

Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство образования Омской области
Омский государственный институт сервиса

Современное состояние и потенциал развития туризма в России

Материалы научно-практической конференции

Под общей редакцией Д. П. Маевского

Омск
ОГИС
2013

УДК 338.48:796
ББК 65.43:75.81(2 Рос)
С 56

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В РОССИИ : материалы международной научно-практической конференции / под общей редакцией ректора ОГИС, канд. эконом. наук, доцента Д. П. Маевского. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2013. – 246 с.

ISBN 978-5-93252-306-3

В сборнике опубликованы статьи, представленные на международной научно-практической конференции, в которой участвовали специалисты в сфере туризма, магистранты, аспиранты, преподаватели высших учебных заведений РФ и стран Зарубежья.

На конференции обсуждались актуальные проблемы российского туристского рынка, ресурсных потенциалов повышения качества туристских и гостиничных услуг, возможностей позиционирования и продвижения российских туристских продуктов на международном рынке, обмен опытом в области развития внутреннего и въездного туризма.

Статьи представляют интерес для преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений, сотрудников, руководителей туристских и гостиничных фирм, а также всех интересующихся проблемами туристской и гостиничной индустрии.

В сборник включены материалы 6 секций:

1. Пленарное заседание: «Инновационные модели развития персонала для предприятий туристской и гостиничной индустрии»;
2. «Экскурсионная и музейная деятельность»;
3. «Организационно-правовые и экономические аспекты развития туристской и гостиничной индустрии»;
4. «Современные технологии обслуживания в сфере туризма и гостеприимства»;
5. «Вопросы обеспечения качества и безопасности туристских и гостиничных услуг»;
6. «Проблемы и перспективы развития экотуризма в России и сопредельных территорий».

УДК 338.48:796
ББК 65.43:75.81(2 Рос)

Редакционная коллегия:

Маевский Д.П. – канд. эконом. наук, доцент, ректор ОГИС

Синявец Т.Д. – д-р эконом. наук, доцент, проректор по научной и инновационной деятельности, ОГИС

Мезенцева О.В. – д-р геогр. наук, профессор, зав. кафедрой туризма, ОГИС

Смагулов Б.К. – канд. ист. наук, доцент кафедры туризма, ОГИС

Пасько О.В. – д-р техн. наук, профессор кафедры гостиничного дела, ОГИС

Кулагина Е.В. – канд. пед. наук, зав. кафедрой гостиничного дела, ОГИС

Антонина Л.В. – канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой стандартизации, сертификации и экспертизы качества, ОГИС

Тюменцева Е.Ю. – канд. пед. наук, доцент кафедры прикладной информатики и математики, ОГИС

ISBN 978-5-93252-306-3

© Омский государственный
институт сервиса, 2013

УДК 338.24

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРЬЕРА ХОЛЛА В СРЕДЕ MS OFFICE

Д. П. ДЕНИСОВ

Омский государственный институт сервиса

Дизайн интерьера служебных помещений и холлов выполняется в различных приложениях, поддерживающих 2-х и 3-мерную графику. Как правило, специализированные программные продукты для выполнения чертежей и обработки фотоснимков имеют достаточно высокую стоимость.

Поскольку графика обычно дополняется экономическими расчетами, в качестве инструментария актуально применять многофункциональные средства, поддерживающие графические построения и средства обработки фотографий, в том объеме, в котором их требует учебный пример.

Приложения MS Office обладают унифицированным интерфейсом, едиными средствами программирования, совместимостью по данным при обработке текста, списков и массивов [1, 3], а также предоставляют возможность выполнять чертежи с весьма завидной точностью – 0,1 мм. Бесплатный аналог MS Office – OpenOffice.org 3 поддерживает тексты, электронные таблицы, презентации, графику, базы данных и сохранение информации в международном формате ODF.

Пакет MS Office эффективно совмещает прикладные программы для решения коммерческих задач, включая применение новейших издательских и Web-технологий (Microsoft Publisher, Microsoft FrontPage). Учащиеся имеют возможность развивать и дополнять проекты маркетинговыми исследованиями, создавать бизнес-публикации на профессиональном уровне. Освоив элементарные приемы и построения в среде MS Office, рекомендуется развивать и оттачивать графику в специализированных программах.

В частности, среди 2D-приложений – аналогов Adobe Photoshop следует отметить

Ulead PhotoImpact (flash-анимация, шаблоны для сайтов, средства создания 3D-изображений – более чем 40 форматов); а также GIMP – свободно распространяемый продукт, обрабатывает растровые изображения.

