

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»

**ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА, СЕРВИСА  
И СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

*IV Международная  
научно-практическая интернет-конференция*

*29–30 ноября 2017 г.  
г. Чита*

Чита  
Забайкальский государственный университет  
2017

УДК 338.48(082)

ББК 65.433я431

ББК У433я431

П 781

Рекомендовано к изданию организационным комитетом  
научно-практического мероприятия

### **Редакционная коллегия**

*О. А. Лях*, ст. преподаватель (отв. редактор)

*С. А. Батоева*, канд. ист. наук, доцент

П 781 **Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом** : материалы IV Междунар. науч.-практ. инч тернет-конф. / Забайкал. гос. ун-т ; [отв. ред. О. А. Лях]. – Чита : ЗабГУ, 2017. – 349 с.

ISBN 978-5-9293-2067-5

В сборнике публикуются доклады IV Международной научно-практической интернет-конференции «Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом».

Издание адресовано научно-педагогическим работникам, научным сотрудникам, студентам туристских вузов, специалистам – практикам науки, образования, индустрии туризма, гостиничного дела, предпринимательства, юриспруденции, других профильных и смежных сфер деятельности, а также всем заинтересованным лицам.

УДК 338.48(082)

ББК 65.433я431

ББК У433я431

ISBN 978-5-9293-2067-5

© Забайкальский государственный  
университет, 2017

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	7
-------------------	---

### СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Балашиова Е. А.</i> Методика комплексной оценки конкурентоспособности туристической организации .....	8
<i>Быстров С. А.</i> Методики изучения и измерения туристского спроса как базового элемента разработки стратегии развития туризма .....	13
<i>Гаджиева Е. А., Лебедева М. Ю.</i> Кластерный подход к организации оздоровительного туризма в Ленинградской области .....	18
<i>Батоева С. А., Путинцева Е. А.</i> Проблемы взаимоотношений индустрии туризма и музеев .....	22
<i>Демьянская Д. В.</i> Предпосылки, проблемы и перспективы развития индустрии туризма в Калининградской области .....	26
<i>Жигалова Т. С., Смирнов Д. В.</i> Разработка туров в Крым: проблемы и лимитирующие факторы .....	31
<i>Жуков П. В., Кобылянская А. Ю.</i> Современные тенденции развития санаторно-курортной деятельности на примере Краснодарского края .....	37
<i>Заремба П. А., Заремба В. П.</i> Организационные механизмы маркетингового управления деятельностью гостиничного предприятия .....	42
<i>Кириченко А. В.</i> Оценка эффективности деятельности как составляющая анализа инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма .....	46
<i>Ляхова А. И.</i> Синтез мониторинга и статистических данных как фактор развития социально-экономической ситуации на туристском рынке .....	51
<i>Охременко С. И.</i> Кооперация между предприятиями гостинично-ресторанной сферы: преимущества и недостатки .....	55
<i>Пимонов В. А.</i> Перспективы развития въездного экстремального туризма в регионах российской Арктики .....	58
<i>Рудакова Н. В.</i> Рекомендации по оптимизации функционирования туристского комплекса на Маломорском побережье оз. Байкал (район д. Сарма) .....	62
<i>Чепрасова К. А., Косова Л. С.</i> Пути оптимизации межсезонного периода в Крыму .....	66
<i>Конушкина Я. К.</i> Изобретения Томаса Кука и развитие мировой индустрии туризма .....	71

### МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Антонец В. Г.</i> Приоритетные маркетинговые стратегии развития промышленного туризма .....	76
--	----

<i>Анциферова Е. А., Кузнецова К. А.</i> Управление рисками международной туристической деятельности .....	81
<i>Бектурова М. Х.</i> Особенности управления в туристской индустрии .....	86
<i>Боровик Н. А.</i> Использование инновационных технологий удержания персонала в индустрии туризма .....	90
<i>Дыбок В. В.</i> Проектирование системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий общественного питания ....	95
<i>Лебедева С. А.</i> Транспортное обеспечение туризма на территории России .....	100
<i>Прасолова А. А.</i> Современные маркетинговые тенденции в сфере туризма .....	105
<i>Рогожова Н. А., Алексеева А. К.</i> Влияние «первого руководителя» на корпоративную культуру в организациях индустрии туризма .....	109
<i>Чернорай М. Д.</i> Факторы формирования туристской мотивации .....	114
<i>Шарова О. Л.</i> Инструменты маркетинга в индустрии туризма Иркутской области .....	119
<i>Панова В. М., Саликов К. К.</i> Сравнительный анализ сетей американских отелей .....	122

## **ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ**

### **В РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

<i>Клейман А. А., Бабанчикова О. А.</i> Проблемы и перспективы развития туристского рынка в условиях цифровой экономики .....	127
<i>Занина К. В.</i> Инновационные технологии информационного обеспечения посетителей природного парка «Виштынецкий» .....	136
<i>Коцавка И. В., Бутова А. П.</i> Организации питания групп туристов на территории гостиничных комплексов .....	141
<i>Матвеевская А. С., Чодришвили Е. П.</i> Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России .....	145
<i>Парубок Н. В.,</i> Главные составляющие развития инфраструктуры туризма в Украине .....	150
<i>Рыбина Ю. В., Мишнина Е. И.</i> Оценка природных и экономических предпосылок развития и функционирования туристских кластеров в Дальневосточном федеральном округе .....	153
<i>Хвостова А. С.</i> Актуальные тенденции и перспективные направления этнического туризма в России .....	157

### **ВИДЫ ТУРИЗМА И СПОРТ**

<i>Бакулева В. С., Кутышева А. В.</i> Экстремальные виды туризма как одно из популярных направлений современного туризма .....	162
<i>Бочкарев С. В.</i> Чемпионат мира по футболу 2018 как механизм популяризации и развития туризма в Волгограде .....	167
<i>Колесова Ю. А.</i> Развитие молодёжного туризма в «нетуристском» регионе (на примере Кировской области) .....	171

<i>Мишечкин Г. В., Голубничая С. Н.</i> Социальный туризм в ДНР: опыт, проблемы и перспективы .....	175
<i>Пахомова О. М.</i> Археологические исследования как основа для развития научного туризма .....	180
<i>Титова М. П.</i> Проблемы и перспективы род .....	185
<i>Щербак Е. В.</i> Место и роль конного туризма в современном обществе .....	189
<i>Лях О. А.</i> Состояние и перспективы развития этнографического туризма в Забайкальском крае .....	194

### ТУРИЗМ И КРАЕВЕДЕНИЕ

<i>Гольм Д. О.</i> Ленинградская область как дестинация для реализации краеведческой составляющей туристской деятельности .....	201
<i>Журавлева М. С., Тарасенко А. Д.</i> Начало развития быстроходного судоходства на оз. Байкал .....	206
<i>Ивлева О. В., Ушанова П. В.</i> Туристско-рекреационный потенциал посёлка Железнодорожный Калининградской области .....	210
<i>Раздобарин Д. Е.</i> Создание туристического ресурса по наблюдению за дикими животными в естественной среде обитания «зоопарк без границ» .....	213
<i>Самойлова О. В.</i> Информационные издания как основа формирования туристского пространства на примере Забайкальского края .....	217
<i>Муллагалямова Л. Р.</i> Перспективы использования туристского потенциала Абзелиловского района Республики Башкортостан .....	222
<i>Файзутдинова Э. Ф.</i> Новые формы туристско-краеведческой деятельности .....	227

### ЭКОЛОГИЯ И ТУРИЗМ

<i>Безгодова О. В., Козлова Ю. К., Батоцыренов Э. А.</i> Рекреационные нагрузки на территории Энхалуковского заказника (Республика Бурятия) .....	231
<i>Третьякова М. В., Газизова Д. Б.</i> Экологические аспекты в области организации туризма .....	237
<i>Савченков К. С., Матвеева Л. Ф.</i> К проекту Байкальского геопарка ЮНЕСКО: научная составляющая экскурсионных маршрутов .....	240
<i>Устинова С. А.</i> Взаимодействие человека и природы в аспекте экологического туризма.....	244
<i>Хижая А. А., Парубец О. В.</i> Экологические проблемы акватории Севастопольского региона.....	248
<i>Чистова О. Ю., Таничев А. И.</i> Профилактика опасностей на этапе планирования туров по территории Прибайкальского национального парка .....	252

## ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

<i>Батоева С. А., Синёва Т. Ю.</i> Квест-экскурсия как инновационная форма музейной деятельности .....	257
<i>Вилинская Я. А.</i> Новые формы организации литературного туризма в Санкт-Петербурге .....	262
<i>Ермолина Д. А., Матвеева Л. Ф.</i> Литературно-биографическая тематика в экскурсионном региональном продукте .....	266
<i>Касанов А. С.</i> Учебные заведения Вятки и экскурсионные практики в начале XX в. ....	271
<i>Полякова А. В.</i> Исследование уровня качества экскурсионных услуг .....	276
<i>Старкова И. И.</i> Квест-экскурсия как одна из инновационных технологий в экскурсионной деятельности .....	282
<i>Новоселова К. А.</i> Организация и проведение анимационных программ в семейном туризме на примере Костромской области .....	288
<i>Шушнина О. С.</i> Опыт и перспективы организации светского паломничества к местам жизни Н. А. Римского-Корсакова на Северо-Западе России .....	293

## ТУРИЗМ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ

<i>Бисько И. А., Бисько К. Т.</i> К проблеме генезиса путешествий как формы межкультурной коммуникации .....	298
<i>Хамидуллина А. З.</i> Межкультурное общение как средство развития гостиничных услуг города Стерлитамака .....	302
<i>Бисько К. Т.</i> Открытие образа мира через туризм .....	307
<i>Агафонова О. О.</i> Перспективы развития православного туризма в Японии .....	311
<i>Азрба Л. А.</i> Этнический туризм в Абхазии: современное состояние и перспективы развития .....	315
<i>Буря Е. Р.</i> Париж – город мечты .....	319
<i>Нада Ид</i> Туризм в Сирии: до войны и современное состояние .....	323
<i>Котельникова О. А.</i> Сравнительный анализ сити-туров в Пекин по финансовым критериям .....	327
<i>Шишкина У. С.</i> Предпосылки развития культурного туризма в Северо-Западном Федеральном округе России .....	332

## ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

<i>Левченко О. Ю.</i> Использование Case-study в обучении иностранным языкам специалистов сферы сервиса и туризма .....	338
<i>Тибекина Ю. Ю.</i> Использование инновационных технологий для обучения персонала в индустрии туризма .....	341
<i>Левченко В. А.</i> Некоторые аспекты обучения монологической речи .....	345

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник составлен на основе материалов IV Международной научно-практической интернет-конференции «Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом», организованной кафедрой социокультурного туризма Забайкальского государственного университета, которая проходила 29–30 ноября 2017 г. на сайте Забайкальского государственного университета г. Чита.

Издание представляет собой свод научных работ по различным аспектам теории и практики сервисной, туристической и социокультурной деятельности, инновационным процессам в сфере социально-культурного сервиса и туризма, новым перспективным направлениям в данных сферах. Преобладающая в работах тематика определила следующие основные направления сборника: «Стратегия развития индустрии туризма и гостеприимства»; «Туризм и краеведение»; «Экология и туризм»; «Менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства»; «Виды туризма и спорт»; «Инновационные направления в развитии индустрии туризма и гостеприимства»; «Экскурсионная деятельность»; «Туризм и межкультурный диалог»; «Образование в туризме».

Разнообразная тематика статей отвечает современным потребностям широкого и многообразного полилога и может расширить круг заинтересованных читателей. Авторы данного издания – это опытные исследователи, молодые учёные и студенты, только начинающие свой научный путь. Их «разговор», рассматривающий сервисную, туристическую и социокультурную сферы с различных точек зрения и расширяющий проблемное поле исследований, позволяет увидеть дальнейшие перспективные направления развития обозначенных сфер деятельности не только в России, но и за рубежом.

