проследить за ходом эксперимента и оценить значимость полученных результатов. Эксперимент-опрос позволяет выяснить степень успешности товара у покупателей, степень потребности, престижа, соответствие образу жизни потребителя [18].

Сегментация рынка - один из методов, используемых практически на всех этапах маркетинговой деятельности.

Обычно сегментация проводится по нескольким признакам одновременно. Самые распространенные из них:

1) сегментация по региональному признаку - применяется при планировании или деятельности фирмы на определенном территориальном рынке. Есть:

а) национальный рынок, на котором фирма ориентирует свои услуги на внутренний рынок;

б) международный рынок - фокус на международной торговле. Важно не только "выбросить" товар на мировой рынок, но и завоевать и сохранить позиции на рынках конкретных стран;

в) региональный рынок - ориентация на завоевание и сохранение региональной торговли.

2) сегментация по принципу "город-село". Он используется при выборе потенциальных и реальных покупателей и методов воздействия на них в зависимости от места проживания основной массы потребителей услуг в городской или сельской местности.

3) сегментация по уровню урбанизации - используется при выборе методов воздействия на городское население.

4) сегментация по профессиональным критериям. Каждый товар (услуга) направлен на удовлетворение любых потребностей.

Статистические методы также широко используются. Статистические модели позволяют рассчитать уровень потребностей для различных групп населения, сегментировать рынок по различным критериям и выявить динамику количества потребителей в каждом сегменте. Статистические методы позволяют получить картину прошлого и «предсказать» будущее с учетом того, что факторы, влияющие на систему, постоянны.

Оценки территориальной емкости рынка используется при анализе текущего спроса для оптимального распределения товаров в различных территориальных рынках, а также расчета необходимых маркетинговых усилий на каждом из рынков [32].

Комплексный анализ рынка включает систему показателей социальных потребностей в туризме. Количество и значения показателей различаются от страны к стране, но в большинстве случаев наиболее важными являются:

- а) развитие материально-технической базы туризма;
- б) место туризма в системе отраслей экономики;
- в) объем туристических услуг;
- г) объем обслуживания;
- д) общая сумма валютных поступлений от иностранного туризма.

При анализе возможностей приема туристов по всей стране берется общее количество мест размещения. В контексте конкретного туристического региона данный показатель анализируется по соотношению различных мест по их типам и вместимости.

Анализ объемов туристических услуг и туристских услуг.

Этот анализ обычно учитывает общие денежные потоки от туристов и доход на душу населения от туристов.

Объем туристических услуг рассчитывается для конкретного региона, т. е. включает в себя количество туристов, посещающих область, город, страну.

В анализе индивидуального туристского рынка используются четыре основные группы индикаторов:

- 1) структура населения:
 - а) общая численность населения;
 - б) половозрастная структура;
 - в) темпы прироста населения по отдельным категориям (студенты, рабочие, пенсионеры);
 - г) существующая система отпусков и отпусков (соотношение рабочих и нерабочих дней);
 - д) современная система и перспективы платежеспособности населения;
 - е) нынешняя и будущая структура расходов на отдых, включая туризм.
- 2) Отношение населения к туризму:
 - а) мобильность населения в туристических целях;
 - б) соотношение внутреннего и внешнего туризма;
 - в) соотношение существующих и будущих видов туризма в районе;
 - г) структура мотивации поездок по основным группам населения;
 - д) сезонность поездок.
- 3) Наличие и структура туроператоров и турагентов:
 - а) соотношение крупных и мелких туроператоров в регионе;
 - б) количество и принадлежность туристических агентств;
 - в) наличие и перспективы развития отношений местных туристических агентств и туроператоров с зарубежными партнерами.
- 4) Наличие и перспективы развития транспортных коммуникаций.
 - а) по видам коммуникаций (воздушный, морской, речной, автомобильный и железнодорожный транспорт);
 - б) степень доступности и качество транспортных коммуникаций (крупные и малые аэропорты, железные дороги, автомобильные дороги, пешеходные и конные тропы и др.).

При анализе туристского рынка в разрезе отдельных видов туризма исследования проводятся в основном в двух направлениях:

- (а) изучение тенденций развития туризма на региональном, национальном и глобальном масштабе;

б) исследование существующих и перспективной базы (туроператоров и посредников (турагентов) в регионе по видам туризма.

На основании всей информации видно, что туристический рынок представляет собой сложную систему, для развития которой необходимо применять не только ум и статистику, но и интуицию [18]. Этот разносторонний, постоянно развивающийся и меняющийся бизнес требует пристального внимания, постоянного изучения, анализа и корректировки. Решая открыть турагентство, владельцы должны осознавать проблемы, с которыми они могут столкнуться: жесткая конкуренция, работа в нерегулярном режиме, большое количество разных людей (клиентов, посредников, сотрудников различных компаний, с которыми приходится сталкиваться во время работы) со своим настроением и видением рабочего процесса - для всего этого нужно иметь огромную работоспособность и крепкие нервы. Но бонус, в виде денежной компенсации и интересной работы, делает туризм очень привлекательным для многих людей, несмотря на все трудности, с которыми он сопряжен. А те, кто сумеет выдержать натиск проблем, в конце концов, получают то, о чем многие мечтают – интересную и перспективную работу, дающее возможность профессионально развиваться [14].

Глава 3. Характеристика и организация развития туристского рынка города Бийска

3.1. Ресурсы города Бийска

3.1.1. Исторические ресурсы

Второй по величине город Алтайского края, центр Бийского района, расположен на берегу реки Бия. Правая часть резко поднимается на крутой береговой склон, левая примыкает к сосновому лесу. Бийск красив, гостеприимен и очень интересен, как старейший город Алтая [13, 17].

История Бийска - это история крепости, купеческого городка, основанного личным указом Петра I более 300 лет назад [17].

Согласно государственному перечню памятников истории и культуры Алтайского края, в Бийске насчитывается 272 памятника архитектуры, истории и культуры. Здесь сохранились здания бывших купеческих и мещанских домов и особняков, торговые центры, магазины и банки.

Памятником архитектуры является здание Бийского драматического театра, бывший народный дом, яркий образец эклектичной архитектуры, построенный в 1913-1916 годах. Сохранились древние пушки Бийска середины 18 века; два из них установлены на постаменте в центральной части города [17].

Значительный интерес представляет историко-архитектурный комплекс конца XIX века "Бийское Архиерейское подворье" в исторической части города - Казанке. С 1880 по 1920 годы Бийск был центром Алтайской духовной миссии. С именем Бийска связана деятельность святителя Макария Невского, епископа Бийского, с 1912 года митрополита Московского и Коломенского [17].

К 1917 году в Бийске действовало епископское подворье, 17 соборов и церквей, 8 часовен, 2 монастыря, более двух десятков приходских училищ и училищ. Величественный Успенский собор - один из немногих древних храмов Бийска, сохранившихся до наших дней. Он был построен в 1903 году, является великолепной архитектурой и является украшением старой части

города. Это обстоятельство позволило уберечь храм от разрушения в хрущевскую "оттепель" [17].