Для проектирования архитектурно-строительных конструкций, элементов ландшафта, мебели в рамках концепции виртуального здания применяется программный пакет ArchiCAD. В качестве бесплатного 3D-аналога можно использовать Autodesk 3ds Max (студенческая версия); Blender – моделирование, анимация, постобработка видео, интерактивные игры. Autodesk 3ds Max, Blender – сложные программы, требующие дополнительного времени для освоения.

Предлагаемый проект (выполняется в среде MS Office) раскрывает основные процедуры по конфигурированию рабочего пространства гостиничного холла, размер 800 Ч 450 см. Проектирование помещений начинаем с выбора мебели и оборудования: для эффективной эксплуатации холла необходимо приобрести диван (рис. 1), а также столы и кресла (табл. 1). В задании оговаривается максимальный размер финансирования, согласно которому требуется обставить холл в удобном для персонала и посетителей виде (рис. 2, табл. 2).

Работа начинается с определения размеров помещения, габаритов комплекта, масштаба построения. Характеристики набора сохраняются в приложении к проекту (рис. 1).



Стиль	<i>Модерн</i>
Длина	2150
Ширина	1020
Высота	800

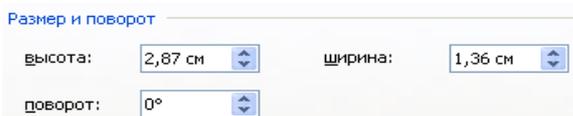
Рис. 1. Внешний вид и характеристики дивана “Глобус”.

MS Office минимизирует кропотливые операции по масштабированию и построению чертежей. Графические построения и экономические расчеты целесообразно размещать на отдельных листах, используя связь ячеек [2]. Объекты создаем с помощью набора “Основные фигуры”, а также функции “Группировать”. Корректировка размеров осуществляется в закладке “Размер и поворот”.

Таблица 1
Габаритные размеры оборудования и элементов интерьера

Виды оборудования	Натуральные размеры, см			В масштабе 1:75, см		
	Длина	Ширина	Высота	Длина	Ширина	Высота
Ввести имя	Ввести данные			Ввести формулу		
1. Диван "Глобус"	215,00	102,00	80,00	2,87	1,36	1,07
2. Кресло "Jula"	64,00	55,00	99,00	0,85	0,73	1,32
3. Стол "Модерн"	80,00	43,00	75,00	1,07	0,57	1,00
4. Пуф "Round"	45,00	45,00	45,00	0,60	0,60	0,60
и т.д.						

Для точного позиционирования объектов следует активировать закладку "Положение", установив начало отсчета (по вертикали и горизонтали) от края страницы, при необходимости – настроить сетку.



При размещении объектов учитываются требования техники безопасности, а также санитарные нормы.

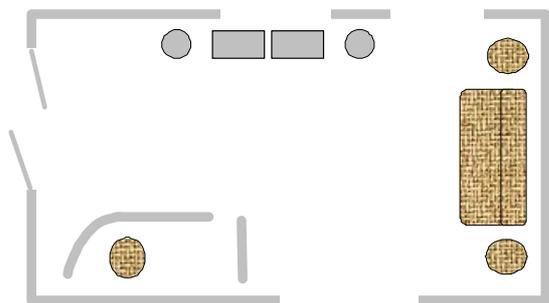


Рис. 2 Схема расположения мебели в холле, масштаб 1 : 75

Таблица 2
Расчет стоимости оборудования холла

Виды оборудования	Цена	Количество	Стоимость
Диван "Глобус"	25000	1	25000,00
Кресло "Jula"	12200	3	36600,00
Стол "Модерн"	10000	2	20000,00
Пуф "Round"	3400	2	6800,00
Итого:			88400,00

Отметим, что проект (дизайн, компоновка) корректируется на стадии предварительной защиты – это позволяет в наиболее полной мере использовать возможности компьютеризации. Задача преподавателя в этой связи – найти точку обзора, позволяющую рассмат-

ривать проект в единстве эстетического и производственного содержания, а также определить ключевые пути и средства его улучше-

ния и возможные перспективы практического использования.

Рекомендуемая методика и инструментарий проектирования служебных помещений в среде

MS Office могут быть полезны в различных сферах применения деловой графики.

1. Карлберг, К. Бизнес-анализ с использованием Excel. Решение практических бизнес-задач: практическое пособие // 4-е изд., «ВИЛЬЯМС», 2012. – 576 с.
2. Денисов, Д. П. Рациональная организация расчетно-прикладных заданий в электронных таблицах MS EXCEL / Д.П. Денисов // Проблемы содержания и качества учебного процесса в высшей школе : сб. науч. ст. / Омский гуманитарный институт ; под ред.: А. Э. Еремеева, Г. В. Косякова. – Омск , 2005. – С. 54–60.
3. Стоцкий, Ю. Office 2010 : самоучитель // Стоцкий, Ю., Васильев, А., Телина, И.. — СПб. : Питер, 2011. — 432 с.