Тема развития туристической деятельности является актуальной, постоянно расширяет свою географию и вовлекает в своё обсуждение всё большее количество участников. Кафедра социокультурного туризма ЗабГУ надеется на дальнейшее сотрудничество с авторами сборника и новыми заинтересованными исследователями и полагает, что полилог о настоящем и будущем сервисной и туристической деятельности будет продолжен на следующих конференциях.

# СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 339.137.22

*Елена Александровна Балашова,*  
доцент,  
Омский государственный технический университет,  
г. Омск, Россия

## **Методика комплексной оценки конкурентоспособности туристической организации**

В исследовании рассматривается методика комплексной оценки конкурентоспособности – способности противостоять как по степени удовлетворения своими услугами конкретной потребности потребителей, так и эффективности производственной, маркетинговой и финансовой деятельности.

**Ключевые слова:** анализ, методика, конкурентоспособность, оценка, туризм

*Elena Alexandrovna Balashova,*  
Associate Professor,  
Omsk State Technical University,  
Omsk, Russia

## **The Technique of Complex Estimation of Tourist Organization Competitiveness**

The study discusses the technique of complex estimation of competitiveness as the ability to resist in the degree of satisfaction with its services to the specific needs of consumers and the efficiency of production, marketing and financial activities.

**Keywords:** analysis, technique, competitiveness, estimation, tourism

В настоящее время рынок туристических услуг сибирского региона является рынком совершенной конкуренции. Число фирм, оказывающих услуги по формированию и реализации туристических продуктов с каждым годом растет. Для достижения стабильного состояния на рынке предоставляемых услуг, компании необходимо планировать своё эффективное развитие, аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности. Как экономическая категория конкурентоспособность в туризме представлена в нескольких вза-

имосвязанных между собой аспектах: конкурентоспособность предпринимательской структуры, оказывающей туристические услуги и конкурентоспособность непосредственно самой туристической услуги. Следовательно, оценка конкурентоспособности любой организации имеет большое значение для его деятельности, в первую очередь для определения его преимуществ и недостатков перед конкурентами, для выработки организацией собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Конкурентоспособность туристической организации определяется имеющимися у нее ресурсами и эффективностью их использования для выбора наиболее оптимального пути развития. Оценка конкурентоспособности экономического субъекта в области туризма необходима для:

- разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности деятельности организации;
- определения партнеров для организации совместного сотрудничества;
- разработки мероприятий по завоеванию новых рынков позиционирования;
- активизации инвестиционной политики [1].

Существует большое количество методов оценки конкурентоспособности организации. Стандартов оценки, как и единой методики, не существует, поэтому каждая организация исходя из особенностей отрасли может, опираясь на имеющиеся методики, разработать её самостоятельно.

Определение уровня конкурентоспособности организации на рынке туристических услуг предлагаем осуществлять, используя комплексный анализ количественных показателей, в динамике сравнивая с показателями конкурентов с равными условиями влияния внешней и внутренней среды.

Система оценки конкурентоспособности организации подразумевает её деление на следующие основные бизнес-процессы и обоснование показателей, определяющих каждый бизнес-процесс, ориентированных на деятельность организации туристического бизнеса:

- показатели, отражающие эффективность деятельности персонала;
- показатели, отражающие эффективность управления;
- показатели, отражающие эффективность маркетинга;

– показатели, отражающие финансовую деятельность организации.

Указанные группы показателей взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Проводя анализ подсистемы «персонал» необходимо рассчитать показатели такие как, коэффициент стабильности кадров, средняя месячная заработная плата, характеризующий социальный фактор удовлетворенности персонала.

В системе эффективности управления основным показателем, характеризующим эффективность управления, используется показатель затраты на 1 рубль реализованных туристических услуг. Данный показатель характеризует участие собственного капитала в деятельности организации, а собственный капитал складывается из взносов учредителей и заработанных средств (прибыли), следовательно, чем выше уровень прибыли, тем большим количеством собственных средств, организация обеспечивает свою хозяйственную деятельность. Так же чем меньше затраты на рубль реализованного тура, тем эффективнее и грамотнее, с позиции, управления, построена деятельность организации.

Целью функционирования любой коммерческой организации является получение прибыли (дохода), на величину которой влияет не только уровень конкурентоспособности оказанных услуг, но и эффективность принимаемых управленческих решений в области менеджмента и маркетинга. Подсистема маркетинга представлена коэффициентом рыночной доли, чем эффективнее работает маркетинговая подсистема организации, тем большей долей рынка обладает туристическая организация. Показатели спроса на турпродукты организации и величину ее фактической реализации позволяют определить способность организации полностью удовлетворить спрос потребителей (туристов), что в условиях рынка также становится одной из основных целей [2].

Финансовое состояние является важнейшей характеристикой финансовой деятельности туристической организации. Оно определяет эффективность развития фирмы и его потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом эффективной реализации экономических интересов, как самой фирмы, так и его партнеров.

Устойчивость развития организации, с точки зрения потенциального инвестора или заказчика, во многом зависит от его финансовой устойчивости, в перечне показателей которой важное место занимают показатели рентабельности и рыночной устойчивости.

В целом оценка финансового состояния характеризуется показателями ликвидности и рентабельности деятельности организации.

В общем виде, система показателей оценки уровня конкурентоспособности организаций туристической отрасли представлена в таблице.

*Таблица*

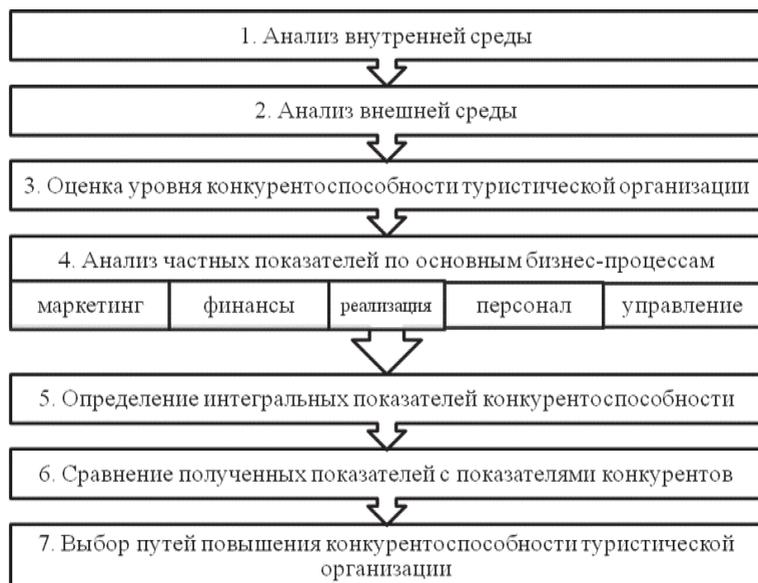
**Система показателей оценки конкурентоспособности организаций туристической отрасли**

<i>Направление деятельности</i>	<i>Показатели</i>
Персонал	1) коэффициент стабильности кадров; 2) фонд заработной платы; 3) средняя месячная заработная плата; 4) выработка 1 менеджера
Управление	1) затраты на 1 рубль реализованных туристических услуг.
Маркетинг	1) коэффициент рыночной доли; 2) объем спроса на туры (емкость рынка); 3) объем реализованных туристических продуктов; 4) коэффициент конкурентоспособности организации
Финансы	1) выручка от реализации туристического продукта; 2) рентабельность организации; 3) коэффициент оборачиваемости; 4) коэффициент текущей, быстрой и абсолютной ликвидности; 5) рентабельность капитала, продаж

Для реализации этапов методики анализа конкурентоспособности туристической организации используются следующие информационные источники: бухгалтерская и финансовая отчетность; данные официальной статистической отчетности; данные Интернет-источников; периодическая печать; каталоги различных туристических фирм; данные интервьюирование; материалы анкетирования.

Далее следует раскрыть содержание отдельных этапов методики анализа конкурентоспособности туристической организации.

Для наглядности поэтапную методику оценки конкурентоспособности туристической организации можно представить в виде схемы на рисунке.



**Рис. 1.** Методика комплексной оценки конкурентоспособности туристической организации

Результатом каждого этапа анализа является выявление преимуществ компании, а так же рекомендаций по повышению конкурентоспособности фирмы, которые, в свою очередь, позволяют обеспечить удовлетворение нужд клиентов в дополнительном и более качественном сервисе, приведут к росту выручки, обеспечат дополнительные конкурентные преимущества на туристическом рынке Омской области.

#### *Список литературы*

1. Щепакин М. Б. К разработке методического подхода оценки конкурентоспособности предприятия в условиях их маркетинговых ориентаций // Научный журнал КубГАУ. 2012. № 81. С. 1–7.
2. Целикова Л. В. Конкурентоспособность рынка туристических услуг // Маркетинг. 2011. № 7. С 15–27.

**Сергей Александрович Быстров,**

*канд. экон. наук, доцент,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Методики изучения и измерения туристского спроса  
как базового элемента разработки  
стратегии развития туризма**

В исследовании рассматривается туристский спрос и важность его систематического изучения для разработки стратегии развития туризма. Представлены современные методики, используемые в РФ для изучения и измерения величины туристского спроса. Выявлены основные недостатки используемых методик и обусловлена необходимость их комплексного применения.

**Ключевые слова:** туристский спрос, туристский поток, статистика туризма, стратегия развития туризма

**Sergei Alexandrovich Bystrov,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
St. Petersburg State University,  
Saint-Petersburg, Russia*

**Methods of Studying and Measuring Tourist Demand as a Basic  
Element in the Development of a Tourism Development Strategy**

The study examines the tourist demand and the importance of its systematic study to develop a strategy for the development of tourism. The modern techniques used in Russia to study and measure the value of tourism demand are presented. The basic disadvantages of the used techniques are revealed, and the necessity of their complex application is determined.

**Keywords:** tourist demand, tourist flow, tourism statistics, tourism development strategy

В рыночной экономике потребительский спрос выступает в качестве важнейшего элемента туристского рынка, т. к. в его основе лежат потребности людей (социума) в отдыхе и путешествиях, т. е. в сфере туризма спрос рассматривается с точки зрения мотивации и психологии совершения туристской поездки. Наиболее значимым для экономической системы и формирования стратегии развития туризма является действительный или фактический туристский спрос, который представлен фактическим числом участников туризма, т. е. теми, кто в действительности совершает туристские поездки в течении определенного отчетного периода [4,

с.79]. Этот тип туристского спроса легче всего поддается математическому измерению, и именно его результаты представлены в данных официальной статистической туристской отчетности. Измерителями данного вида спроса выступают обычно два следующих показателя: Tourist Arrivals и Total bednight.

Измерение туристского спроса достаточно сложная задача, которая сегодня не унифицирована в международном пространстве и в значительной степени отличается в разных государствах мира. При этом, имеющиеся примеры измерителей в международной практике имеют ряд упущений и недостатков. Так, к наиболее часто используемым методикам измерения туристского спроса относятся:

1. Измерение туристского потока при пересечении национальных государственных границ пограничными службами, которое осуществляется в разных странах по разному:

а). учёт въезжающих по туристическим визам. Учёт туристов на паспортно-визовом контроле очень прост и легок в современном мире в виду его автоматизации;

б). заполнение миграционных карт или карточек статистического учета движения туристов на границе. Важным аспектом миграционной карты является наличие в ней таких разделов как: «Цель посещения страны»; «Место откуда приехал турист» и «Место и город временного проживания или отеля», что позволяет не только учитывать общее количество въезжающих туристов в страну, но и учитывать их территориальные предпочтения в стране пребывания.

Представленная методика измерения туристского потока при видимой простоте и эффективности имеет целый ряд недостатков:

– невозможность учёта внутреннего туристского потока в виду не пересечения внутренними туристами границ своего государства;

– вероятность значительной погрешности в учёте туристов из-за предоставления ими не полной или заведомо ложной информации о цели визита при заполнении миграционной карточки;

– невозможность учёта туристского потока в странах объединенных межгосударственными соглашениями в рамках «открытых границ» (например, страны Шенгенского соглашения, страны Таможенного союза и т. д.);

– ошибки и неточности учёта по причине человеческого фактора и как следствие появление статистической погрешности в данных.