В нескольких километрах от Бийска, по Солтонскому тракту, расположен Тихвинский женский монастырь. От монастырских построек сохранились каменный дом игуменьи, дом священника, школа, свечная фабрика, частично-келейное здание. Сохранился вековой тополь, ровесник монастыря (год образования - 1900). У основания обхват дерева составляет почти шесть метров.

В Бийске начинается главная трасса Горного Алтая Чуйский тракт, прославленный в песнях и легендах. В городе есть Музей Чуйского тракта, единственный в России музей, посвященный дороге. Много интересного можно увидеть в окрестностях Бийска.

Недалеко от города, от слияния рек Бия и Катунь, берет свое начало великая Обь; река "стрела" - излюбленное место паломничества туристов. Всего за полчаса, а то и меньше, можно доехать на машине до села Сростки, Родины Василия Шукшина, гениального писателя и актера. В Сростках, на горе Пикет, ежегодно проходят Шукшинские чтения, которые собирают тысячи людей со всей России - и признанных знаменитостей, и простых поклонников таланта Шукшина [17].

Недалеко от Бийска есть старинное село Коробейниково, один из бывших торговых центров. Это место пребывания одной из самых известных икон Сибири - Казанской Божией Матери, однажды утраченной и чудом вновь появившейся. В 1906 году в селе Коробейниково был построен Большой Каменный однопрестольный храм. После установления советской власти церковь была разрушена и превращена в зернохранилище, а многие иконы были поставлены на технические нужды, как простые куски дерева. Одна из самых больших икон – Казанская - стала служить половой плахой. После видения благочестивой девице Ольге икона, во многом утратившая изображение, была спасена от дальнейшего поругания и в 1960 году перевезена в Барнаул. Она хранилась верующими, и перед ней совершались

молитвы. В 1972 году в Пасхальную ночь икона была полностью обновлена: поверхность ее стала гладкой, изображение сияло яркими красками; было несколько свидетелей этого чуда. Летом 1994 года после завершения реставрационных работ в храме села Коробейниково многолюдным крестным ходом икона из Барнаула была возвращена домой. В честь этого события на Алтае установлено празднование иконы Казанской Божией Матери в первое воскресенье июля. В этот день ежегодно в Коробейниках собираются тысячи паломников [17].

Город Бийск-ворота Алтайских гор, крайняя территориальная точка России, с которой начинаются все туристические маршруты через Алтайские горы и предгорья, отсюда идут дороги к всемирно известному Телецкому озеру и в курортный город Белокуриху. Богатые туристические ресурсы города, выгодное экономико-географическое положение обеспечивают хорошую основу для развития познавательного туризма. По территории города сегодня проводятся экскурсии на темы: все это-Бийск" (обзор города), бийские святыни, Бийский купец, памятники природы города, здесь рождается река Обь, памятники архитектуры и истории Бийска и другие. В последние четыре года маршрут к православным местам города пользуется большой популярностью.

3.1.2. Этнографические ресурсы

С древних времен территорию Алтайского края населяли коренные народы - алтайцы. С середины 19 века, в связи с переходом от кочевого образа жизни к расселению, алтайцы до начала 20 века были разделены на ряд племенных и территориальных групп. В настоящее время алтайцы делятся на малые национальности: алтайцы, телеуты, шоры, тубулары, теленгиты, уриянгхай, и проживают в Республике Алтай, Алтайском крае, Кемеровской области Российской Федерации, в Западной Монголии, Синьцзяно-Уйгурском автономном районе Китая [20].

В настоящее время Алтайский край является одним из тех регионов, в котором до сих пор можно увидеть во всех красках традиционную культуру

коренных народов - алтайцев, русских старообрядцев и казахов, компактно проживающих здесь более 100 лет.

Этнографическое изучение региона началось достаточно давно - более 200 лет назад. Однако и по сей день в этой местности есть еще много белых пятен, ожидающих своих первопроходцев. Наиболее интересна традиционная духовная культура алтайцев. Здесь встречаются архаичные жанры фольклора и использованные музыкальные инструменты, не испытавшие модернизации.

В конце XIX века в городе был построен паровой причал. Постоянный водный путь позволял купцам торговать хлебом и маслом с Англией и Германией. В 1913 году было начато строительство железнодорожной линии из Новониколаевска, в том же году было определено место и начато строительство Бийского железнодорожного вокзала. В 1915 году начала действовать Новониколаевско - Бийская железная дорога.

На рубеже XIX-XX веков Бийск типичный провинциальный купеческий город. После революции история Бийска схожа с другими уездными центрами Сибири [17].

3.1.3. Природные ресурсы

По данным флористического и геоботанического районирования природной флоры на территории, относившейся к верхней Оби лесостепной район субпровинции лесостепной предварительно Алтайский равнине Западно-Сибирской провинции. Растения жилой площади города также представлены различными видами. В основном это сорняки и рудеральные растения [29].

В Бийске и его окрестностях в состав городских лесов входили бывшие леса обороны, лесной фонд с. Фоминского и часть государственного лесного фонда Бийского лесотехнического училища. В 1999 году функции

управления городскими лесами переданы Бийскому и Бийско-Катунскому лесничествам лесхоза-техникума.

Особенность фауны края определяется особенностями его географического положения и наличие большого поселения – город Бийск. Городская особенность включает в себя участки лесов и степей, пойму реки Бия.

На территории Бийского района водится алтайский крот, краснощекий суслик, обыкновенный хомяк, заяц-русак, обыкновенный еж, ласка, ондатры и лоси. Иногда можно встретить барсука, обыкновенного лиса. В лесопарковой зоне, как правило, обитает белка. В водах рек Бия и Обь обитают многие виды рыбы, являющиеся объектом любительского рыболовства [29].

3.1.4. Культурное наследие

История Бийска связана с такими именами, как купец П. А. Копылов, А. Д. Васенев, Н.А.Асанов, А. Ф. Морозов, Е. Г. Морозов и другие [17].

Копылов Павел Андреевич служил купцом у Гилева, был главой филиала компании в Кош-Агаче, затем имел собственное дело в Улясутайском районе Монголии. На его деньги был построен Народный дом, мужская гимназия на улице Льва Толстого. Его дочь, Валентина Сагалевич-Копылова, собрала коллекцию произведений искусства, которая легла в основу Бийского краеведческого музея.

Народный дом, ныне театр, построен в 1913-1914 годах на средства Павла Андреевича и его племянника Антона Петровича Копылова. Это известное сооружение выполнено в стиле эклектики с мотивами русского стиля, модерн с готической стилистикой. Памятник имеет статус федерального значения.

Васенев Алексей Данилович был частью известной в Сибири группы предпринимателей - "чуйцев". Он был исследователем, внесшим значительный вклад в изучение Монголии и Китая. Вел путевые дневники,

часть материалов публиковалась в "новостях" географического общества. Он собирал образцы местных растений, предметы быта и культа. Коллекция из семидесяти четырех предметов была передана Томскому университету. Его особняк также расположен в старом центре Советской улицы. Сейчас здесь находится дом педагогов.