Аннотация

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРЬЕРА ХОЛЛА В СРЕДЕ MS OFFICE

Д. П. ДЕНИСОВ

Омский государственный институт сервиса

Ключевые термины: гостиница, дизайн, интерьер

Рекомендован способ проектирования служебных помещений в среде MS Office, инструментарий и методика построений перспективны в различных сферах применения деловой графики.

DESIGNING THE INTERIOR OF THE BACK ROOM IN PROGRAM MICROSOFT OFFICE

D. P. DENISOV

Omskiy state institute of the service

The Key terms: hotel, design, interior

The Recommended way of the designing the back rooms in ambience MS Office, toolbox and methods of the buildings for business.

УДК 37.022

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И КОНСТРУКТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ВИРТУАЛЬНОЙ ГОСТИНИЦЫ

Д. П. ДЕНИСОВ

Омский государственный институт сервиса

Под виртуальным предприятием на практике обычно подразумевают сетевую структуру, объединяющую неоднородные компоненты посредством программных средств или их систем. В широком смысле термин означает некоторую “воздушную”, эфемерную конструкцию, связывающую несовместимые элементы в единое целое – так, как хотелось бы видеть в реальности. В узком смысле понимается конкретная, как правило, специализированная модель предприятия, способная удовлетворить потребности и запросы в определенной области.

Список возможностей и спектр услуг виртуальных предприятий достаточно широк – в Интернет-сети существует множество коммерческих предложений по созданию электронного представительства в любой точке, удаленной от заказчика или его хозяйственного или производственного потенциала. Виртуальное представительство такого типа гарантирует on-line диалог с клиентами в любых формах – прием корреспонденции, аудио- или видеосвязь – в тривиальном регламенте работы организации, там, где ее на самом деле нет.

Настоящее исследование раскрывает теоретические аспекты создания виртуального предприятия (гостиницы) в образовательных целях, а также формы и пропорции, обеспечивающие эффективное взаимодействие расчетной и информационной части системы в этой связи.

В плане обучения перспективы виртуальной гостиницы уникальны – создавая образ предприятия, мы гарантируем учащимся любые роли – менеджеров, производителей вир-

туальной продукции, покупателей, клиентов, и виртуально-реальный сервис в игровом варианте взаимодействия на уровне группы, факультета, вуза, в рамках межвузовских связей!

Раскрывая теоретические аспекты создания виртуальной гостиницы в образовательных целях следует выделить несколько позиций:

1. Виртуальный офис должен быть бесплатным, поскольку любая, даже символическая оплата затруднит решение задач.

2. Каким бы идеальным не было наше предприятие, образовательные цели и задачи отличаются от производственных, коммерческих – оптимальная модель обязательно предполагает реализацию принципов “знать” и “уметь”, и формирование соответствующих компетенций.

3. Структура воображаемой гостиницы предполагается простой, запоминающейся и открытой – даже в самых мелких деталях, чтобы обучаемые могли представить инструкторий и содержание любой работы, услуги.

4. Предусматривается самостоятельная работа учащихся по созданию и настройке новых элементов системы (принцип “открытой архитектуры”).

5. В конечном итоге мы всегда должны иметь возможность проверить результативность, “эксплуатационные качества”, и эффективность работы модели на практике.

Используя опыт разработки виртуальных структур и образов в учебных целях [1], полагаем, что наиболее простой и оптимальной формой виртуального предприятия в условиях класса является Web-страница: первоначально – для использования в автономном режиме, и на последующих стадиях – сетевом (рис. 1). В этой связи учебный вариант модели может быть легко модифицирован в сайт для дистанционных целей.

Так как существует и рождается множество предприятий, нуждающихся в разработке или модификации Web-страниц, любые исследования в этом направлении актуальны. Конструируя сайт воображаемого предприятия, фирмы или компании по заранее известному алгоритму, учащийся анализирует деятельность объекта достаточно глубоко и подробно [2; 3].

Обычно аудитория затрудняется ответить на вопрос – как выглядит предприятие, в котором бы они хотели работать после окончания учебного заведения в идеале, в то время как сайты ведущих производственных или сервисных структур известны. Это связано с тем, что рекламные порталы направлены, в основном, на извлечение выгоды из потенциального посетителя, в том числе получение его реквизитов.

Поскольку степень сходства между реальным предприятием и его сайтом (в учебных целях) не так существенна, мы можем позволить себе ряд ограничений и отступлений в архитектуре страницы. В этой связи потенциальный разработчик виртуального предприятия имеет уникальную возможность создать предприятие такое, какое желает видеть сам.