2. Измерение туристского потока силами средств размещения. Данный способ измерения туристского спроса встречается также в большинстве стран мира и в частности рекомендован UNWTO. В РФ данный способ применяется двумя подходами:

а) постановка гостей отеля на регистрационный или миграционный учет в МВД. Принимающая сторона обязана передать информацию о прибытии/убытии иностранных граждан, лиц без гражданства, а также граждан РФ в органы МВД [2, 1].

б) ведение средствами размещения обязательной формы федерального статистического наблюдения – формы № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения». Форма № 1-КСР имеет 8 разделов, но для измерения туристского спроса наибольший интерес представляют 3 из них: «Сведения о размещенных лицах», «Распределение численности размещенных лиц по целям поездок» и «Распределение численности размещенных лиц по продолжительности пребывания».

Однако, измерение туристского спроса с помощью данных КСР, так же имеет не только свои видимые преимущества, но и недостатки:

– наличие статистической погрешности в измерении по причине не возможности учета туристов, которые не останавливаются в процессе своей поездки в КСР, а выбирают иные способы ночлега (у родственников, друзей, размещение в палатках и т. д.);

– наличие статистической погрешности в измерении по причине недобросовестности некоторых отельеров. Некоторые отельеры, ставят не всех своих постояльцев на миграционный учет в МВД. Во многом это вызвано желанием сэкономить на передаче информации через программу «ЭЛПОСТ», где стоимость одной операции по передаче уведомления о прибытии/убытии иностранного гражданина составляет 100 руб., а по гражданину РФ – 22 руб.;

– наличие статистической погрешности из-за особенностей законодательства. Например, часть внутреннего туристского потока не учитывается в статистике, что обусловлено тем, что владельцы отелей могут не регистрировать гостей, которые проживают в том же субъекте РФ (но не более чем 90 дней). Кроме того гости-

ницы Петербурга вправе не передавать в МВД данные о туристах, приехавших из Ленинградской области, а Московские отели о гостях приехавших из Московской области [1];

- наличие статистической погрешности в измерении по причине сложности точно идентифицировать цель прибытия гостя в туристскую дестинацию на территории которой находится КСР. Не все постояльцы отеля являются туристами, это могут быть местные жители, люди, приехавшие на работу и остановившиеся в КСР, и т. д.

3. Измерение туристского спроса через турфирмы. Для этих целей существует обязательная форма федерального статистического наблюдения – форма № 1-Турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы», которая предоставляется территориальному органу Росстата в субъекте РФ каждый год не позднее 20 апреля [3].

Форма № 1-Турфирма имеет 4 раздела, но для измерения туристского спроса наибольший интерес представляют два из них: «Число и стоимость реализованных турпакетов», «Число обслуженных туристов без учёта однодневных посетителей». Данный способ измерения спроса также несовершенен, по следующим причинам:

- возможность наличия статистической погрешности в измерении по причине недобросовестности или халатности сотрудников турфирм;

- способ не учитывает туристов путешествующих самостоятельно, которых в мировой и российской практике туризма становится из года в год всё больше. По данным ВЦИОМ в РФ, 76 % респондентов организуют поездку полностью самостоятельно, 5 % – поручают турагентству часть задач по организации поездки, а 19 % – поручают турагентству всю организацию поездки.

- Помимо трех вышеизложенных способов измерения туристского спроса в РФ для измерения, например, внутреннего туристского спроса существует и дополнительные инструментарию предложенные Ростуризмом РФ [3, 5]:

- региональные статистические обследования (в дополнение к федеральным) посредством использования форм статистической отчетности на единовременной или регулярной основе;

- непосредственное измерение турпотока путём организации учёта туристов на наиболее посещаемых туристских объектах данного региона (памятниках истории и культуры, в музеях, на природных объектах и др.). Например, эти данные можно получить из

формы № 8-НК «Сведения о деятельности музея». В Петербурге, например это лучше делать на основе данных Эрмитажа, в Москве, на основе Государственного Кремля, в Ростове Великом на основе – Ростовского Кремля и т. д. При этом данный метод тоже не идеален, поскольку, сложно отделить туристов от экскурсантов и местных жителей, и не все туристы приезжают с культурно-познавательными целями;

– измерение изменений показателей, характеризующих жизнедеятельность постоянного населения региона, в высокий туристский сезон: объёма потребления хлеба, вывоза мусора и др.

Таким образом, очевидно, что имеющиеся сегодня методики измерения туристского спроса при их очевидных преимуществах и порой простоте использования не совершенны, и имеют целый ряд упущений. Поэтому использование только одного инструментария не позволит получить общую картину состояния дел в стране с туристским потоком. По этой причине очевидным становится необходимость не только совершенствования имеющихся инструментов, но и использование их на основе системного комплексного подхода, когда полученные результаты по разным методикам могут быть сопоставлены, скорректированы для получения более точных статистических данных и величине и динамике туристского спроса для принятия соответствующих управленческих решений государственного значения и формирования стратегии развития туризма.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон РФ № 5242–1 от 25.06.1993 г. «О праве граждан РФ на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства в пределах РФ».
2. Федеральный закон РФ № 109 от 18.07.2006 г. «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства РФ».
3. Приказ Ростуризма № 69 от 18.07.2007 г. «Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в РФ и о вкладе туризма в экономику субъектов РФ».
4. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб.: Герда, 2008.
5. Быстров С. А. Внутренний туризм как стратегически важное направления развития туристского рынка РФ // Концепт. 2016. Т. 15.

***Елена Анатольевна Гаджиева,***

*канд. геогр. наук, доцент,*

*Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

***Мария Юрьевна Лебедева,***

*канд. биол. наук, доцент,*

*Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Кластерный подход к организации оздоровительного туризма в Ленинградской области**

В статье рассматриваются существующие проблемы оздоровительного туризма Ленинградской области. Выявление необходимых условий для успешного образования и функционирования туристских кластеров оздоровительной направленности, способствующих увеличению въездного потока на территорию Ленинградской области.

***Ключевые слова:*** оздоровительный туризм, туристский кластер

***Elena Anatolievna Gadzhieva***

*Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,*

*Leningrad State University Pushkin*

*Saint.Petersburg, Russia*

***Mariya Urievna Lebedeva***

*Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,*

*Leningrad State University Pushkin*

*Saint.Petersburg, Russia*

### **The cluster approach to organization of recreation tourism in Leningrad region**

The article discusses the existing problems in the health tourism of the Leningrad region. Identifying the necessary conditions for the successful formation and functioning of tourism clusters health orientation, contributing to the increase in international tourist arrivals to the territory of the Leningrad region.

***Keywords:*** Wellness tourism, tourism cluster

Организация оздоровительного туризма – актуальная задача учреждений не только федерального, но и регионального и муниципального уровней. За годы рыночных реформ в нашей стране устарела материально-техническая база оздоровительных учреждений. В особенности пострадали областные учреждения, исключением не стали и лечебно-оздоровительные учреждения Ленинградской области.

Ленинградская область в настоящее время является одной из наиболее развитых туристских дестинаций в России, вместе с тем, существует ряд проблем, которые следует решать для улучшения работы данной сферы и успешного развития оздоровительного туризма:

- устаревшая материально-техническая база, то есть дефицит современных санаториев, гостиниц, баз отдыха и другое, многие здания нуждаются в срочном ремонте и реконструкции;
- неразвитая инфраструктура оздоровительных учреждений;
- отсутствие эффективной региональной инвестиционной политики направленной на развитие оздоровительного туризма в Ленинградской области;
- проблемы системы налогообложения туристской отрасли;
- несовершенство ценовой политики как основной фактор оттока туристов;
- проблема качества обслуживания (низкий уровень сервиса);
- недостаточная реклама данного вида туризма;
- недостаточное развитие транспортной и инженерной инфраструктуры в регионе;
- лечебно-оздоровительные комплексы имеют недостаточное количество мест размещения, по сравнению с оздоровительными учреждениями близко расположенных областей, которые составляют конкуренцию;
- низкий спрос населения на оздоровительные туры в Ленинградскую область.

Указанные проблемы существенно сдерживают развитие сферы оздоровительного туризма и способствуют массовому оттоку доходов, которые приносят области и государству в целом лечебно-оздоровительные учреждения и туристские организации. Для решения существующих проблем необходим особый подход к организации и содержанию процесса отдыха и оздоровления в Ленинградской области.

В последнее время в региональной экономике и экономической географии все шире входит в научный оборот понятие кластера как особой формы территориальной организации производства в условиях рыночной экономики [1]. Создание точек роста в регионе на основе кластерного подхода для создания туристской инфраструктуры является наиболее эффективной мерой по развитию сферы туризма в Ленинградской области [4]. Построение туристского кластера в сфере оздоровительного туризма в Ленин-

градской области связано с необходимостью объединить в рамках одной особой зоны производственные бизнес-проекты в конкретной технологической области, фундаментальные разработки и современные системы проектирования новых туристских продуктов, и подготовку их производства.

Основной идеей формирования кластера является создание на основе научно-обоснованных и технологически реализуемых комплексных решений, а также коммерческих механизмов условий для организации развитой системы оздоровительного туризма в Ленинградской области, а также подготовка комплексных производственно-технологических пакетов для выгодных инвестиционных вложений [5].

Объединение организаций для создания туристского кластера позволит участникам достичь следующих основных целей:

- удовлетворить потребности рынка в поставках товаров и услуг, производимых предприятиями кластера и отвечающих современным требованиям качества;
- получить эффект от масштаба закупок материалов;
- обеспечить обучение персонала, исследование туристского рынка, а также логистические и технологические исследования;
- охватывать новые рынки сбыта продукции;
- достичь устойчивых контактов с финансовыми и кредитными учреждениями на основе сформированного имиджа туристского кластера.

Мы предлагаем создание туристско-рекреационных кластеров в Ленинградской области в сфере оздоровительного туризма. Поскольку это фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона. Региональный туристский кластер будет способствовать эффективному использованию природного, культурно-исторического, технологического, научно-исследовательского и образовательного потенциала субъекта федерации.

В настоящее время туристских кластеров в сфере оздоровительного туризма в Ленинградской области нет, но есть предпосылки для их формирования. Нами проведен анализ районов Ленинградской области по следующим критериям: популярность среди туристов, наличие объектов размещения (санаториев, пансионатов, профилакториев, гостиниц), организаций общественного питания, туристских агентств, образовательных учреждений, наличие транспортных компаний и инфраструктуры, а также рассмо-

трели транспортную доступность и наличие объектов туристского показа, экологические критерии.

Наиболее перспективными районами Ленинградской области в создании туристских кластеров являются Приозерский, Выборгский, Всеволожский, Лужский, Гатчинский районы. На данных территориях наиболее широкий выбор лечебно-оздоровительных учреждений, соответствующих международным стандартам; природные ресурсы, находящиеся в районах наиболее привлекательны для туристов (наличие минеральных вод, грязей и т. д.); высокоразвитая транспортная доступность (наличие автобусных и железнодорожных перевозок, а также главных автомагистралей Ленинградской области, имеющих международное и национальное значение (А-181 «Скандинавия», Р-23 «Псков», А-180 «Нарва», Р-21 «Кола», А-118 «КАД СПб»); районы располагают большим количеством туристских компаний, предприятий общественного питания и в районах развитая промышленность.

Районами Ленинградской области со среднесрочными перспективами создания туристских кластеров являются Ломоносовский район, Кингисеппский, Тосненский, Волховский, Тихвинский, Бокситогорский, Лодейнопольский и Подпорожский районы. На их территориях располагается достаточное количество санаторно-курортных учреждений, объектов туристского показа, а также объектов инфраструктуры, однако их значительно меньше, чем в районах первой группы.