Ассанов Николай Иванович - бийский купец первой гильдии. Торговал в Монголии, был бригадиром Русского торгового предприятия в городе Ховд. Позже перешел к ловле лошадей Пржевальского и продаже жеребят в зоопарки по всему миру. Всего им было продано 53 жеребенка. В 1901 году Императорская академия присвоила ему звание члена-корреспондента Академии наук. Он потратил много денег на благотворительность. Свой особняк он построил в 1912 году на пересечении улицы Казачья (ныне улица Ленина) и Владимирского переулка (ныне III Международный переулок). В этом здании находились конюшни, каретные сараи. Сейчас это здание занимает Бийский краеведческий музей им. В. В. Бианки. Следует отметить 3 Особенности музея. Первое: Бийск - ворота Алтайских гор регион с богатой природой и замечательной историей. Второе: музей-первый народный музей Сибири, который вырос из кабинета естествознания и существует уже более 80 лет. В-третьих, музейные работники ежегодно участвуют в экспедициях.

Результатом этих особенностей стала очень разнообразная и значительная коллекция природных, археологических и исторических материалов. В четырех отделениях музея выставлено более 3 тысяч редких предметов, документов, фотографий и др. [17].

Морозовы Алексей Федорович и Елена Гавриловна - это купцы первой гильдии, потомственные почетные граждане города Бийска. Алексей Федорович начинал с торговли в горах Алтая, в Чуйской степи, затем в Бийске и его окрестностях. Открыты магазины в Кузнецке и Змеиногорске. На средства Елены Гавриловны построены Николаевская женская гимназия, Пушкинская реальная школа, Сибирский торговый банк. Особняк купцов расположен на переулке Динамо (сейчас это автошкола РОСТО).

В 1898 году она построила на берегу реки Бия первую на Алтае электростанцию, оснащенную по последнему слову техники того времени. В 1905 году Е.Г. Морозовой принадлежало пять промышленных предприятий (электростанция, кожевенный завод, пивоварня, маслобойня, мукомольный комбинат). И, конечно же, Е. Г. Морозова занималась благотворительностью [17].

На средства купцов было построено общественное городское собрание, рядом с которым находится дом купца Рождественского. Раньше здесь была библиотека Реброва, а в 1882 году здесь был кинотеатр "Алтай".

Проезжая мимо парка имени Гаркавого, а раньше это был базар, слева можно увидеть проезд Фирсова и Второва. До революции на первом и втором этажах были торговые залы. В 1918-1919 годах был лекционный корпус Алтайского Народного университета. С 1926 года часть Западного крыла дома занимает государственный банк. Во время Великой Отечественной войны здесь размещался госпиталь. В этой части здание пострадало от пожара. Здание отличается богатой пластикой фасадов, выразительными деталями. Оно построено в эклектичном стиле с современными элементами. В 1926 году здесь останавливался Рерих, о чем свидетельствует мемориальная доска на здании. Это здание является памятником федерального значения [17].

Помимо этих построек купеческого периода города можно также отметить и купеческий торговый дом Игнатьева. Он расположен, как и основные здания культурного наследия, в старом центре Бийска.

Что касается культуры города, то в 1899 году здесь была публичная библиотека, а в 1908 году был открыт первый кинотеатр "Косморама". А в 1913 году был построен второй кинотеатр "Мир", 21 ноября 1916 года был открыт Бийский Народный дом - подарок городу от Копылова.

Стоит отметить важнейшие достопримечательности города, которые помогут гостям лучше понять историю Бийска.

Пассаж купца Второва, ул. Льва Толстого, 144. Его строительство началось в июле 1904 года по заказу товарищества "сыновья и сыновья", крупнейшего предприятия по торговле текстильными изделиями в Бийске. Фасад двухэтажного здания богато украшен элементами барокко, классицизма, русского стиля. В настоящее время он находится на реконструкции.

Бийский драматический театр, улица Советская, 25. Здание было построено для народного дома (1913-1916, архитектор Носович), известный как дом П.А. Копылова (Бийский купец, пожертвовавший городу в 1912 году 100 тысяч рублей). Это яркий пример эклектичной архитектуры начала XX века. В 1918 году здание передали Алтайскому народному университету. Драматический театр занимает его с 1943 года.

Успенский кафедральный собор, ул. Советская, 11. Основан в 1898 году, освящен в 1902 году, 15 тысяч рублей на строительство храма пожертвовал бийский купец Сычев. Белоснежный с голубыми куполами, пятиглавый Успенский собор - органичный, сбалансированный комплекс, выделяется среди зданий Старого города. В отделке клинков, пилястр, арочных кронштейнов, карнизов. В 1930 году собор был закрыт и использовался как склад. Начиная с 1946 года, он был открыт, долгое время оставаясь единственным действующим храмом в Бийске.

Пушки Бийской крепости. Рядом со стадионом "Авангард" (пересечение улицы Советской и Мопровского переулка) на гранитном постаменте установлены две крепостные пушки XVIII века, которые были установлены в Бийской крепости в 1758-1761 годах.

Дом, в котором жил Н. Потанин, ул. Советская, 4. В этом двухэтажном кирпичном доме в 1878-1879 годах жили путешественник Г.Н. Потанин и его жена А.В. Потанина (Лавра), одна из первых женщин-членов Русского географического общества.

Первый каменный дом Бийска, ул. Красногвардейская, 8. Единственное здание, дошедшее до нас со времен Бийской крепости (1791).

Первоначально предназначался для комендатуры. В 1820-х годах здесь обычно размещалась и охранялась укрепленная гауптвахта. В доме не раз бывали декабристы Н. Чебриков и П. Иевлев, сосланные в Бийскую крепость для военной службы в гарнизонном батальоне.

Краеведческий музей им. В. Бианки (Исторический отдел), ул. Ленина, 134. В одном из самых красивых домов Бийска - бывшем жилом доме купца первой гильдии Н. И. Асанова (1912, модерн, арка. К. К. Лыгин).

Музей был открыт в 1920 году по инициативе В.В. Бианки. Исторический отдел состоит из двух больших залов, посвященных истории Алтая. Большие разделы посвящены этнографии, сибирским старообрядцам. Материалы по истории Бийска и Бийской крепости, Бийского купечества (многочисленные фотографии купеческих построек, церквей, разрушенных в советские годы, фотографии купцов Асанова, Фирсова, Второва, Морозова).

Гордость Отдела природы (ул. Красноармейская, 118) - замечательная коллекция бабочек, чучела шерстистого носорога, большеголового оленя, дикого кота манула и др.).

Музей Чуйского тракта. Центральный переулок, 10. Музей расположен в микрорайоне (левобережная часть города), на территории ДГУ-10. Добраться до музея из центра можно на автобусах № 16 и № 3, до Остановки "Керосин." Это единственный в России музей, посвященный дороге.