струирования, тем легче выбрать конкретный раздел для работы, последовательность действий, составить калькуляции и сметы.

Учащимся предлагается готовая страница с данными о гостинице либо ее элементы в зависимости от специализации, курса, навыков программирования.

В качестве инструментария используется программа-построитель сайта, или текстовой редактор операционной системы. Целесообразно использовать типовые операторы и теги HTML (FRAMESET, TABLE, BODY) и набор стилей. Шаблон предлагает вертикальное и горизонтальное меню; структура окон и ссылки настраиваются пользователем самостоятельно.

При работе с готовым шаблоном предполагается:

- настроить цвет и оформление фреймов, окантовку;
- изменить параметры таблиц;
- шрифт, цвет текста соответственно содержанию;
- разработать и добавить логотип фирмы и заставку основного окна.

Расчетные таблицы следует выполнить в программе MS Excel.

На первоначальном этапе рекомендуется ограничить список номенклатур (в пределах 10-ти), а также использовать справочную информацию сети – выбрать дизайн, мебель, характеристики оборудования, цены. Пользователю предоставляется стандартный набор алгоритмов и готовые таблицы, Рекомен-

дуется начать работу с выбора названия для виртуальной гостиницы, специализации, заполнить таблицы “Штат”, указав свою будущую должность, род деятельности и службу в конкретном подразделении отеля.

Технологические процессы любого предприятия имеют определенную направленность. Фрейм “Документация” заполняется в соответствии со стадиями разработки и внедре-

1. Контактная информация	2. Логотип, наименование			
	Виды услуг	Партнеры	Перспективы	Справка
3. Документация Специализация • Виды услуг • Бронирование Сметы и калькуляции • Номерной фонд • Прочие Управление • Штат • Службы Бизнес-проект • Инвестиции • Затраты • Окупаемость	<p>4. Основное окно При запуске в основном окне открывается заставка с видом отеля. При активации элемента меню содержание окна меняется выбранной ссылке Например, если мы активируем ссылку «Виды услуг», в основном окне откроется следующий тест:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Отель "Молодежный" предлагает обслуживание на высоком уровне: Широкий набор услуг предоставляется хорошо обученным персоналом. Центр города; ресторан, дорогая отделка комнат, домашний комфорт; возможность деловых встреч. Все виды связи; информационное обеспечение, в том числе обслуживание конференций; условия элитарные; бассейн, сауна, теннисный корт; игровой и спортивный инвентарь, выполняются различные пожелания клиентов; мини-бар и многое другое..</p>			

Рис. 1. Основные разделы и структура фрейма

Опыт показывает, что выполнение вычислительных процедур осознано, если оно структурировано и связано с реальными данными. Здесь важно уметь представить потребности виртуальных клиентов.

Чем полнее страница по охвату деятельности предприятия на начальной стадии кон-

ния проекта: материальное обеспечение, учет затрат, операционная деятельность, окупаемость, отчетность, анализ.

Виртуальная гостиница – удобный инструмент для построения аналитических отчетов в любом разрезе рекламной или коммерческой деятельности.

Сравнивая результаты построения фирмы с типовыми решениями в сети, делаем выводы о целесообразности принятия основной или альтернативной концепции продвижения гостиничного продукта.

Конструирование шаблона виртуальной гостиницы – эффективное, познавательное занятие, предполагающее получение практических навыков и знаний в сфере услуг в условиях аудиторной и самостоятельной подготовки.

1. Денисов, Д. П. Элементы и системы виртуальных образов как средство эффективного усвоения алгоритмических процедур. // Наука о человеке: гуманитарные исследования / Ред. А.Э. Еремеев. – Омск, Изд-во «ОГИ», 2008. – № 2. – С. 89–93.

2. Muntean Mihaela I. Knowledge Management Approaches in Portal-Based Collaborative Enterprises / Informatica Economica, 2009, Vol. 13, № 4, pp. 32–37.

3. Godwin-Jones Robert / EMERGING TECHNOLOGIES PERSONAL LEARNING ENVIRONMENTS / Language Learning & Technology. 2009, Vol. 13, № 2, pp. 3–9

Аннотация

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И КОНСТРУКТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ВИРТУАЛЬНОЙ ГОСТИНИЦЫ

Д. П. ДЕНИСОВ

Омский государственный институт сервиса

DIDACTIC POSSIBILITIES AND CONSTRUCTIVE ELEMENTS OF VIRTUAL HOTEL

D. P. DENISOV

Omskiy state institute of the service

Ключевые термины: гостиница, сайт, виртуальная реальность

Раскрыты основные принципы и инструментов проектирования виртуальной гостиницы в образовательных целях. Метод пред-

полагает получение навыков и знаний по автоматизации процессов в сфере услуг.