К районам долгосрочной перспективы в создании туристско-рекреационных кластеров в Ленинградской области относятся Сланцевский, Волосовский, Кировский и Киришский районы. Данные районы наименее развиты в области туризма. Здесь практически нет объектов туристского показа (за исключением Кировского района) и лечебно-оздоровительных учреждений, в виду отсутствия в районах природных ресурсов и экологическая ситуация оставляет желать лучшего. Данные районы считаются промышленными. Транспортная доступность развита недостаточно, для осуществления туристских поездок.

Для развития оздоровительного туризма в Ленинградской области необходим комплексный подход: правовая поддержка, увеличения количества лечебно-оздоровительных учреждений, поддержка их на государственном уровне, совершенствование инфраструктуры туризма, создание единой базы всех здравниц региона, повышение уровня обслуживания, создание центров повышения

квалификации и переподготовки персонала. Освоение новых лечебно-оздоровительных местностей наряду с привлечением инфраструктуры действующих лечебно-оздоровительных учреждений является перспективным для развития оздоровительного туризма в Ленинградской области.

*Список литературы*

1. Абдулманапов С. Г. Проблемы развития туризма и формирования туристско-рекреационного кластера в регионе // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. 2015. Т.1, № 2. С. 87–93
2. Гаджиева Е. А. Проблемы и перспективы развития оздоровительного туризма в Ленинградской области // Экологическое равновесие: структура географического пространства: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., 2016. С. 247–252.
3. Дудкин А. Ю., Дзвизняк А. И., Гаджиева Е. А. Повышение качества гостиничных услуг путем совершенствования информационных технологий в гостевом комплексе «Постоялый двор «ЯМ» // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сб.ст. по материалам 2-й Междунар. науч.-практ. конф., 2016. С. 80–85.
4. Каджаметова Т. Н. Кластер как фактор эффективного функционирования рынка туристско-рекреационных услуг // Вестник международных научных конференций. 2014. № 1. С. 27–30.
5. Каменских Э. А. Принципы управления кластерами туристско-рекреационных услуг [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 4. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 20.11.2017).

**УДК 379.851**

***Саяна Аюровна Батоева,***

*канд. ист. наук, доцент,*

*Забайкальский государственный университет,*

*г. Чита, Россия*

***Екатерина Алексеевна Путинцева,***

*студентка,*

*Забайкальский государственный университет,*

*г. Чита, Россия*

**Проблемы взаимоотношений индустрии туризма и музеев**

В статье рассмотрены проблемы взаимоотношений индустрии туризма и музеев. Авторы считают, что главная задача взаимоотношений этих двух сфер – найти баланс между сохранением и использованием культурных и исторических ресурсов.

**Ключевые слова:** музеи, индустрия туризма, проблемы взаимоотношений

**Sayana Ayurovna Batoeva,**  
*Candidate of Historic Sciences, Associate Professor,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

**Ekaterina Alekseevna Putintseva,**  
*Student,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Problems of Mutual Relations of Tourism Industry and Museums**

In the study the problems of mutual relations of tourism industry and museums in Russia are regarded. The authors consider that the main task of mutual relations of these two spheres is to find the balance between preservation and using cultural and historical resources.

**Keywords:** museums, tourism industry, problems of mutual relations

По мнению Хилари дю Кро, американской писательницы и археолога, каждая сфера деятельности имеет свою направленность, выполняет различные роли в обществе и несет разную ответственность. И всё это может сделать отношения между различными сферами трудными. По ее мнению, вопрос взаимоотношений требует гораздо более подробного изучения и обсуждения на благо обеих сторон. Это касается и взаимоотношений туризма и музеев.

Сравнивая некоторые из основных элементов в области музеев, с одной стороны, и туризма, с другой, можно понять их существующие отношения. Общим у туризма и музеев является стремление внести вклад в развитие общества, например, путём предоставления и продвижения образования, отдыха, истории и межкультурного взаимопонимания.

На сегодняшний день сложно переоценить культурную деятельность в жизни людей. Для человека свойственно сохранение воспоминаний о своём прошлом. Это свойственно как отдельному индивиду, так и обществу в целом. При посещении того или иного места туристу, зачастую, прежде всего интересна местная история и культура. И именно музеи являются одними из хранителей истории культуры.

Музеи рассматриваются, как важные «партнеры» индустрии туризма. Даже в программы подготовки специалистов социально-культурного сервиса и туризма включено изучение музейной деятельности.

На музеях лежит обязанность коллекционировать, сохранять и защищать культурное наследие, предотвращая, таким образом, разрушение культурной самобытности [5]. И вот здесь возникает проблема взаимоотношения музеев с туризмом. По мере включения музейных объектов в туристскую индустрию возникает угроза физической сохранности. Люди вытаптывают естественный природный ландшафт, утаскивают с собой «частичку истории» домой, влага выдыхаемая посетителями разрушает экспонаты и т. д. Проблема сохранности и консервации памятников культуры и истории является самым большим барьером для взаимоотношений туризма и музеев. Так как финансирование музеев не большое, очень часто музеи находятся в зданиях, не подлежащих реконструкции, и поэтому музеи не могут позволить себе инновационные способы сохранения экспонатов. Сейчас эта проблема частично решается заменой подлинников на копии. Есть опыт даже постройки целой копии пещеры Ласко во Франции. И этот опыт, как показала практика, очень удачен – копия пещеры привлекает людей не меньше оригинала.

Другая проблема взаимоотношений музеев и туризма – непопулярность профессий работников музеев. Этому способствуют два фактора:

1. Низкая заработная плата. Средняя заработная плата работника музея по России – 30 тыс. рублей [3].

2. Непривлекательный образ работы. Для молодёжи работа в музее представляется скучной и однообразной. Средний возраст работников музеев по России составляет 30–35 лет [3].

Именно из-за непопулярности данной профессии, кадровый состав не обновляется. Из этого вытекает третья проблема – музеи ещё сохраняют традиционность и консервативность, а поэтому не могут сориентировать свою политику в современном мире. Молодой кадровый состав смог бы исправить эту проблему и поднять музейную деятельность на новый уровень.

Также для музеев важно наличие квалифицированных переводчиков. Важность перевода нельзя переоценить. У приезжих туристов часто возникает языковая проблема. Экскурсии для них проводят их же гиды по заранее выданным текстам. Но такой способ малоэффективен, так как часть информации может быть утеряна или неправильно переведена, и это приводит к ложному представлению как об экспонате, так и о стране. Примером неправильного перевода может служить «рогатый Моисей». Св. Джером,

покровитель переводчиков, изучал иврит, так что мог перевести на латынь оригинальную версию Старого Завета вместо того, чтобы переводить греческую версию, датированную III веком н. э., которую мог использовать каждый. Полученная версия на латыни, которая стала основой для сотен последующих переводов, содержала знаменитую ошибку. Когда Моисей спустился с горы Синай, вокруг его головы было «сияние», или, на иврите, «каран». Однако иврит не использует гласные в письме, и Св. Джером прочел «каран» как «кеген» – «рогатый». После этого многие века писали изображения Моисея с рогами, а также лепили рогатые скульптуры Моисея [1].

Музей должен идти вперед, выполняя свои функции и не претупая через определенные грани, сохраняя равновесие между экономическими целями и сохранением культурного наследия.

Проанализировав проблемы взаимоотношений туризма и музеев, можно сделать следующие выводы:

1. Для увеличения сохранности культурно-исторического наследия следует использовать для показа копии экспонатов.

2. Необходимо строго соблюдать правила хранения экспонатов.

3. Для привлечения новых работников в музеи следует проводить профориентационные мероприятия среди школьников и студентов.

4. Для работников музея необходимо организовывать курсы повышения квалификации, а так же курсы изучения иностранных языков.

5. Нужно разрабатывать новые концепции работы музеев с туристами.

Индустрия туризма и музеи – безусловно, разные сферы деятельности, но они имеют и много общего. Возможности для сотрудничества туризма и музеев почти безграничны. И музеи, и туризм имеют общие обязательства, например, в отношении увеличения культурной и исторической просвещенности населения и в понимании межкультурных отношений.

Для туризма важно использование всех культурных и исторических ресурсов. А для музеев – их сохранение. Главная задача взаимоотношений – найти баланс между сохранением и использованием культурных и исторических ресурсов. Ключ к успеху заключается в разработке практических отношений, полезных для обеих сторон, основанных на понимании и компромиссах. Туризм

должен развивать понимание музейных концепций, а музеи должны стремиться к пониманию туризма и его функций. В сотрудничестве важна коммуникация между обеими сторонами.

*Список литературы*

1. Земля до потопа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dorotora.com.ru> (дата обращения: 23.11.2017).
2. Материалы 15 круглого стола в Государственном Эрмитаже на тему: Музей и проблемы «культурного туризма» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.museum.ru> (дата обращения: 15.11.2017).
3. РВК. Аналитический отчет по исследованию работы естественнонаучных, научно-технических музеев, центров популяризации наук и эксплораториумов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rvc.ru> (дата обращения: 08.11.2017).
4. Романчук А. В. Музейный туризм. СПб: Санкт-Петербургский государственный университет, 2010. 46 с.
5. Сапанжа О. С. Музеи и туризм: культурно-историческая типология и современное состояние [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru/> (дата обращения: 24.08.2017).

**УДК 338.49**

*Дарья Владимировна Демьянская,  
студентка,  
Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,  
г. Рязань, Россия*

**Предпосылки, проблемы и перспективы развития индустрии туризма в Калининградской области**

К сфере приоритетных направлений развития российской экономики относится туризм. В первую очередь на федеральном уровне решаются вопросы, связанные с туристской индустрией, в связи с этим основной задачей государства стало привлечение клиентов и создании высокого уровня предлагаемого сервиса. Калининградская область, как и другие регионы РФ, нуждается в развитии сферы индустрии туризма и гостеприимства.

**Ключевые слова:** Калининградская область, туризм, индустрия туризма, инфраструктура туризма

*Dariya Vladimirovna Demyanskaya,*

*Student,*

*S. A. Yesenin Ryazan State University,*

*Ryazan, Russia*

## **Prerequisites, Problems and Prospects of the Tourism Industry Development in Kaliningrad Region**

Tourism is among the priority areas for the development of Russian economy. First of all at the federal level, issues related to the tourism industry are being resolved, in this connection the main task of the state is to attract customers and create a high level of the proposed service. The Kaliningrad region as well as other regions of the Russian Federation needs to develop the sphere of the tourism and hospitality industry.

**Keywords:** Kaliningrad region, tourism, tourism industry

Калининградская область – регион богатый природными, историческими и культурными ресурсами. Поэтому туризм рассматривается в области как одно из приоритетных направлений развития. В Калининграде сохранилось множество старых зданий и укреплений, такие как Литовский вал, некоторые городские ворота, башни «Врангель» и «Дона», часть стены возле здания Южного вокзала, форты, в некоторых устроены музеи, которые каждый год организуют рыцарские фестивали. В регионе находятся особо охраняемые природные территории, самая значимая из которых – национальный парк «Куршская коса», с уникальными ландшафтом, фауной и флорой. В одном из музеев представлено янтарное богатство Калининградской области. Экспозиция рассказывает об истории добычи янтаря, представлены самые интересные добытые экспонаты [1].

Туристическая инфраструктура системно обновляется, вводятся в эксплуатацию новые гостиницы, появилось большое разнообразие ресторанов, баров, кроме того восстанавливаются и развиваются культурные и исторические объекты.

Развитию инфраструктуры туризма в регионе будет способствовать проведение в Калининграде матчей чемпионата мира по футболу в 2018 г. и строительство игровой зоны. Средства федерального бюджета, направлены не только на строительство спортивной инфраструктуры, но и на новые гостиницы, санатории, выставочные и конгресс-центры.

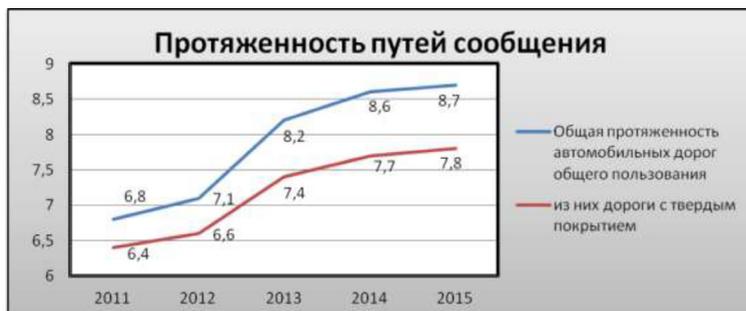
Благодаря своему особому расположению Калининградская область является одним из наиболее экономически динамичных

регионов Российской Федерации. К приоритетным направлениям развития относится и туристический сектор [4].