Успенский собор-православный храм, одна из главных достопримечательностей города Бийска. Расположен на улице Советской, 13. Заложен 5 июля 1898 года, освящен в октябре-ноябре 1903 года. Храм был построен на деньги прихожан и пожертвования главы казачьего Старо Успенского собора, мэра Бийска, 2-й гильдии купца-миллионера Михаила Савельевича Сычева.

Памятник Петру и Февронии Муромским расположен в Бийске по ул. Толстого, является одной из достопримечательностей города. Автор работы-скульптор Сергей Исаков. Памятник утвержден Московской духовной

академией. Размер памятника близок к человеческому росту. Памятник был открыт и освящен 2 сентября 2011 года по благословению Преосвященнейшего Максима, епископа Барнаульского и Алтайского. Петр и Феврония Муромские-покровители семейного очага, символы любви и верности. Их брак был образцом христианского брака на протяжении многих веков. Святые были канонизированы в 1547 году. До 1917 года День Петра и Февронии широко отмечался как День семьи и День любви.

3.2. Структура туристского рынка города Бийска

3.2.1. Туристские ресурсы

Туризм является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Алтайского края и во многом зависит от инфраструктуры отеля. Динамичное развитие гостиничных предприятий, как правило, обусловлено способностью оценивать потребности туристского рынка в гостиничных услугах, отвечающих существующим современным требованиям. Поэтому целесообразно проанализировать взаимосвязь между состоянием туристического рынка и индустрией гостеприимства [1, 31].

На основании экспертных оценок количество остановок для транзитных посетителей на данный момент может составлять до 100 тыс. средних стоимостных данных посетителей минимум. Реальной проблемой является получение со стратегической точки зрения финансового результата от остановки "транзит" порядка 200 млн. рублей в год (400 тыс. транзитов в год со средней стоимостью на территории около 500-1000 руб.). Расчетное количество деловых туристов по итогам многодневного пребывания составляет до 10 тысяч человек в год.

Культурно-познавательный туризм, в который входит небольшая часть посетителей, специально приезжающих в город с культурно-просветительской мотивацией - преимущественно работники социокультурной сферы и потребители культурных услуг.

Доминирующую роль в структуре туристских потоков в Бийске играют "транзитные туристы" - туристы, путешествующие на юг Алтайского края и в Республику Алтай (в период летнего туристского сезона), и деловые туристы (круглогодично). Источниками транзитного туристического потока являются Новосибирская, Кемеровская, Томская, Омская области и Барнаул. Структура источников туристического потока в Бийск для деловых целей формируется отраслевыми, корпоративными и производственно-технологическими отношениями соответствующих предприятий и организаций [33].

Эти основные виды визитов в туристических целях не доведены до уровня технологической, продовольственной и маркетинговой специализации города:

а) функция, туристический продукт и маркетинговая концепция города по транзитному туристическому потоку не определены;

б) прибытия для деловых целей ограничены конкретными предприятиями и не подлежат специальной технологической работе и позиционированию на открытом рынке.

Спрос на гостиничные услуги растет, а количество номеров практически не растет. Действительно требованиям категории три-пять звезд не соответствует ни одно средство размещения города Бийска. Все гостиницы города распределены практически равномерно по всему городу.

Условно городские отели можно разделить на следующие группы:

а) большой (более 50 номеров);

б) средний (от 11 до 49 номеров);

в) небольшой (до 10 комнат).

В соответствии с проектом Стратегии развития города до 2025 года запланированы мероприятия, направленные на создание новых и развитие существующих туристских объектов, агрессивное позиционирование города как "турист", как культурный и исторический центр Алтай, создание мощной инфраструктуры повысит привлекательность города для туристов [32]. Цель

таких мероприятий - значительное увеличение туристических потоков по городу.

По некоторым прогнозам к 2020 году в городе будет не хватать более 750 номеров для удовлетворения потребностей в жилье, однако глобальный кризис может вносить свои коррективы.

Для реализации новых гостиничных проектов город Бийск привлекателен тем, что имеет реальные возможности для развития туристической отрасли. Средства размещения города Бийска должны быть ориентированы на целевого потенциального потребителя. На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что увеличение турпотоков будет обусловлено расширением следующих групп туристов: транзитные туристы, представители семейного туризма, делового туризма.

3.2.2. Рынок туроператоров

Туристское Агентство "Континент-Тур»

Алтайский край, Бийск, площадь 9 января, 3.

Турагентство работает в сфере туруслуг с 2008 года. Компания будет предоставлять достойный и комфортный отдых в любом уголке мира, на самых престижных курортах и пляжах с предоставлением полного комплекса услуг и высочайшего сервиса [33].

Туристическая компания "Континент-Тур" предлагает следующие виды отдыха:

1) отдых и лечение на лучших курортах мира: курортах Египта, Турции, ОАЭ, Таиланда, Болгарии и других стран.

2) экзотические туры в такие страны, как Кения, Индонезия, Сейшелы, Бали и многие другие страны.

3) экскурсионные туры: вы можете посетить и увидеть достопримечательности европейских стран: Чехию, Италию, Германию, Австрию и Скандинавию.

4) горнолыжные курорты: горнолыжные курорты Швейцарии, Австрии, Италии, Андорры, Франции и Германии, Алтайские горы, Горная Шория.

5) отдых в горах Алтая: вы можете получить путевку на любую турбазу в горах Алтая.

6) туры по России: туры по известным городам России, Санкт-Петербургу, Москве, городам Золотого кольца, Краснодарскому краю, Байкалу.

Услуга включает в себя оформление визы, заказ авиабилетов, предоставление кредитов [33].

Цель состоит в том, чтобы предоставить качественный отдых клиентам.

"Континент-тур" предоставляет только достоверную, проверенную информацию своим клиентам, и работает только с проверенными и надежными операторами.

Туристическое Агентство "Эдельвейс-Алтай»

Алтайский край, Бийск, ул. Ленина, 230, офис 26а.

Рассматривается вопрос о переходе в город Белокуриха.

Турагентство является туроператором на туристическом рынке Алтая с 2004 года. С момента своего основания компания работает в сфере приема и обслуживания туристов, практикующих различные активные формы отдыха. За время работы приобрел богатый опыт обслуживания российских и иностранных туристов. Сотрудники и инструкторы имеют большой профессиональный опыт в сфере туризма и обучение МЧС.

В компании созданы и успешно функционируют самостоятельные структурные подразделения: экспедиционный центр "Ару-Кемь", сувенирный магазин "Радогаст", депозитный отдел.

Туристская компания "Эдельвейс" предлагает широкий выбор мест отдыха на любой вкус.

На данный момент компания предлагает:

- а) фирменный маршрут "Золотой тур по Алтаю»;
- б) 10 активных туров;

в) сплавы различной сложности.

Знания и опыт сотрудников, техническое оснащение компании позволяют развивать и развивать на Алтае новые направления в туризме, такие как:

- а) этнические туры;
- б) туры на джипах;
- в) вертолетные туры;
- г) рыболовные туры;
- д) конные туры;
- е) лечение в пантовых и травяных ваннах;
- ж) вездеход заброски в труднодоступных местах.