The Key terms: hotel, site, virtual reality

Cardinal principles and toolbox of the designing the virtual hotel in educational purposes. The Method provide the skill and knowledge's on automations of the processes in sphere of the services.

УДК 004.056

СОВРЕМЕННЫЕ СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

А. Н. СИЛАЕНКОВ

Омский государственный институт сервиса

Интернет – это глобальная компьютерная сеть, позволяющая пользователям всего мира обмениваться информацией и совместно пользоваться информационными ресурсами. Его роль в качестве общей всемирной сети передачи данных все более усиливается.

Широкое применение персональных компьютеров и глобальной сети Интернет в индустрии туризма обеспечивает формирование единого информационного туристского пространства, позволяющего работать на уровне современных международных стандартов и технологий в области туристского и гостиничного бизнеса.

Использование Интернет в процессе автоматизации работы гостиничных предприятий и туристских фирм позволило [1]:

- существенно снизить затраты туристских фирм и гостиничных предприятий на ведение переговоров, деловой переписки и др.;
- оперативно получать различные справочные данные, например, по туристским турам, тарифам, ценам, услугам в режиме реального времени, что способствует формированию качественного турпродукта;
- обеспечить доступ к глобальным системам бронирования и резервирования гостиничных номеров;

- создать новые маркетинговые каналы продвижения туристских услуг, в частности создание собственных сайтов туристских фирм и гостиничных предприятий, виртуальных туристских офисов, реализовать электронную коммерцию и др.

Применение сети Интернет в туристском бизнесе позволяет реализовать широкий спектр самых разнообразных услуг, в том числе поиск любой туристской информации по запросу пользователя, поиск новых партнеров, реклама, продвижение и продажа туристских продуктов и др.

В работе туристских фирм и гостиничных предприятий используются различные сервисы Интернет. Для оперативного обмена информацией используются электронная почта, IP-телефония, видеотелефония.

Можно дополнительно указать следующие функции сети Интернет в туристском бизнесе и индустрии гостеприимства [2]:

- Интернет-реклама туристского продукта;
- размещение информации в поисковых системах, на туристских Интернет-порталах;
- маркетинговые исследования;
- организация туристских конференций (форумов) на туристских сайтах;
- электронная презентация фирмы и ее туристского продукта на сайтах;
- организация электронных международных туристских выставок и ярмарок;
- использование систем бронирования и резервирования;
- формирование туристского тура самостоятельно;
- использование электронных каталогов туристских продуктов по странам и направлениям;
- получение расписания движения транспорта;
- получение информации о ценах и тарифах перевозчиков, ресторанов, отелей;
- использование Интернета для взаиморасчетов;
- продажа путевок через Интернет-магазины;
- страхование туристов через Интернет;

Инструментарием, позволяющим реализовать все выше перечисленные функции, является Интернет-технология – автоматизированная среда хранения, обработки,

получения, использования и передачи информации, реализуемая в сети Интернет.

Интернет-технология логически взаимосвязана пространством глобальных уникальных адресов, основанных на Интернет-протоколе (IP) или на последующих расширениях или приемниках IP; способна поддерживать коммуникации с использованием семейства протокола управления передачей/Интернет-протокола (TCP/ IP) или его последующих расширений/приемников и/или других IP-совместимых протоколов; обеспечивает, использует или делает доступной, на общественной или частной основе, высокоуровневые сервисы, надстроенные над инфраструктурой [2].

Интернет-технологии можно разделить на онлайнные и оффлайнные [3].

Онлайнные технологии (On line) – это средства коммуникации сообщений в сетевом информационном пространстве, обеспечивающие синхронный обмен информацией в реальном времени.

Онлайнные технологии включают интерактивные виды услуг в интернете:

- ISQ,
- Интернет-телефонию и др.

Оффлайнные технологии (Off line) – это средства электронной коммуникации сообщений в сетевом информационном пространстве, допускающие существенную асинхронность в обмене данными и сообщениями.

Оффлайнные технологии включают:

- списки рассылки,
- группы новостей,
- веб-форумы,
- электронную почту и т. д.

Сейчас в России получает распространение система бронирования мест размещения в гостиницах, отелях, кемпингах, турбазах и пр. через Интернет.

С точки зрения технологии клиент – сервер, резервирование организовано на трех типах серверов: на сервере туроператора, на сервере гостиницы (гостиничной цепи), на сервере центрального офиса системы резервирования.

Следует отметить, что Интернет в России еще недостаточно используется в электронной коммерции в сфере туризма и индустрии гостеприимства. Это связано, на наш взгляд, с тем, что существует множество угроз при

работе в сети Интернет. Решение этой проблемы видится в применении специальных протоколов при реализации электронной коммерции.