Важным направлением развития Калининградской области является транспортный комплекс, который включает в себя автомобильный, воздушный, железнодорожный транспорт и морские порты [2].

Особое географическое положение и наличие незамерзающих морских портов способствуют увеличению потока иностранных туристов. Развитие калининградского морского транспортного комплекса связано также с развитием паромного пассажирского сообщения. Паромные пути связывают регион с Санкт-Петербургом, Германией и Швецией. Благодаря наличию парома «Амбал», с маршрутом Калининград – Санкт-Петербург российские туристы могут путешествовать, не имея визы и загранпаспорта для пересечения границ сопредельных государств по сухопутному маршруту. Также руководство субъекта приняло решение преобразовать порт города-курорта Пионерского. По прогнозам он сможет принять 750 яхт, из которых 150 в рамках существующей портовой инфраструктуры и 600 мест обеспечит новая построенная пристань. Рядом на холме, будут расположены гостиницы, туристические объекты, торговые центры, рестораны и бары [2].

Калининград расположен на пересечении федеральных автомагистралей, а также европейских автомобильных дорог. Регион находится в лидерах среди субъектов РФ по густоте дорог, но этого недостаточно для эффективной связи области с сопредельными государствами ЕС. В связи с этим происходит активное увеличение протяженности путей сообщения (рис. 1) [2].



*Рис. 1.* Протяженность путей сообщения в Калининградской области, тыс. км (составлено по [3]).

Воздушный транспорт Калининградской области связан с единственным аэропортом Храброво, который находится в 24-х километрах от Калининграда. По данным на 2015 г. пропускная способность аэровокзала составила 800 пассажиров в час, что в целом составило свыше 1,54 миллиона человек в год. С 2012 г. проходит реконструкция аэропорта. Усовершенствование аэровокзала, взлетно-посадочной полосы позволит увеличить количество пассажиров до 1250 пассажиров в час, 5 миллионов человек в год и принимать воздушные суда с размахом крыла на 13 метров больше, чем сегодня.

Регион имеет плотную сеть железных дорог, протяженностью более 750 км. Железнодорожный вид транспорта перевозит около 40 % пассажиров в пригородном и 87 % в междугороднем сообщении. Особенностью железнодорожной сети Калининградской области является наличие путей с европейской колеей более узкой, чем российская. Это могло бы способствовать увеличению потока туристов из ближнего зарубежья, но существует ряд проблем, тормозящих развитие этого направления. Основной проблемой является зависимость от тарифной политики на перевозки через территорию соседних государств.

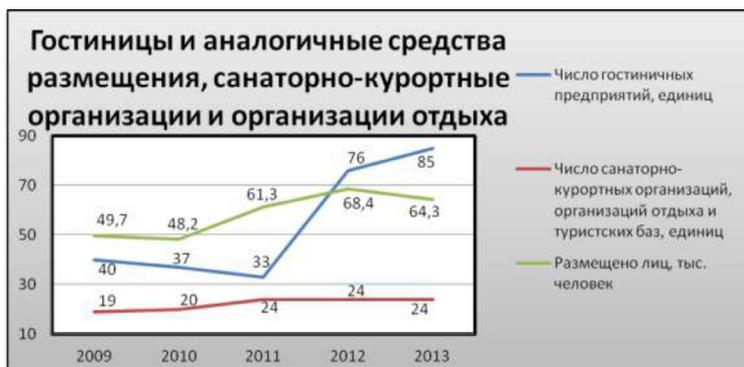
Инфраструктура средств размещения в большинстве отелей Калининграда – европейского уровня. Мощным толчком к развитию гостиничного комплекса послужило открытие Калининградской области в 1991 г. для иностранных туристов. В результате к началу 2001 г. в регионе функционировало 166 объектов размещения (рис. 2).



**Рис. 2.** Объекты размещения на 2001 год в Калининградской области (составлено по [3]).

Необходимо отметить, что все объекты гостиничного и санаторно-курортного комплексов размещены неравномерно, так как в приморской зоне размещено до 72 % санаторно-курортных объектов, в Калининграде около 45 % гостиничных.

В регионе было недостаточное количество мест размещения. Решением удовлетворения потребности туристов в размещении было организация малых семейных гостиниц за счёт частного жилищного фонда населения. Другим решением задачи является строительством новых крупных гостиниц.



*Рис. 3.* Гостиницы и аналогичные средства размещения, санаторно-курортные организации и организации отдыха в Калининградской области [3]

Из рисунка 3 видно, что в период с 2009 по 2013 г. г. число гостиничных предприятий и их единовременная вместимость увеличились более чем в 2 раза. Количество гостиниц увеличивается, в настоящее время на территории Калининградской области находится около 233 аккредитованных средства размещения.

В Калининграде расположено около 600 предприятий питания. Среди них рестораны и кафе, как высокого, так и среднего уровня, также 70 заведений быстрого питания. Большинство предприятий общественного питания расположены в пределах Калининграда, составляют приблизительно 77 % от всех предприятий в области.

Можно сделать вывод, что в настоящее время Калининградская область обладает недостаточно развитой туристской индустрией, но огромным потенциалом для её дальнейшего развития.

Сегодня предпринимаются действия для того, чтобы решить многие актуальные задачи, связанные с развитием туристической отрасли.

*Список литературы*

1. Демьянская Д. В. Предпосылки развития туризма в Калининградской области // Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса. 2017. № 10. С. 25–29.
2. Инфраструктура Калининградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infrastruktura39.ru> (дата обращения: 01.10.2017).
3. Калининградская область в цифрах. 2014. Статистический сборник в 2 т. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области (Калининградстат). Калининград, 2014. Т. 1. 150 с.
4. Мишнина Е. И. Методологические подходы к исследованию развития туризма в регионе на устойчивой и комплексной основе // Эколого-географические проблемы регионов России. 2017. С. 289–293.

**УДК 338.484**

***Татьяна Сергеевна Жигалова,***

*магистрант,*

*Севастопольский экономико-гуманитарный институт – филиал  
Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского,  
г. Севастополь, Россия*

***Дмитрий Валерьевич Смирнов,***

*ст. преподаватель,*

*Севастопольский экономико-гуманитарный институт – филиал  
Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского,  
г. Севастополь, Россия*

**Разработка туров в Крым:  
проблемы и лимитирующие факторы**

В статье рассмотрены и проанализированы проблемы и негативные факторы, влияющие на разработку туров в Крым.

***Ключевые слова:*** тур, туристский продукт, средства размещения, транспорт, туристы, Крым

**Tatiana Sergeevna Zhigalova,**

*Master's Degree Student,*

*Sevastopol economic and humanitarian Institute (branch) of*

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University,*

*Sevastopol, Russia*

**Dmitry Valeryevich Smirnov,**

*Senior Lecture,*

*Sevastopol economic and humanitarian Institute (branch) of*

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University,*

*Sevastopol, Russia*

## **The Development of Tours to the Crimea: Problems and Constraints**

The article describes and analyzes the problems and negative factors influencing the development of tours to the Crimea.

**Keywords:** tour, tourist products, accommodation facilities, transportation, tourists, Crimea

Тур – основополагающая часть туристского продукта. Тур является результатом работы туристической компании и состоит из услуг транспорта, проживания, питания и досуга.

Процессу разработки туров должен предшествовать детальный анализ и оценка всех факторов, которые будут определять его востребованность и конкурентоспособность. К ним относятся факторы туристского спроса и предложения. Туристское предложение включает в себя:

- инфраструктуру (транспорт и объекты размещения);
- природные и культурные богатства;
- события (фестивали, ежегодные празднования и т. д.);
- наличие туристских организаций, квалифицированных кадров.

К спросу можно отнести характеристики турпотока – его объём, динамику, экономические характеристики, мотивы и т. д. Немаловажным здесь будет и анализ сезонности и продолжительности пребывания туристов [2].

Крым – прекрасное место для отдыха с хорошими погодно-климатическими условиями, разнообразной природой и богатым культурным наследием.

В настоящее время полуостров переживает переходный период, который отражается на всех сферах деятельности, в том числе и на туризме. В постсоветский период вопросам поддержания и

развития инфраструктуры туризма на полуострове уделялось крайне недостаточно внимания. Многие санатории и пансионаты пришли в упадок. Транспортная система и дороги в большинстве своём не соответствуют нуждам туристского региона. В настоящий момент, в рамках реализации ФЦП, эти проблемы решаются, что выведет туристскую отрасль Крыма на новый этап развития.

До вступления в состав Российской Федерации, 65 % туристов были с материковой Украины. Сейчас 95 % приезжих – россияне. Изменились и приоритеты туристов: цена осталась немаловажным, но не главным условием в выборе дестинации [4].

В нынешних реалиях сложно говорить о развитии региона как международного курорта. Политическая и социально-экономическая ситуация такова, что нельзя ждать массового наплыва иностранных туристов. Отсутствие сервиса, нехватка квалифицированных кадров, сложности с безналичным расчетом, информационная блокада и иные проблемы не способствуют возникновению интереса со стороны иностранцев.

При создании рейтинга самых популярных внутрироссийских направлений Ассоциация туроператоров России поместила Крым на 3 место. По опросам, большинство россиян хотели бы посетить регион. Остальные не решаются ехать по причине дороговизны, недостаточно развитого сервиса и инфраструктуры.

Спрос на туры в начале 2017 г., исходя из данных об онлайн-бронировании, ощутимо упал. Скорее всего, свое негативное влияние оказало увеличение цены на 10–15 % [7].

В 2016 г. в Крыму отдохнуло 5,5 млн человек, что на 21 % больше, чем за 2015 г. В 2017 г., из-за подобного спроса, цены на гостиницы и другие средства размещения значительно поднялись. В популярных отелях стоимость увеличилась практически на треть. В остальных на 15–20 %. Туристы из России готовы потратить больше, но и ожидают предоставления услуг надлежащего качества и будут сравнивать отдых на полуострове с ведущими отечественными и зарубежными курортами. В Крыму гостиниц с категорией в 2,5 раза меньше чем без неё. Из них четырех- и пятизвёздочные составляют около 12 %. Таким образом, основная доля коллективных средств размещения на туристском рынке полуострова принадлежит гостиницам и отелям низкой категории и без звёзд, что не удовлетворяет требованиям современного российского потребителя. Это также является негативным фактором.

Совокупное действие этих факторов привело к сокращению туристского потока на полуостров в текущем году. Исходя из статистических данных, на конец курортного сезона 2017 г., в Крыму отдохнули 4,7 млн человек. Это на 3,9 % ниже, чем за аналогичный период прошлого года [5].

Ещё одной причиной подобной тенденции, может быть увеличение стоимости перелёта и нестабильность в работе отдельных авиаперевозчиков (например, «ВИМ-АВИА»). Около 40 % приехавших в Крым людей использовали авиатранспорт. Цена же за перелёт неоправданно выросла на 15–20 %.

Подобные скачки в стоимости гостиниц и перелёта также отражаются и в конечной цене тура, тем самым провоцируя туристов ехать в регион в обход туристских компаний. Более 60 % туристов в этом году приехали в Крым без помощи турфирм [6].