Кроме того, компания разрабатывает и проводит маршруты по индивидуальным заказам.

Туристическая компания Эдельвейс - это определенный стандарт качества. Компания оборудована:

а) вездеходы ГАЗ-66 (военный кунг), с комфортабельными салонами отдыха, оборудованными мягкими креслами "Люкс", откидными столиками, авто-холодильником, газовой плитой, смотровыми окнами и люками, аудиосистемой, спутниковой связью и автономными отопителями.

б) двенадцатиместная лодка "Корсар" (грузоподъемность - 1600 кг) с двигателем Yamaha-55ls.

в) передвижная баня.

г) профессиональное оборудование и инвентарь для активных походов (палатки, коврики, спальные мешки, складные столы, стулья и т. д.).

3.2.3. Рынок турагентов

Общее количество туристических агентств находится более 40 организаций, но наиболее значимые из них представлены ниже [33].

Туристское агентство «Планета-тур»

Алтайский край, Бийск, ул. Мухачева, 258.

Компания тесно сотрудничает с лучшими туроператорами в своей области: Пегас Туристик (Пегас), Возрождение - тревел, "Тезтур" (Тезтур), тур Ланта (Lantatour), Акрис, АЛЕАН СПА, Скатт.

Тип деятельности:

а) выездной туризм (направления: Турция, Египет, Китай, Таиланд, ОАЭ, Тунис, Греция, Чехия, Венгрия, Италия, Испания, Болгария, Хорватия, Черногория, Кипр, Мальдивы, Индонезия, Индия, Куба, Доминиканская Республика и др.);

б) внутренний туризм (Россия, Санкт-Петербург, Алтайские горы, Горная Шория и др.);

в) бронирование авиабилетов;

г) организация активных и экскурсионных туров;

д) организация индивидуальных туров;

е) корпоративные услуги;

ж) страхование от укуса клеща;

з) детский туризм;

и) помощь в получении виз.

Туристическое Агентство "Алтайтурсервис»

Пер. Мартьянова, 49, Бийск, Алтайский край

Туристическая компания Алтайтурсервис работает в сфере туризма с 2002 года. Из ряда туристических агентств Бийск - Алтайтурсервис достаточно зрелый и уже зарекомендовал себя как добросовестный, надежный партнер, хороший компаньон и постоянно развивающаяся компания с достаточно мощным потенциалом и неукротимой энергией в лице своего директора Одиноких Анастасии Владимировны. Туристическое агентство Алтай Тур Сервис установило тесные и дружеские отношения со многими туристическими агентствами Алтая, Сибири, Центральной России, туристическими агентствами и туристическими комплексами Республики Алтай и, конечно же, с коренными жителями разных уголков Горного Алтая. Компания предлагает следующие виды активного отдыха-туры по горам

Алтая: конные туры, конно-водные, комбинированные, авто-туры, горные, эко-туры в различные районы Горного Алтая. Туристическое агентство организует противокашлевые мероприятия: отдых на Алтае, отдых на турбазах Алтая и санаториях, Белокурихе, отдых и размещение в гостиницах и пансионатах Горного Алтая, отдых и развлечения в туристско-рекреационной зоне "Бирюзовая Катунь", отдых и лечение в Белокурихе, санатории Белокуриха, экскурсии по Алтайским горам, экскурсии на катере по Телецкому озеру. В настоящее время на Алтае насчитывается несколько сотен различных туристических баз, туристических комплексов, кемпингов, гостиниц и курортов. Опытные менеджеры турфирмы Алтай Тур Сервис подберут наиболее подходящий, понравившийся вам, туристический объект или активный тур по Алтаю.

Туристическое агентство «Баунти-Трэвел»

Г. Бийск. ул. Красноармейская, 79

ООО "баунти-трэвел" - это профессиональная команда, с большим опытом работы в сфере туризма. Компания предлагает своим клиентам путешествия в самые интересные уголки планеты. В сферу деятельности входят: пляжный отдых в экзотических странах, экскурсионные туры, активный отдых, оздоровление и отдых, событийный туризм и другие виды туризма. Реализует как групповые, так и индивидуальные туры от лучших российских и зарубежных туроператоров, постоянно расширяя географию предложений, тем более что "баунти-Т Равель" - офис прямых продаж PegasTouristik.

Туристская компания "Беловодье-тур".

659300, Алтайский край, Бийск, Коммунарский переулок, 14

Сочетание комфортного отдыха с возможностью посещения самых живописных экскурсионных объектов в отдаленных и труднодоступных уголках Горного Алтая с максимальной охраной и использованием разнообразных транспортных средств (автобусов, лошадей, велосипедов, катамаранов, катеров, квадроциклов, квадроциклов и др.).

Обязательное знакомство с самобытной культурой коренного населения Алтая, его духовным миром и историей Алтая. Это посещение интересных музеев алтайской культуры, музеев старообрядчества, краеведения и др. Идет встреча с различными народными коллективами и с лучшими мастерами фантастического горлового пения и игры на самом древнем в мире магазине музыкальных инструментов. Эти встречи с шаманом-хранителем, кто владеет "Судур" - мифическое заветные буквы и может рассказать не только о далеком прошлом, но и заглянуть в ваше будущее...

Обязательно наличие оздоровительных процедур, где с помощью целебного горного климата и живительных даров Алтая можно значительно поправить свое здоровье. Ведь Алтай - одно из немногих мест на земле, где так много лекарственных растений, в том числе эндемичных, где есть уникальные нетронутые кедровые леса, а также такое животное, как Марал - замечательный дар молодости и здоровья от благословенной целебной земли Алтая.

Возможность объединения нескольких различных туров (активный, деловой, оздоровительный, экскурсионный) во время одной поездки.

Тип деятельности:

- 1) туроператор (внутренний и въездной туризм).
- 2) туристическое агентство (внутренний и выездной туризм).

Управление прямых продаж туристических путевок.

Основные направления работы:

- 1) комбинированные активные туры по Горному Алтаю.
- 2) Отдых плюс экскурсии на базы отдыха в горах Алтая.
- 3) лечебные программы в горах Алтая и на курорте Белокуриха.
- 4) маршруты выходного дня 1-3 дня. (Горный Алтай, Белокуриха, Новосибирск, Новокузнецк).
- 5) организация корпоративного отдыха в горах Алтая.
- 6) Отдых и лечение на популярных российских и зарубежных курортах.

- 7) детский и юношеский отдых в горах Алтая.
- 8) индивидуальные туры по всему миру.
- 9) организация охотничьих и рыболовных туров в Горном Алтае, в России и за рубежом.
- 10) доставка транспортом легковым транспортом (1-50 человек.)

3.2.4. Рынок контрагентов туроператоров и турагентов

Гостиница " Центральная»

Улица Ленина, 256, Бийск, Алтайский край

Лучшая гостиница в городе, расположенная в центре. Отель располагает большим разнообразием номеров, от эконом класса до апартаментов и рассчитан на разнообразные потребительские способности клиентов [23].