Наиболее распространенным протоколом, используемым при построении систем электронной коммерции, является SSL [4]. Широкое распространение SSL объясняется в первую очередь тем, что он является составной частью всех браузеров и Web-серверов. Другое достоинство SSL – простота протокола и высокая скорость реализации транзакции.

Использование этого протокола в системах электронной коммерции в индустрии туризма и гостеприимства позволит сделать электронную коммерцию в этих сферах бизнеса безопасной и оттого привлекательной для клиентов.

В заключение следует сказать, что широкое использование Интернет-технологий в сфере туристского бизнеса и индустрии гостеприимства позволит вывести предоставление услуг на более высокий, качественный уровень.

1. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник /Морозов М.А., Морозова Н.С. – М.: Изд. центр «Академия», 2006.

2. <http://gendocs.ru/v33563>

3. <http://wiki.vspu.ru/>

4. <http://ru.wikipedia.org/wiki/SSL>

УДК 65.432:32.81

ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ В ГОСТИНИЦЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

М. Б. ДЮЖЕВА, О. В. ЛУКИНА

*Омский государственный университет
путей сообщения*

Омский государственный институт сервиса

INTRODUCTION OF MODERN AUTOMATION SYSTEMS IN THE HOTEL AS A FACTOR TO IMPROVE CUSTOMER SERVICE

M. B. DYUZHEVA, O. V. LUKINA

*Omsk State University of Railways
Omsk State Institute of Service*

Аннотация: Современные системы автоматизации активно внедряются в сферу гостиничного бизнеса, и в настоящее время применение компьютерных технологий становится неотъемлемым условием успешной работы гостиницы. Для поддержания высокого качества обслуживания ведущая идея управления качеством в гостинице связывается с ориентацией на клиента, полным обеспечением его требований. Возрастающие с каждым днем потребности клиентов и ужесточение конкурентной борьбы требуют от отеля способности быстро реагировать на все колебания рыночной конъюнктуры. Стремительно развиваясь, информационные технологии совершенствуются, выполняют всё большее количество функций, всё шире охватываются и автоматизируются задачи, которые ставятся и выполняются в гостиничном предприятии, в том числе и задачи по обеспечению высокого качества обслуживания клиентов.

Abstract: Modern automation systems are being actively implemented in the hospitality industry, and now the use of computer technology

© М. Б. Дюжева, О. В. Лукина, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ИННОВАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Л. И. Рыженко, А. П. Сорокин ТУРИСТСКО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «СИБИРСКИЙ ТРАКТ»	5
О. В. Мезенцева ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА БАКАЛАВРОВ И МАГИСТРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ «ТУРИЗМ» И «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»	7
Н. В. Дитман ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА ПО ТУРИЗМУ В УСЛОВИЯХ САМООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9
Е. А. Сморгы ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РОССИИ	12
И. М. Сидорова РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ	15
Е. В. Сидорова ТЕХНОЛОГИЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ	17
С. А. Кациель, Н. А. Кациель ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	19

СЕКЦИЯ 2. ЭКСКУРСИОННАЯ И МУЗЕЙНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Е. В. Мельникова ОМСКИЙ МУЗЕЙ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ	22
Т. Г. Зиновьева РАЗВИТИЕ МУЗЕЙНО-ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ Г. РЫБИНСК)	24
Е. В. Федотова ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ Г. ОМСКА	26
Е. В. Ткаченко СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ КОЛОРИТА МЕСТНОСТИ	28
М. Р. Негматуллин АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ	29
К. А. Ращупкин ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ОМСКЕ	32
И. Ф. Самоловова, А. В. Портных ПОДГОТОВКА ЭКСКУРСОВОДОВ ДЛЯ ТУРИСТСКИХ ФИРМ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ	33
С. А. Есипова, М. Н. Андрусак АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ДЕЛА В СТОЛИЦЕ ЮГРЫ Г. ХАНТЫ-МАНСИЙСКЕ	37
Г. М. Патрушева ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	38

А. Ж. Усаев	
СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «КОНЦЕПЦИЯ САЙТА»	43
А. А. Никифорова, Г. А. Гумерова	
СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	44
А. М. Василенко	
РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В МОСКАЛЕНСКОМ РАЙОНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ	46
А. А. Симоненко	
АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ТУРИСТСКИХ ФИРМ ГОРОДА ОМСКА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ЧЕХИЯ	48
А. В. Портных	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РОССИИ	49