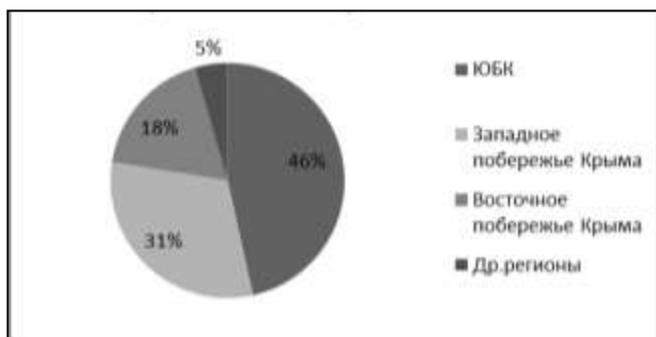
Еще одной немаловажной проблемой является значительная зависимость от погодных условий функционирования паромной переправы, услугами которой в 2016 году воспользовались 42,5 % туристов, направляющихся в Крым. Задержки и прекращение работы из-за шторма сильно усложняют работу турфирм. Каждый год количество паромов растёт, сама переправа модернизируется, что должно минимизировать время ожидания и дать больше возможностей для планирования. Но кардинально вопрос переправы через Керченский пролив решится лишь с вводом в 2018 г. Крымского моста.

В ходе анализа турпотока в регион, можно сделать вывод, что основными потребителями турпродукта в Крыму являются:

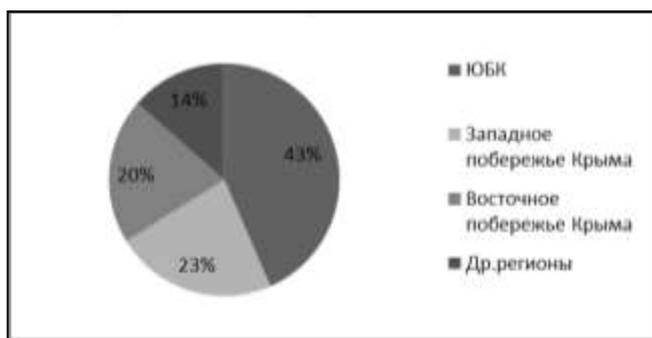
- семьи с детьми, люди в возрасте 35–45 лет и пенсионеры;
- жители Москвы, Санкт-Петербурга и Краснодарского края;
- основной мотив приезда – отдых на море;
- длительность отдыха – более 10 дней;
- тип размещения – частная квартира/дом, гостиница [6].

Также весьма неравномерно распределение туристов по регионам полуострова (рис.1,2). Больше всего людей отдыхают на ЮБК и западном побережье. На восточное побережье, несмотря на наличие объектов показа и хорошие погодно-климатических условия, приезжает значительно меньше туристов. Однако, анализируя представленные диаграммы, можно увидеть, что менее популярные в прошлом районы Крыма стали вызывать у туристов все больший интерес [5]. В числе причин такого тренда можно пред-

положить стремление найти более дешёвое размещение и поиск новых аттракций туристами, которые приезжают в Крым не в первый раз.



*Рис. 1. Распределение туристов по районам Крыма, 2016 г.*



*Рис.2. Распределение туристов по районам Крыма, 2017 г.*

Проведённый анализ позволяет выделить основные лимитирующие факторы в разработке и продвижении туров:

- отрасль туризма Крыма переживает в настоящее время период экономической и политической нестабильности;
- отсутствие капиталовложений и инвестирования в развитие туристской сферы в постсоветский период привело к значительному ухудшению состояния материально-технической базы туризма;

– неоправданный рост цен на услуги размещения и авиаперелёт в Крым приводят к сокращению объема турпотока на полуостров;

Все перечисленные факты говорят о несоответствии туристского предложения спросу, и остро ставят вопросы о развитии других направлений туризма, совершенствовании инфраструктуры, необходимости привлечения новых категорий туристов и планомерной целенаправленной работы по формированию положительного туристского имиджа полуострова.

*Список литературы*

1. Лайко М. Ю., Валединская Е. Н., Кошелева А. И. Анализ соответствия средств размещения Республики Крым российским и международным классификационным требованиям // Инновации и инвестиции. 2014. № 10. С. 279–283.

2. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме. М.: Финансы и статистика, 1999. 496 с.

3. Кошелева А. И. Туристско-рекреационный комплекс Крыма: проблемы и перспективы развития в переходный период // Регион: Экономика и Социология. 2015. № 3. С. 239–254.

4. Концепция развития туристско-рекреационного потенциала Крыма / под ред. М. Ю. Лайко. М.: Onebook, 2014. 274 с.

5. Министерство курортов и туризма Республики Крым «Статистические данные» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mtur.rk.gov.ru/rus> (дата обращения: 02.11.2017).

6. Официальный портал правительства. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mtur.gov.ru> (дата обращения: 05.11.2017).

7. Белая Д. Ассоциация туроператоров заявила о снижении спроса на отдых в Крыму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.crimea.kp.ru> (дата обращения: 07.11.2017).

*Павел Викторович Жуков,  
ст. преподаватель,  
Ленинградский государственный университет  
им. А. С. Пушкина,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

*Анна Юрьевна Кобылянская,  
студентка,  
Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Современные тенденции развития санаторно-курортной деятельности на примере Краснодарского края**

В статье рассматриваются тенденции развития лечебно-оздоровительного туризма в целом и санаторно-курортного лечения в Краснодарском крае в частности, приводятся мнения специалистов туроператорских компаний. Рассмотрены задачи и проблемы санаторно-курортного комплекса по итогам заседания Госсовета.

**Ключевые слова:** Краснодарский край, лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортная сфера

*Pavel Victorovich Zhukov  
Senior Lecturer,  
Leningrad State University A. S. Pushkin,  
Saint-Petersburg, Russia*

*Anna Yurievna Kobilanskaya,  
Student,  
Leningrad State University A. S. Pushkin,  
Saint-Petersburg, Russia*

### **Modern Trends of Development of Sanatorium-and-Spa Activity on the Example of Krasnodar Region**

The article examines the development trends of health tourism in general and sanatorium and resort treatment in the Krasnodar Region in particular, the opinions of specialists of tour operators are given. The tasks and problems of the sanatorium-and-spa complex following the results of the State Council meeting are considered.

**Keywords:** Krasnodar region, health tourism, sanatorium-resort sphere

Уникальная природа, эффективные методики лечения на наших современных курортах – это колоссальная база для повышения их конкурентоспособности, для того, чтобы они были востре-

бованы и российскими гражданами, и зарубежными гостями. Так же как у нас развивается въездной туризм, безусловно, может и должна развиваться санаторно-курортная сфера [7].

И одним из лидеров этой сфере является Краснодарский край, куда на лечение и отдых приезжают более 11 млн как соотечественников, так и гостей из-за рубежа. В их распоряжении – 1238 предприятий санаторно-курортной отрасли; 3292 отеля и первоклассных гостиниц; 554 базы отдыха; до 500 санаториев и пансионатов; 140 детских оздоровительных лагерей; 143 авто кемпинга; 55 охотничьих и рыболовных баз; 54 спортивно-туристических центра; свыше полу тысячи прекрасных и песчаных пляжей, горнолыжный курорт Красная поляна с мировым уровнем обслуживания и так далее [1].

Однако развитие в этой сфере сдерживается низким уровнем материально-технической базы большинства здравниц. По этой причине сейчас не используется почти 46 % площадей государственных санаториев [7].

Выделим тенденции развития лечебно-оздоровительного туризма в целом и санаторно-курортного лечения в Краснодарском крае в частности:

1. В последнее время рынок лечебно-оздоровительного туризма подвергся изменениям. Многие санаторные курорты края перестают быть местом оздоровления и отдыха лиц третьего возраста и становятся полифункциональными центрами оздоровления, рассчитанными на широкий круг потребителей.

2. Современные трансформация курортных центров Краснодарского края определены двумя обстоятельствами, во-первых, изменением характера спроса на лечебно-оздоровительные услуги. Во-вторых, переориентацией курортов края и сокращением их традиционной поддержки, например, финансовой, со стороны государства и муниципалитетов. Здравницы вынуждены диверсифицировать свой продукт, чтобы выйти на новые сегменты потребительского рынка и привлечь новых клиентов.

3. Сохраняя целебную функцию, курорты Краснодарского края делают более разнообразной программу пребывания пациентов, проводят спортивные и культурные мероприятия.

4. Санатории края предлагают широкий выбор комплексов оздоровительных и восстанавливающих услуг. Таким образом, в по-

следнее время в отелях у моря стала популярна талассотерапия – лечение морским климатом и купаниями в сочетании с солнечными ваннами [2].

Спрос на санаторно-курортное лечение в России в последние годы растет, продажи туров в этом сегменте увеличиваются. Появляется больше компаний, которые раньше занимались только выездным туризмом, а теперь обращают внимание на возможности этой ниши. По мнению коммерческого директора компании «Алеан» Оксаны Буллах, «в нашей стране это, по сути, единственный полноценный круглогодичный вид отдыха. По данным ВЦИОМ, интерес к нему практически равен интересу к пляжному туризму» [3]. По мнению же генерального директора компании «Дельфин» Сергея Ромашкина наблюдает незначительный рост продаж санаторно-курортных объектов. По курортам Краснодарского края в турфирме «Дельфин» отмечает единый рост турпотока на 25–30 %. В Анапе расценки возросли всего на 5 %, местные здравницы сделали правильные выводы после прошлогодней неудачи, считает эксперт. По оценкам Сергея Ромашкина, санатории Краснодарского края подорожали на 10 %, но средний чек вырос на 15 % [4].

К сожалению, по данным, основанным на официальных цифрах Росстата, Минздрава, Минэкономразвития и др., в 1991 г. в России насчитывался 7431 санаторий, а в 2016 г. – всего лишь 1211. Сокращение почти 84 %. Среднее количество дней пребывания в здравнице за этот же период уменьшился на 10 дней. И надо еще принимать во внимание, что деятельность санаториев нуждается в больших затратах, чем, например, гостиницы. Здравницы достигают точки безубыточности при загрузке 60 %, а отели – при 20 % [5]

После многих лет невнимания правительства к деятельности санаториев 26 августа 2016 г. на алтайском курорте Белокуриха прошло заседание президиума Госсовета, посвященное мерам по повышению инвестиционной привлекательности санаторно-курортного комплекса в Российской Федерации.

На заседание были озвучены задачи и проблемы, требующие своего незамедлительного решения:

1. Создать систему оценки российских курортов по аналогии со звездами гостиниц.

2. Одна из ключевых задач – создание благоприятной инвестиционной среды в курортных территориях.

3. Необходимо наделить Федеральное агентство по туризму полномочиями по продвижению услуг санаторно-курортного комплекса России на внутренних и мировых туристических рынках.

4. Минимизация негативного влияния на перспективах развития территорий, в связи с увеличением налога на землю [7].

Так, например, Российский союз туристической индустрии неоднократно поднимал вопрос о высокой нагрузке имущественных налогов, которую испытывает санаторно-курортный комплекс страны. Проблема действительно есть, но, по словам члена комитета СФ по социальной политике Игоря Фомина лежит в сфере ответственности региональных и муниципальных властей. «К сожалению, здесь действительно есть перебор: например, один крупный курортный муниципалитет установил ставку аренды на землю в семь раз выше, чем ставка земельного налога (11 % от кадастровой стоимости земли в год, а ставка земельного налога 1,5 %). Однако и на федеральном уровне есть возможность влиять на ситуацию, не нарушая права региональных и муниципальных властей. Санатории у нас не входят в разряд социально значимых объектов, изменить их статус – как раз задача правительства» [6].

Несмотря на все сложности, в этой сфере есть и положительные тенденции, например, к 2018 г. в России могут появиться пакетные туры по типу «все включено» на санаторно-оздоровительные курорты. Это предложение Национальной курортной ассоциации (НКА) разрабатывается совместно с Ростуризмом. Здравницам будет присвоена категория качества по типу звезд для отелей – премиум (А), бизнес (В), стандарт (С) и эконом (D) и после этого санаторий может попасть в специальный реестр Ростуризма, где будет разрешено продавать пакетные туры [8].

Всемирная туристская организация отмечает важность развития лечебно-оздоровительного туризма для современного общества и в этой связи подчеркивает необходимость проведения широкомасштабных исследований рынка отдыха и лечения, разработки и внедрения стандартов курортного обслуживания.