Номерной фонд:

- 1) Квартира-2-х местный номер 56 кв. м. с кухонной зоной, стоимость номера-6000руб.
 - 2) 1-м улучшенный номер, стоимость номера-1700
 - 3) 1 Люкс высшей категории, стоимость - 3000руб.
 - 4) 1 местный 1 категория, стоимость - 1300руб.
 - 5) 2-местный номер первой категории, стоимость номера-2000руб.
 - 6) апартаменты 2-местные, 42 кв. м., Стоимость номера-4600руб.
 - 7) проживание от 2-х до 4-х местный тариф-600руб место
- В стоимость номера входит завтрак в ресторане (шведский стол).

А также есть очень хорошая инфраструктура, все номера с удобствами (душ, туалет), в номерах большие ванные комнаты оснащены феном и биде. Все люксы оснащены кондиционером, а улучшенные номера-электрическим чайником и холодильником. Каждый номер оснащен телефоном и телевизором. Для удобства наших клиентов есть два лифта. На каждом этаже установлены кулеры с природной родниковой водой "Горный Алтай".

Гостиница "Центральная" имеет многолетний опыт работы с туристами, бизнесменами, представителями корпоративных компаний.

Гостиница "Гвоздика»

Бийск, 9 января площадь, 3

Гостиница "Гвоздика" - бюджетная гостиница в Бийске, тихая и уютная мини-гостиница. Расположена в престижном и оживленном районе Бийска, из которого можно легко добраться в любую точку нашего небольшого города.

Большинство гостиниц Бийска имеют небольшое количество номеров. Но не каждый отель в городе является настоящим мини-отелем.

Среди гостиницы Бийска гостиница выгодно отличается довольно низкой цене, в сочетании с отличным качеством обслуживания, индивидуальным подходом к каждому клиенту, гостю нашей гостиницы.

Именно поэтому гостиница "Гвоздика" вполне может претендовать на звание лучшей гостиницы города Бийска, это мини-отель.

Отель предлагает 16 комфортабельных одноместных и двухместных номеров, теплые интерьеры которых надежно уберегут вас от городского шума и суеты. Все номера оснащены цветным телевизором с выходом на спутниковые каналы, телефоном с междугородней связью, современным душем, холодильником.

Звуконепроницаемые окна не позволят шуму улицы нарушить уют мини-отеля и дадут возможность отдохнуть от городской суеты, а современные ортопедические матрасы сделают сон легким и приятным.

В кафе-баре мини-отеля всегда есть широкий ассортимент изысканных блюд и напитков, что дает возможность провести достойную корпоративную вечеринку, деловой фуршет или просто посидеть и отдохнуть с чашечкой кофе и рюмочкой хорошего коньяка, послушать приятную музыку

Во дворе гостиницы есть охраняемая автостоянка.

Наш дружелюбный персонал сделает все, чтобы вы чувствовали себя комфортно.

В непосредственной близости от отеля находятся кафе и рестораны, супермаркеты, городской Дворец культуры, кинотеатр.

В гостинице "Гвоздика" можно заказать такси или трансфер до Горного Алтая, Новосибирска, курорта "Белокуриха" и любых турбаз, домов отдыха, здравниц, санаториев на Горном Алтае.

Санаторий "Сибирское Здоровье»

Бийск, Ул. Петрова, 37

Санаторий-профилакторий "Сибирское здоровье", расположен в городе Бийске Алтайского края. Санаторий был создан для лечения и профилактики различных заболеваний, профиль - общетерапевтический. Спектр показаний для лечения в "Сибирском здоровье" достаточно широк, а лечебно-диагностическая база оснащена современным оборудованием. В санатории разработаны специальные лечебно-оздоровительные программы для различных групп населения.

3.3. Перспективы развития и организации туристского рынка Бийска

3.3.1. PEST - Анализ города Бийска

Для всестороннего исследования и проектирования туристского продукта города Бийска мы использовали такой маркетинговый инструмент как PEST-анализ. Он призван выявить политические (политические), экономические (экономические), экологические, социальные (общественные) и технологические (технологические) аспекты внешней среды, которые могут повлиять на стратегию развития региона. Целью исследования является выявление тенденций в технологическом развитии, которые зачастую являются причинами изменений и потерь рынка, а также появления новых продуктов [9, 10, 12, 13].

PEST-анализ Бийска приведен в таблице 2.

Таблица 2

PEST-анализ города Бийска

1	2
1. Политически нестабильный регион.	-
2. Отсутствие сильного авторитетного лидера.	-
3. Продуманная национальная политика, направленная на формирование максимально выгодных условий для привлечения инвестиций	+
4. Наличие широкого диапазона международных и внутригосударственных связей	+
5. Постановление администрации края от 12 марта 2009 г. № 88 «Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009-2012 годы»	+
Экономические факторы	
1. Зрелая диверсифицированная экономика	-
2. Стоимость минимального набора основных продуктов питания в Бийске остается значительно ниже средней как по России, так и по сибирскому федеральному округу	+
3. Национальная валюта - рубль, частично конвертируемая. 1 Евро примерно равен 37,5 рублям, 1 доллар США - 30,5 рублям.	+
4. Наличие больших запасов минеральных и биологических ресурсов. Имеются уникальные ресурсы (огромная группа лекарственных растений, минеральные лечебные воды и грязи, биоресурсы) для развития индустрии услуг и товаров, связанных с оздоровлением, лечением, питанием, косметологией и т.п.	+
5. На территории Бийска находится большой запас питьевой воды	+
Социальные факторы	
1. Численность населения - 209 951 человек.	-
2. Наблюдается динамика превышения денежных доходов над расходами населения	+
3. Структура использования денежных доходов: 1 место - покупка товаров, 2 - оплата услуг, 3 - оплата обязательных платежей и взносов, 4 - сбережения, 5 - покупка валюты. Наблюдается прирост денег на руках у населения	+
4. Положительный имидж Бийска улучшается из года в год	-
5. Наблюдается бурный рост национального (этнического) самосознания, конструирование этнической истории, возрождение традиционных религиозных культов и практик, активизация деятельности общественных организаций	+
6. Пониженный уровень экономической активности населения относительно среднероссийского. Это связано с высокой долей сельского населения, часть которого выживает за счет занятости в нетоварном личном подсобном хозяйстве и не считается активной	+
7. Неразвитость инфраструктуры и низкий уровень жизни в регионе	-

8. По уровню зарплаты и числу безработных показатели в Бийске хуже, чем в соседних регионах	-
9. Наблюдается миграционный отток наиболее активно настроенной и квалифицированной части населения	+
Технологические факторы	Влияние (+/-)
1. Строительство «бизнес-инкубатора» инновационного типа в г. Бийске, центра высокотехнологичной медицинской помощи в г. Барнауле (медицинского кластера), оснащение Центра коллективного пользования в г. Бийске научным оборудованием	+
2. Отсутствие взаимосвязи научно-исследовательских организаций с конкретными промышленными предприятиями, опыта коммерциализации высоких технологий	+
3. Развитая система связи, ёмкость телефонной сети - 77 тыс. номеров	+
4. Удаленность Бийска от западных и восточных границ Российской Федерации, что сказывается на высоких транспортных тарифах	+
5. Реконструкция федеральной трассы М52 «Чуйский тракт» в дорогу первой категории, строительство объездной дороги вокруг Бийска и реконструкция 55-километрового участка от Бийска до границы с Республикой Алтай	+

3.3.2. SWOT-Анализ Бийска

Для того, чтобы изучить пути организации туристической деятельности города Бийска, мы использовали SWOT-анализ, который заключается в разделении факторов и явлений на четыре категории: сильные (Strengths), слабые (слабости), возможности (возможности) и угрозы (угрозы) [6, 10, 12].