СЕКЦИЯ 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Louis Daniel Luca	
KEY WEST IS ONE OF POPULAR DESTINATIONS IN THE CARRIBEAN	54
А. А. Бессонова	
ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	56
Е. В. Сивакова	
ОПЫТ СОЗДАНИЯ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА В РОССИИ И В МИРЕ	57
М. С. Подласова	
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛЫХ ГОРОДОВ (ПОСЕЛЕНИЙ) КАК СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА	59
Д. В. Жолобова	
КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	60
И. А. Зданович	
ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ АКТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	62
Ю. Р. Солодовникова	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	64
Е. В. Грушевая	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛОВ «ТУРИСТСКИЙ» И «ТУРИСТИЧЕСКИЙ» В СФЕРЕ ТУРИЗМА	66
А. Е. Московко, И. Е. Карасёв	
ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ТУРИЗМА В ОМСКОМ РЕГИОНЕ	69
Е. В. Павлюк	
ВОСТРЕБОВАННОСТЬ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ТУРОВ В КЫРГЫЗСТАН СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА ОМСКА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ «ТРИ КИТА»)	71
Н. А. Седова	
ИМИДЖ ТЕРРИТОРИИ КАК ЗНАКОВАЯ СИСТЕМА	72
Б. К. Смагулов, И. Е. Карасёв, А. Ж. Усаев	
ПРАВОВЫЕ ОСНОВАНИЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКИХ САЙТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	75
И. Е. Карасёв, Б. К. Смагулов	
ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 100400.68 ТУРИЗМ	77

М. А. Фомина	
ЦЕЛЕВЫЕ ТУРЫ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ НЕДВИЖИМОСТИ ЗА РУБЕЖОМ	79
Б. К. Смагулов, И. Е. Карасёв, Дж. Караташ	
ТУРИСТСКИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИЕЙ И ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ	81
О. Н. Лучко, В. А. Маренко	
ПОСТРОЕНИЕ КОГНИТИВНОЙ МОДЕЛИ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ОМСКОГО РЕГИОНА	83
А. В. Кириченко	
АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА	85
А. Ю. Шоричева, И. Е. Карасёв	
НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОХОТНИЧЬЕГО ТУРИЗМА В ОМСКЕ	88
И. Т. Люлю, Л. Л. Чумакова	
ЕВРОПЕЙСКИЕ ТУРИСТЫ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА – В БУДУЩЕМ САМАЯ ПЕРСПЕКТИВНАЯ ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА ТУРИСТСКОГО РЫНКА	91
Н. Ю. Шейпер	
ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКОГО РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА	92
А. К. Долотбакова	
ТУРИЗМ В ЭКОНОМИКЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	96
К. В. Асламова, И. Е. Карасёв, А. Ю. Шоричева	
ОРГАНИЗАЦИОННО - УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	100
Г. А. Дремина	
ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	102
Е. В. Морарь, Д. В. Ибрагимов	
АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	104
Е. В. Павлюк, А. Е. Московко	
ПУТИ ИЗУЧЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	106
Резеда Саваш	
КОНЦЕПЦИЯ ПИТАНИЯ В ОТЕЛЯХ ТУРЦИИ	108
Е. Б. Лерман	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА ПАССАЖИРСКОМ ТРАНСПОРТЕ	112

СЕКЦИЯ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

О. К. Прончева	
ШКОЛЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА	116
Е. В. Кулагина	
ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» В УСЛОВИЯХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИК	118
О. И. Клепцова	
СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	120
О. И. Клепцова	
ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРОСС-ТРЕНИНГОВ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	122
Ю. В. Сливкова	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ	124

М. А. Грицай	
ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ	125
Ю. С. Плотникова, И. Е. Карасёв	
АНАЛИЗ ОМСКИХ ПАРКОВ КАК РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ	128
Г. А. Гумерова, А. А. Никифорова	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	129
И. В. Клизе	
ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ В АКТАХ ТУРИСТСКИХ КОММУНИКАЦИЙ НА МАТЕРИАЛАХ СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ ЯЗЫКОВЫХ АНЕКДОТОВ	131
Д. П. Денисов	
ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРЬЕРА ХОЛЛА В СРЕДЕ MS OFFICE	135
Д. П. Денисов	
ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И КОНСТРУКТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ВИРТУАЛЬНОЙ ГОСТИНИЦЫ	137
А. Н. Силаенков	
СОВРЕМЕННЫЕ СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	139
М. Б. Дюжева, О. В. Лукина	
ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ В ГОСТИНИЦЕ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ	141
М. Б. Дюжева, О. В. Лукина	
ПРИМЕНЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ	144
К. В. Асламова, И. Е. Карасёв	
ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ	146
П. В. Власов, А. Ю. Стафеева	
ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПО МЕТОДИКЕ «ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ «ИБИС-СИБИРЬ»)	148
Е. С. Шишкина, А. Ю. Стафеева	
ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПО МЕТОДИКЕ «ТАИНСВЕННЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ» (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ФИРМ ГОРОДА ОМСКА)	150
А. М. Муляр	
ТРАДИЦИИ РУССКОГО ГОСТЕПРИИМСТВА	152
К. С. Сазонова	
ОСОБЕННОСТИ МОЛЕКУЛЯРНОЙ КУХНИ В РОССИИ	154