По оценкам, для восстановления и модернизации существующих санаториев потребуется порядка 37 миллиардов рублей. Цифры, безусловно, внушительные, и понятно, что с каждым годом, если ничего не делать, они будут только расти. Здесь трудно полагаться лишь на бюджетные средства, поэтому консолидация финансовых ресурсов, их активный поиск – одна из самых актуальных задач [7].

Необходимость развития курортов не исчерпывается их медико-социальной значимостью. Санатории расположены по всей стране, и для многих городов, районов и даже регионов они могут стать основой для роста экономики, совершенствования транспортной инфраструктуры, сервисных услуг.

*Список литературы*

1. Краснодарский край // Служба расселения Краснодарского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cpkk-krd.ru> (дата обращения: 25.11.2017).
2. Особенности лечебно-оздоровительного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.scicenter.online/mirovaya.ru> (дата обращения: 18.10.2017).
3. Вальцева А. У санаториев России появились новые клиенты, а с ними – и новые запросы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ratanews.ru> (дата обращения: 05.11.2017).
4. Панферова Н. Российские санатории не повторили взлета продаж первого полугодия 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru> (дата обращения: 22.11.2017).
5. Олег Мельник: «Санатории вновь должны стать частью культуры семейного отдыха» // RATA news: ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии. 2016. № 4186. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru> (дата обращения: 30.11.2017).
6. Ставцева С. Какие законопроекты в сфере туристической индустрии будут рассматриваться этой весной // RATA news: ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии. 2017. № 4289. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru> (дата обращения: 30.11.2017).
7. Госсовет РФ. В Белокурихе прошло заседание президиума Госсовета по развитию санаторно-курортного комплекса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ratanews.ru> (дата обращения: 23.11.2017).
8. Пакетные туры в санатории могут появиться в 2018 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iz.ru> (дата обращения: 30.09.2017).

УДК [[005.2:005.7]:339.138]:640.4

**Павел Александрович Заремба,**  
зав. кафедрой гостиничного и ресторанного дела,  
доктор экон. наук, профессор,  
Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР

**Вячеслав Павлович Заремба,**  
канд. экон. наук, доцент,  
Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР

### **Организационные механизмы маркетингового управления деятельностью гостиничного предприятия**

В данной работе рассматривается вопрос о создании интегрированной системы организационных механизмов маркетингового управления деятельностью предприятий гостинично-ресторанного хозяйства

**Ключевые слова:** маркетинговое управление, организационные механизмы, гостинично-ресторанное хозяйство

**Pavel Alexandrovich Zarembo,**  
Doctor of Economics Sciences, Professor,  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DNR

**Vyachslav Pavlovich Zarembo,**  
Candidate of Economics Sciences, Associate Professor  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DNR

### **Organizational Mechanisms For Marketing Management of a Hotel Company**

In this paper, the issue of creating an integrated system of organizational mechanisms for marketing management of the activities of hotel and restaurant enterprises is regarded.

**Keywords:** marketing management, organizational mechanisms, hotel and restaurant facilities

Интенсификация конкурентной борьбы за потребителя, ускорение научно-технического прогресса, турбулентность маркетинговой среды обуславливают необходимость поиска новых меха-

низмов совершенствования деятельности предприятий, в частности, совершенствование организации маркетингового управления. При таких условиях обеспечение эффективности организации маркетингового управления деятельностью предприятий гостинично-ресторанного хозяйства (ГРХ) становится возможным при использовании интегрированного подхода, в связи с чем возникает необходимость разработки интегрированной системы организационных механизмов маркетингового управления деятельностью предприятий ГРХ.

Интегрированная система организационных механизмов маркетингового управления деятельностью предприятий ГРХ представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых механизмов, направленных на обеспечение эффективной организации маркетингового управления деятельностью предприятий ГРХ.

Интегрированная система организационных механизмов маркетингового управления деятельностью предприятий состоит из шести механизмов:

- механизма адаптации организационной структуры маркетингового управления;
- механизма ресурсного обеспечения организации маркетингового управления;
- механизма организации маркетингового взаимодействия;
- механизма формирования организационной культуры маркетингового управления;
- контрольно-координационного механизма организации маркетингового управления;
- механизма организации и реализации стратегических изменений в системе маркетингового управления.

Анализ организационной структуры маркетингового управления необходимо осуществлять перманентно и комплексно. При анализе организационной структуры маркетингового управления целесообразно оценить степень соответствия организационной структуры концепции маркетингового управления, то есть насколько она ориентирована на маркетинг. Также необходимо определение степени соответствия управленческих процессов концепции маркетингового управления, то есть насколько концепция маркетингового управления применяется предприятием. В рамках анализа организационной структуры маркетингового управления целесообразно оценить организационную деятельность предприя-

тия, соответствие организационной структуры маркетингового управления внешней среде и целесообразность организационной структуры (по подчиненности, по численности, по результативности т. д.). Неотъемлемым направлением анализа должна стать оценка конгруэнтности организационной структуры, направленная на определение уровня его гибкости, устойчивости, открытости и оперативности.

После анализа организационной структуры необходимо разработать и реализовать программу адаптационных мер, которая должна включать меры по переориентации организационной структуры на маркетинг, совершенствование управленческих процессов и приведение их в соответствие с концепцией маркетингового управления, оптимизации организационной деятельности предприятия, приведение организационной структуры в соответствие с внешней средой, повышение целесообразности организационной структуры и повышение конгруэнтности организационной структуры, предусматривающие повышение ее основных характеристик.

Механизм ресурсного обеспечения организации маркетингового управления направлен на оптимизацию ресурсного обеспечения, является базисом для организации маркетингового управления. Он должен охватывать такие составляющие:

- информационное обеспечение организации маркетингового управления;
- кадровое обеспечение организации маркетингового управления;
- материально-техническое обеспечение организации маркетингового управления.

Механизм организации маркетингового взаимодействия направлен на установление и поддержание взаимовыгодных отношений с внешней и внутренней средой предприятия. Он должен охватывать такие составляющие:

- организация внешнего взаимодействия в системе маркетингового управления;
- организация внутреннего взаимодействия в системе маркетингового управления.

Механизм формирования организационной культуры маркетингового управления направлен на развитие и поддержку правил

поведения, традиций, ценностей гостиничного предприятия и т. д., что способствует повышению результативности работы сотрудников. Он должен охватывать такие составляющие:

- формирования поверхностного уровня организационной культуры;

- формирование глубокого уровня организационной культуры;

- формирование ядра организационной культуры.

Контрольно-координационный механизм организации маркетингового управления направлен на систематическое осуществление контроля результативности организации маркетингового управления и своевременные корректировки его составляющих. Он должен охватывать такие составляющие:

- контроль организации маркетингового управления;

- координация и корректировки организации маркетингового управления.

Механизм организации и реализации стратегических изменений в системе маркетингового управления направлен на обеспечение проведения своевременных и результативных стратегических изменений в организации маркетингового управления. Он должен охватывать такие составляющие:

- реализация стратегических изменений в системе маркетингового управления;

- управления сопротивлением стратегическим изменениям.

Использование данного подхода будет способствовать облегчению процесса анализа результативности стратегических изменений и своевременному определению проблем при реализации стратегических изменений.

Таким образом, внедрение организационных механизмов маркетингового управления будет способствовать повышению результативности организации маркетингового управления деятельностью предприятий гостинично-ресторанного хозяйства и обеспечению на этой основе конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

*Анастасия Владимировна Кириченко,  
ст. преподаватель,  
Омский государственный технический университет,  
Омск, Россия*

### **Оценка эффективности деятельности как составляющая анализа инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма<sup>1</sup>**

В статье раскрыто понятие «эффективность деятельности» для предприятий сферы туризма, дано обоснование актуальности исследований по данному направлению и предпринята попытка описать показатели, характеризующие данную экономическую категорию.

**Ключевые слова:** индустрия туризма, туристские ресурсы, инвестиционная привлекательность, рентабельность, эффективность деятельности, финансово-экономические показатели

*Anastasia Vladimirovna Kirichenko,  
Senior Lecturer,  
Omsk State Technical University,  
Omsk, Russia*

### **Evaluation of the Activity Effectiveness as a Component of the Analysis of the Investment Attractiveness of Tourism Enterprises**

In the article, the concept of “efficiency of activity” for tourism enterprises is disclosed, the rationale for the relevance of research in this area is given, and an attempt is made to describe the indicators characterizing this economic category.

**Keywords:** tourism industry, tourist resources, investment attractiveness, profitability, efficiency of operations, financial and economic indicators

Эффективность деятельности предприятий сферы туризма – это широкое понятие, отражающее успешность их финансово-хозяйственной жизни, конкурентоспособность в сложившихся экономических условиях, доходность бизнеса, а также составной частью инвестиционной привлекательности.

В общем данную экономическую категорию можно определить как отношение результатов деятельности турфирмы к понесенным затратам, направленным на достижение поставленных целей и задач, причем сопоставление можно произвести различными способами.

---

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-12-55007

Общий принцип построения системы показателей для анализа экономической эффективности финансово-хозяйственной деятельности можно представить в двух направлениях:

– ресурсный подход к оценке эффективности – достигнутые результаты финансово-хозяйственной деятельности (например, объём продаж, прибыль от продаж) сравниваются с показателями трудовых, материальных, финансовых и других видов ресурсов;

– затратный подход – результаты финансово-хозяйственной деятельности сравниваются с показателями текущих затрат на достижение данных результатов.

В экономической литературе в настоящий момент раскрыто достаточное количество показателей результативности, всесторонне характеризующих деятельность предприятий, в том числе и туристской индустрии, например: ожидаемый доход и риск; объёмы производства и продаж турпродуктов в натуральном и стоимостном выражении; чистая прибыль; издержки и себестоимость турпродукта; производительность труда; доля турпредприятия на рынке; уровень конкурентоспособности; престиж и репутация турфирмы срок окупаемости инвестиций; уровень инвестиционной привлекательности и др.

Описанные показатели выступают критериями сопоставления вариантов в процессе финансово-хозяйственной жизни предприятий. В связи с этим вместо термина «показатель», раскрывающего только определённую сторону деятельности предприятия, применим термин «критерий», который используется в качестве норматива для систематизации, оценки и разработки соответствующих мероприятий.

В ходе анализа эффективности деятельности туристского предприятия не возникает затруднений с оценкой количественных показателей, например динамика выручки, прибыли от продаж, себестоимости турпродуктов. Однако качественные показатели, например, такие как репутация и имидж турфирмы, квалификация сотрудников, удовлетворенность клиентов, объективно представить в цифровых значениях не представляется возможным. Поэтому значения подобных показателей выражается субъективно через экспертное мнение – устанавливаются баллы и производится балльная оценка.

Основываясь на результаты оценки эффективности деятельности туристского предприятия, есть возможность оказывать прямое влияние на текущее состояние основных экономических показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность, а также их динамику, осуществлять мониторинг и при необходимости корректировать неуправляемые процессы, составлять

программу стратегического развития турпредприятия, давать отдельные прогнозы, а также осуществлять оценку инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования.

На наш взгляд, представляется целесообразным использовать при проведении анализа инвестиционной привлекательности туристского предприятия систему показателей, объединённых в блоки: анализ финансовой привлекательности; анализ ресурсного потенциала и эффективности деятельности; анализ туристских потоков; анализ влияния сезонности на финансово-хозяйственную деятельность турпредприятия [1].

По мнению М. Мейера: «Оценка эффективности трудна сама по себе, если бы это было не так, эта проблема не стояла бы сегодня так остро» [2, с. 20].

Отметим, что практическая значимость анализа эффективности огромна, важнейшими направлениями использования его результатов являются: оценка успешности управления фирмой; формирование репутации и имиджа организации; мониторинг доступа на рынки капитала; целесообразность капитальных вложений, в том числе потенциальными инвесторами; формирование инвестиционной привлекательности турпредприятия.