Это простой в использовании инструмент для быстрой оценки стратегического положения региона. SWOT-анализ подчеркивает, что Стратегией развития объекта исследования должно быть наилучшее сочетание внутренних возможностей территории (ее сильных и слабых сторон) и внешней ситуации (частично отраженной в возможностях и угрозах) [15]. SWOT- анализ Бийска представлен в таблице 3.

На основании проведенного SWOT-анализа, можно сделать вывод, что Алтайский край является одним из наиболее перспективных регионов Российской Федерации с точки зрения туризма. Он обладает широким спектром уникальных преимуществ: особым природным, экологическим, ресурсным, историко-культурным потенциалом. Однако администрация

региона следует четко осознавать возможные угрозы развитию туризма и установить пределы и условия его развития.

Таблица 3

SWOT-анализ Бийска

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Уникальный природный, экологический и ресурсный потенциал .	1. Ярко выраженная сезонность
2. Уникальное культурно-историческое наследие	2. Низкая квалификация персонала
3. Наличие накопленного инфраструктурного потенциала	3. Медленное развитие инфраструктуры
4. Позитивные ассоциативные представления о Бийске	4. Отсутствие единых стандартов обслуживания
5. Растущий из года в год поток туристов (в том числе наличие внутреннего спроса)	5. Высокие экологические нагрузки в некоторых районах
6. Хорошая транспортная доступность	6. Низкий уровень жизни населения
7. Продуктивная маркетинговая стратегия города	7. Миграционный отток наиболее активно настроенной и квалифицированной части населения
8. Наличие широкого диапазона международных и внутригосударственных связей	8. Дороговизна размещения и сервиса при их общем невысоком уровне
9. Имена и фигуры культурно-исторического значения общероссийского и международного масштаба, связанные с Бийском	9. Высокие транспортные тарифы организации досуга на территории особо охраняемых природных территорий [8]
10. Уникальное разнообразие флоры и фауны [31]	
Возможности	Угрозы
1. Внедрение стандартов туристского обслуживания	1. Продолжение спада численности населения
2. Создание благоприятных институциональных условий развития предпринимательской инициативы в индустрии туризма	2. Недостаток квалифицированных кадров
3. Рост интереса мировых и российских гостиничных сетей	3. Экологические проблемы,
4. Повышение уровня жизни населения, увеличение платежеспособного спроса	4. Угроза существования объектов культурного наследия из-за бурного роста объемов строительства на объектах туристической инфраструктуры без проведения охранных мероприятий
5. Развитие сотрудничества с другими регионами РФ	5. Стремительное истощение ресурсов [18]
6. Формирование системы музеев-заповедников [16]	6. Большое количество сильных конкурентов: Кемеровская область, Республика Алтай и Хакасия, регионы Байкала [16]

Для развития туристического кластера в городе необходимо:

- 1) построение рынка контрагентов. Акцент должен быть сделан на отели 40-60 мест.
- 2) строительство гостиниц в заречной части, лесопарковой зоне. Так как природа будет привлекать туристов.
- 3) для развития средств размещения выбрать более выгодные места с комфортом.
- 4) восстановить существующие памятники.

Заключение

Мировой опыт развития туризма показывает, что эта отрасль входит в число приоритетов всех развитых стран мира. Туризм также занимает все более прочные позиции в развивающихся странах. Однако в России туристический сектор является существенным недоиспользуемым национальным ресурсом, который должен стать не только прибыльным, но и существенным источником дохода для российской экономики. К сожалению, даже такие города, как Санкт-Петербург, Москва, Сочи и другие, не получают должного внимания со стороны властей и не занимают должного места в мировой туристической индустрии. Цель политики развития туризма в Бийске на ближайшие годы является формирование современного конкурентоспособного туристского комплекса, который удовлетворяет потребности как российских, так и иностранных граждан в туристских услугах, а также создание условий для устойчивого развития туризма в России.

Алтайский край - один из самых привлекательных для туристов районов, где находятся пять объектов всемирного наследия. Природные ландшафты Республики (каменно-лишайниковые пустыни и непроходимая тайга, альпийские луга и Царство тающих ледников и снега), уникальные объекты и памятники культурно-исторического наследия дополняют привлекательность региона.

Количество туристических предприятий в городе Бийске постоянно растет.

Современное состояние туристической отрасли в Бийске требует не только включения в региональный, федеральный и мировой туристские рынки, что требует материальных, трудовых и финансовых ресурсов, Бийск должен иметь четкое понимание принципов бизнес-стратегии.

Местные власти сегодня не имеют достаточных материально-технических ресурсов и практических механизмов управления экономическими и социальными процессами. Это в полной мере относится и

к сфере туризма на Алтае, успешное развитие которой возможно только на основе применения соответствующих принципов, методов и форм управления.

Важной особенностью современного этапа развития туризма и изменения его организационных форм является проникновение в туристический бизнес транспортных, торговых, промышленных банковских, страховых и других компаний. Интенсивное развитие международных туристских связей повлекло создание многочисленных международных организаций, содействие лучшей организации этой сферы международных экономических отношений.

По мнению экспертов, как среди российских, так и иностранных туристов, популярность активного отдыха растет. Однако подавляющее большинство современных "активистов" согласны только на комфортный отдых. Ввод в эксплуатацию туристических баз и объединение этих баз в один общий проект "Золотого кольца Алтая" с возможностями туристического, рекреационного, развлекательного и др. сервис и большие возможности для общения, делают этот проект привлекательным для туристов.

Возможности каждой турбазы по экскурсионной программе обычно ограничены 2-5 днями. По этой причине, подавляющее большинство туристов из Сибирского региона. Даже на самой хорошей базе нет причин ехать издалека (если только туризм, отдых, а не лечение). В системе баз "кольца" туристы увидят весь Горный Алтай!

Развитие "колец" в Республике Алтай - едва ли не единственный путь проникновения туристов в отдаленные, но еще более привлекательные для туристов районы республики, туристический потенциал которых еще предстоит освоить.

Предлагаемый проект, при должном его развитии, позволит значительно увеличить посещаемость туристами из центральной части России и из-за рубежа Республики Алтай и увеличит туристское развитие

отдаленных районов республики на порядок. Значительно увеличится общая туристическая посещаемость Алтайских гор.