СЕКЦИЯ 5. ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Л. В. Антонина	
К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ	157
Л. С. Панченкова	
ПЕРСОНАЛ ГОСТИНИЦ КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ ОПАСНОСТИ ДЛЯ ТУРИСТОВ	159
Е. Ю. ДОЛГОВА	
КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ТУРИСТОВ	160
Е. Н. Аникина, О. В. Пасько	
ПРОБЛЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ ПИТАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ	162
О. В. Ремпель	
КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ТАЙМШЕР	164

И. Г. Леонтьева ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ И БЕЗОПАСНОСТИ ФОРМЕННОЙ ОДЕЖДЫ РАБОТНИКОВ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА	167
Т. М. Царегородцева ЗНАКИ И СИМВОЛЫ, ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	169
О.А. Ландик УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ТУРИЗМЕ	171
Д. А. Белая ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	173
Л. А. Волкова, Л. Ф. Матвеева ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА (НА ПРИМЕРЕ БИЗНЕС-ОТЕЛЯ «SAYEN», Г. ИРКУТСК)	175
Л. Ф. Матвеева ВОЗМОЖНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДОБЫЧИ ЗОЛОТА В ВОСТОЧНОЙ СИБИРИ: РЕСУРСЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	178
Н. В. Рудакова ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ	183

СЕКЦИЯ 6. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В РОССИИ И СОПРЕДЕЛЬНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Л. В. Кубрина ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЗОНИРОВАНИЕ ТЕХНОГЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИОИНДИКАЦИОННЫХ ИНДЕКСОВ	186
С. А. Эмралиева МОНИТОРИНГ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПРИРОДНОГО ЛАНДШАФТА	188
К. А. Тупкало, И. В. Ревина ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В РОССИИ	190
О. В. Гончарова, С. В. Гончарова ЭКОТУРИЗМ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В ПРЕДЕЛАХ МОСКОВСКО-СИБИРСКОГО ТРАКТА	193
Е. Ю. Тюменцева, В. Л. Штабнова ЭКОТУРИЗМ ПО ТЕРРИТОРИИ ПЯТИ ОЗЁР ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	195
И. Е. Демин ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТ ЭКОТУРИЗМА	197
Е. Ю. Тюменцева, А. Воронцова ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	199
В. А. Хомич БЕСШУМНЫЙ МОНОРЕЛЬСОВЫЙ ТРАМВАЙ ДЛЯ ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА ПО Г. ОМСКУ	201
Ж. Д. Павлова ПРОБЛЕМЫ ОЧИСТКИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ В ЗИМНИЙ ПЕРИОД	204
О. В. Плешакова, Е. С. Шевцова ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ ИСПАРЕНИЙ ТОПЛИВА ИЗ РЕЗЕРВУАРОВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ЗАВОДА	206
В. Г. Еремеева ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ БИОИНДИКАЦИИ В ЭКОТУРИЗМЕ	209
А. В. Синдирева СОДЕРЖАНИЕ СЕЛЕНА В ПОЧВЕ И РАСТЕНИЯХ В УСЛОВИЯХ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	211
И. В. Ревина ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ	213
И. В. Червенчук, В. Д. Червенчук НЕКОТОРЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МОНИТОРИНГА	215

Содержание

А. А. Алешина, В. Л. Штабнова РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	217
А. Г. Зинченко ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЗАПАДНОЙ СИБИРИ	219
М. А. Григорьев ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРИРОДНЫХ ЭПИДЕМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	222
С. А. Соловьев, А.В. Боровиков ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	224
С. А. Соловьев, А.В. Маракулин КРАСНОЯРСКО-ЧЕРНОЛУЧЕНСКАЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ТЕРРИТОРИЯ	227
С. А. Соловьев, Е. В. Пережигина РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В НОВОСИБИРСКОЙ И ТОМСКОЙ ОБЛАСТЯХ	231
С. А. Соловьев, П. Ф. Ермоченок РАЗРАБОТКА ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ПО МОСКАЛЕНСКОМУ РАЙОНУ «ПУТЕШЕСТВИЕ НА ОЗЕРА»	234
Ю.П. Пельменева ЗООЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЭКОСИСТЕМ НА ЭКОЛОГО-ТУРИСТСКОЙ ТРОПЕ «САРМИНСКОЕ УЩЕЛЬЕ»	237