Всего в Бийске более 200 памятников истории и архитектуры находятся под охраной государства. Купцы в современном наукограде жили больше, чем в областной столице. Но, к сожалению, это богатое наследие находится в плачевном состоянии [Приложение 4]. Все виды программ развития туризма (Золотое кольцо Алтая и др.) объявлены и в нашем городе поражения, памятники культуры и исторические дома в старой части в ужасном состоянии, нет дорог, подъездов к ним. Многие такие памятники и дома требуют тщательной реставрации. Предлагаемый проект, при должном его развитии, позволит значительно увеличить посещаемость туристами из центральной части России и из-за рубежа Республики Алтай и увеличит туристское развитие отдаленных районов республики на порядок. Значительно увеличится общая туристическая посещаемость Алтайских гор.

**Библиографический список
(список информационных источников)**

1. Алтай. Туризм. Отдых. Здоровье [Текст] / Под ред. С.А. Сергеева. - М.: Принтал, 2002. - 212 с.
2. Алтай: экология и природопользование: материалы 15 российско-монгольской научной конференции молодых ученых и студентов - Бийск НИЦ БПГУ им. В.М. Шукшина. 2016. - 242 с.
3. *Арефьев, В.Е.* Туризм на Алтае: предпосылки развития и проблемы полезности [Текст]: учебник / В.Е.Арефьев, А.В. Чудов - Барнаул, 2004. – 128 с.
4. Горные экосистемы Южной Сибири: изучение, охрана и рациональное природопользование. Материалы Международной научно - практической конференции / Труды ГПЗ «Тигирекский». - М.: «Алтайские страницы», 2012. - 380 с.
5. *Дурович, А.П.* Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А.П.Дурович, под общей ред. З.М. Горбылёвой. - М.: «Экономпресс». - 2014 - 400 с.
6. *Дроздов, А.В.* Основы экологического туризма [Текст]: учебное пособие / А.В. Дроздов. - М.: Гардарики, 2015. - 271 с.
7. *Зорин, И.В.* Туризм как вид деятельности [Текст]: учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Кварталинов. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 288 с.
8. *Зорин, И.В.* Энциклопедия туризма [Текст]: справочник /И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2004. -190 с.
9. *Ильина, Е.Н.* Туроперейтинг: организация деятельности [Текст]: учебник / Е.Н. Ильина. - М: Финансы и статистика, 2011 - 256 с.
10. *Квартальнов, В.А.* Теория и практика туризма [Текст]: учебник / В.А.Кварталов. - М: Финансы и статистика, 2013. - 672 с.
11. *Квартальнов, В.А.* Туризм [Текст]: учебник / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2003 - 320 с.

12. *Косолапов, А.Б.* Теория и практика экологического туризма [Текст]: учебное пособие / А.Б. Косолапов. - М.: КНОРУС, 2005.-240 с.
13. *Лузгин, Б.И.* Экологические факторы туризма и природоохранных объектов охраны на Алтае. V Международная конференция [Текст]: сборник статей / Б.И. Лузгин. - Барнаул, 2004. - 200 с.
14. *Лукьянова, Л. Г.* Рекреационные комплексы [Текст]: учебное пособие / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбух. - М.: Высшая школа, 2004. - 346 с.
15. *Папирян, Г.А.* Экономика туризма [Текст]: учебник / Г.А. Папирян. - М.: Статистика, 2002. – 209 с.
16. *Природа - Культура - Туризм* [Текст]: дайджест / Сост.: М.В. Смирнова, Н.В. Лаптева; АГИИК. Научно - информационный центр по культуре и искусству; Кафедра культурологии. - Барнаул: изд-во АГИИК, 2004.- 281 с.
17. *Петрищева, Г. С.* Бийскоеведение. Природа и человек [Текст]: учебное пособие для общеобразовательных учреждений / Г.С. Петрищева, Е.А. Дзагоева, Н.А. Цехановская. – Бийск: Издательский Дом «Барнаул», 2009. - 236 с.
18. *Романов, А.Н.* Маркетинг в туризме [Текст]: учебник / А.Н. Романов, С.А. Красильников; под ред. А.Н. Романова. - М., 2003. - 324 с.
19. *Романов, А.Н.* Маркетинг [Текст]: учебник / А.Н. Романов, С.А. Красильников. - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005. - 560 с.
20. *Седова, Н.А.* Культурно-просветительный туризм [Текст]: Учебное пособие / Н.А. Седова. - М.: ЮНИТИ, 2004. - 158 с.
21. *Скубневский, В.А.* История Алтайского края. Барнаул [Текст]: учебное пособие / В.А. Скубневский; АлтГУ. - Барнаул: изд-во АлтГУ, 2004. - 198 с.
22. *Сутягин, А.В.* Новые правила оказания туристических услуг [Текст]: учебное пособие / А. В. Сутягин, И. А. Феоктистов. - М.: ГроссМедиа, 2008. - 33 с.
23. *Соболева, Е.А.* Статистика туризма [Текст]: учебное пособие / Е.А.

Соболева. - М: Финансы и статистика, 2004. - 160 с.

24. *Сергеева, Т.К.* Экологический туризм [Текст]: учебник / Т.К. Сергеева. - М.: Финансы и статистика, 2004.- 360 с.

25. Состояние, проблемы и перспективы развития туризма на Алтае. Экологическая безопасность, как фактор инвестиционной привлекательности территории. Материалы региональной научно-практической конференции. - Алтайский район 8 апреля 2005. - Барнаул, 2005, - 109 с.

26. Трансграничное сотрудничество стран Алтайского региона: состояние перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции, 16-19 августа 2004 г. / ВКГТУ. - Усть-Каменогорск, Издательство ВКГТУ, 2004. - 126 с.

27. *Тарасенок, А.* Виды экологического туризма [Текст]: учебное пособие/ А. Тарасенок. - М.: Туризм и отдых, 2000. – 21 с.

28. Туризм в Алтайском крае [Текст] // Отдых в России. 2004. - № 4.

29. Физико-географическая характеристика окрестностей г. Бийска / Сост.: С.В. Попов. – Бийск, 2007. – 22 с.

30. *Храбовченко, В.В.* Экологический туризм [Текст]: учебно-методическое пособие / В.В. Храбовченко. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 208 с.

31. *Яговец, В.С.* Основы рационального природопользования при организации туристской деятельности. Экология и туризм [Текст]: учебная лекция по курсу «География туризма» / В.С. Яговец; АлтГАКИ. - Барнаул: изд-во АлтГАКИ, 2005. - 21с.

32. *Яковлев, Г.А.* Экономика и Статистика туризма [Текст]: учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: Издательство РДЛ, 2002. - 240 с.

33. Официальный сайт администрации Алтайского края [Электронный ресурс]. Режим доступа [http://www.altairegion22.ru /info/tour/](http://www.altairegion22.ru/info/tour/).

ПРИЛОЖЕНИЕ



Бийский городской Драматический театр



Чета бийских купцов Алексея Федоровича и Елены Григорьевны Морозовых.



Пассаж Второва-Фирсова (Фотография сделана перед пожаром (6 декабря 2007 год), весной 2006 года).



Успенский собор.