Рекомендуем при проведении анализа эффективности турпредприятия определить: сезоны, в которых организация предполагает осуществлять свою деятельность; объём турпотока в натуральных единицах в каждый сезон; себестоимость и стоимость туристского пакета по выделенным ранее сезонам; затраты и выручку от продаж для каждого сезона отдельно и в целом за отчетный период; показатели эффективности деятельности предприятия посредством соотношения прибыли от продаж к общей величине затрат.

С целью количественного подхода эффективности применяемых ресурсов и текущих затрат на турпредприятии используются показатели рентабельности, которые раскрывают уровень прибыльности (убыточности) относительно определённой базы.

Как объективная экономическая категория рентабельность отражает прибыльность, доходность, является обобщённым показателем, многогранно раскрывающим деятельность предприятий туристской индустрии за определённый период времени.

Наиболее общую оценку уровня экономической эффективности деятельности турпредприятия дают показатели рентабельности собственного и авансированного капитала, а их рост в динамич-

ке рассматривается как положительная тенденция. На практике туристские организации наиболее часто используют показатель рентабельности затрат, который носит обобщающий характер. Показатели рентабельности, объединяя результативность текущей деятельности через показатели прибыли различных видов с показателями капитала, имущества, затрат, объема продаж и среднесписочной численности, отражают эффективность всего бизнеса.

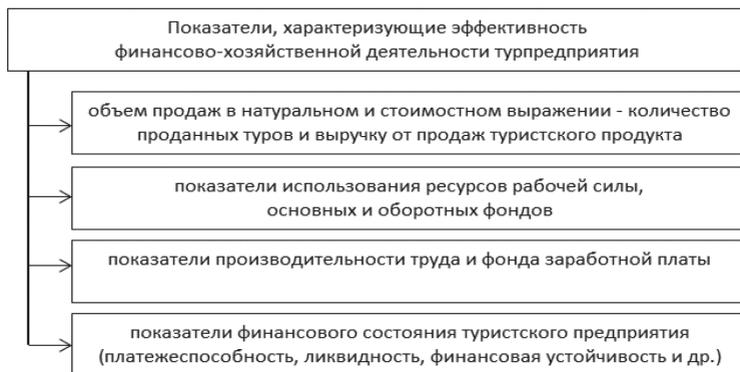
Все вышерассмотренные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятий туристской индустрии, скоррелированы между собой, поэтому изменение одного из показателей однозначно влечет за собой динамику других. Например, снижение себестоимости турпродукта приведет к повышению прибыли от продаж, повышение цен влечёт рост выручки от продаж и как следствие к росту различных показателей рентабельности.

Эффективность деятельности туристского предприятия, прежде всего, раскрывается через достигнутый уровень финансовых результатов. Неотъемлемой частью управления организацией является оценка финансового состояния, платежеспособности и финансовой устойчивости, осуществляемая через расчёт финансовых коэффициентов и показателей (рис. 1).



**Рис. 1.** Система экономических показателей, используемых в оценке финансового состояния турпредприятия

Таким образом, оценка эффективности финансово-хозяйственной деятельности турпредприятия может быть осуществлена посредством показателей, представленных на рис. 2.



**Рис. 2.** Система экономических показателей, характеризующих эффективность финансово-хозяйственной деятельности турпредприятия

Итак, расчёт и оценка показателей эффективности в совокупности позволяют всесторонне и углубленно исследовать экономическую результативность финансово-хозяйственной деятельности предприятий туризма. Подытожив вышеизложенное, следует отметить, что эффективное функционирование турпредприятий – прямое доказательство успеха туристского бизнеса, способного составлять конкуренцию в условиях рыночных изменений и повышенной рискованности, а также ключевой критерий инвестиционной привлекательности для потенциальных инвесторов.

#### *Список литературы*

1. Кириченко А. В. Методологические проблемы оценки инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма в условиях инновационной экономики // Научные ведомости Белгородского государственного университета Серия История. Политология. Экономика. Информатика, 2011. № 1. С. 45–56.
2. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса. М.: Вершина, 2004. 272 с.

*Алиса Игоревна Ляхова,*

*магистрант,*

*Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет,*

*г. Белгород, Россия*

**Синтез мониторинга и статистических данных  
как фактор развития социально-экономической ситуации  
на туристском рынке**

В статье рассматривается необходимость синтезирования метода мониторинга и статистических данных для выявления и прогнозирования развития социально-экономической сферы туризма.

**Ключевые слова:** метод мониторинг, социально-экономическое развитие, сфера туризма

*Alisa Igorevna Lyakhova,*

*Master's Degree Student,*

*Belgorod State National Research University,*

*Belgorod, Russia*

**Synthesis of Monitoring and Statistical Data as a Factor  
in the Development of the Socio-Economic Situation  
in the Tourist Market**

The article discusses the need for synthesizing the method of monitoring and statistical data to identify and predict the development of the socio-economic sphere of tourism.

**Keywords:** method of monitoring, socio-economic development, tourism sphere

В современных реалиях роль туризма имеет большое значение для экономической и социальной сферы. Прогноз и динамика развития туризма является составной частью развития экономики и социальной сферы, как отдельного региона, так и страны в целом. Данная взаимосвязь обуславливает повышение уровня жизни населения, повышение платежеспособности потенциальных потребителей и спроса на туристские услуги за счет стимулирования темпов роста отдельных отраслей.

На развитие туризма оказывают влияние различные факторы, которые необходимо учитывать при прогнозировании. Также новые экономические условия, трансформация учёта и статистики Российской Федерации к международной методологии, кроме того

разработанные Всемирной торговой организацией рекомендации в области статистики туризма привели к необходимости последующего развития данной области.

Так как статистические данные не всегда в полной мере и объективно отображают уровень развития региона и сфер экономики, что связано с размером выборки, усредненными показателями, с ошибками исследователя при проектировании и организации самого процесса исследования и т. п., для устранения подобных погрешностей кроме данных официальной статистики, необходимо использовать социологические методы исследования как различного рода анкетирования, опросы, интервьюирования.

Выбор типа и метода прогноза зависит от прогнозируемого показателя. Поэтому, в связи с тем, что любое моделирование и прогнозирование сопряжено с риском, который выявляется под влиянием непреодолимой силы, появляется проблема отражения степени их влияния на уровень развития туризма. Для составления плана развития отрасли и для построения прогнозов необходимы объективные статистические данные о развитии отрасли. Необходим переход к международной системе статистического учёта и создание системы социально-экономического мониторинга в туризме. Метод мониторинга помогает в систематическом отслеживании динамики роста или спада экономической ситуации на туристском рынке.

Большинство стран выделяют сферу туризма как самостоятельную отрасль в экономике. В России отсутствует эффективная методология сбора, обработки и анализа статистической информации, объективно отражающей степень развития данной отрасли, поэтому проблема проведения социально-экономического мониторинга процессов, происходящих в сфере туризма, весьма актуальна.

Если анализировать ряд определений мониторинга, существующее в настоящее время, то можно судить о том, что мониторинг чаще всего употребляется тогда, когда речь идёт о проведении ряда конкретных действий или некоторых смешанных мероприятий, осуществляемых на основе как теоретических, так и практических разработок, которые объединяются определением «мониторинговые» и служат для выяснения ситуации в той или иной области практики. При этом применяются традиционные средства сбора информации – наблюдение, исследование, сравнительный анализ, проверка, контроль.

Мониторинг – это часть системы управления различными уровнями экономики, которые позволяют получить объективную и своевременную информацию о внутренних и внешних изменениях по отношению к объекту управления условий, необходимую для принятия эффективных управленческих решений [1].

Мониторинг дает возможность в динамике отслеживать тенденции развития туристского рынка и оперативно вносить изменения в разработанные программы и планы развития индустрии туризма, а также выработать рекомендации по их корректировке, повысить результативность управления туристской отраслью.

К главным целям проведения мониторинга в туристской отрасли относятся: постоянное и систематическое отслеживание социально-экономических изменений в отрасли, своевременное выявление происходящих изменений, анализ факторов, влияющих на состояние изучаемой отрасли, своевременное предупреждение возможных неблагоприятных явлений и рисков, обнаружение проблем, разработка и внедрение мероприятий по их решению, планирование и прогнозирование направлений развития анализируемой сферы [2].

Туризм представляет собой сложную социально-экономическую организацию, которая представляет собой единство факторов производства, потребления туристских товаров и услуг, географических и природных условий. Процессы в этой системе протекают как по общим, так и специфическим закономерностям, которые напрямую связаны с особенностью культурных, географических, природных и социально-экономических факторов, что в итоге определяет направления развития инфраструктуры туризма на той или иной территории.

Информационное обеспечение необходимо для выработки мер государственного регулирования и управления развитием отрасли, корректировки государственной политики и принимаемых программных документов. Современная статистика, как на государственном уровне, так и региональном не дает достаточно полной картины состояния туризма. Более того, методологически еще не отработаны способы учета деятельности туристских организаций, разграничения учета потоков въездного, выездного и внутреннего направления.

Совершенствование системы мониторинга и статистического наблюдения необходимо, в первую очередь, с позиций получения реальной картины состояния отрасли, динамики её развития и до-

стижимости целевых ориентиров, предусматриваемых стратегий развития, оценки рисков и угроз для дальнейшего поступательного развития.

Рациональному использованию туристского потенциала и возможностей в социально-экономической сфере туризма необходимо уделить основное внимание, в первую очередь, для формирования положительной динамики туристского рынка, а именно: впоследствии возрастет доходная часть бюджета, что предоставит дополнительные квоты для рабочих мест, служащие источниками благосостояния местного населения, что станет способствовать социально-экономическому развитию и процветанию территории в целом. Однако для принятия надежных и верных управленческих решений необходимо обладать инструментом их экономической оценки, в противном случае невозможно будет отследить эффективность проводимых мероприятий по регулированию и поддержке отрасли.

Поэтому сочетание регулярных статистических данных и систематического проведение мониторинга туристской деятельности даст полную картину социально-экономического развития туристской сферы, что позволит обеспечить достоверной информацией государственные органы, инвесторов, заинтересованные в ней фирмы, простых потребителей тур услуг. Такое прогнозирование позволит определить основные тенденции развития отрасли, более рационально расходовать бюджетные деньги и развивать сферу туризм в целом.

#### *Список литературы*

1. Шишкин А. И. Сущность, задачи и принципы мониторинга социально-экономических процессов в регионе // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития, 2011. № 1. С. 16–30.
2. Якимова О. В. Применение мониторинга в туристской индустрии // Экономика, управление, финансы: материалы IV Междунар. науч. конф. 2015. С. 208–210.

*Светлана Игоревна Охременко,  
канд. тех. наук, доцент,  
Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского  
г. Донецк, ДНР*

### **Кооперация между предприятиями гостинично-ресторанной сферы: преимущества и недостатки**

В исследовании в контексте развития кооперации между предприятиями гостинично-ресторанной сферы рассматриваются вопросы преимуществ и недостатков кооперации, а также подход к разработке единой концепции кооперации.

**Ключевые слова:** кооперация, концепция, гостинично-ресторанная сфера

*Svetlana Igorevna Okhremenko,  
Candidate of Technical Sciences  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mikhail Tugan-Baranovsky  
Donetsk, DPR*

### **Cooperation between Enterprises of Hotel and Restaurant Sphere: Advantages and Disadvantages**

In the study, in the context of the development of cooperation between the hotel and restaurant enterprises, the issues of the advantages and disadvantages of cooperation are considered, as well as the approach to the development of a unified concept of cooperation.

**Keywords:** cooperation, concept, hotel and restaurant sphere

Для разработки научно-методических и практических положений развития кооперации между предприятиями гостинично-ресторанной сферы необходима систематизация основных предпосылок такой кооперации в виде единой концепции, представляющей собой систему взглядов и выражающей выбранную точку зрения или способ понимания, трактовки и видения процессов, связанных с развитием кооперационных связей между предприятиями гостинично-ресторанной сферы, а также представление основной системы идей и конструктивных принципов, реализующих авторское понимание достижения поставленной задачи [1].

В основу концепции целесообразно положить гипотезу исследования, представляющую собой частично обоснованное предположение о причинах, движущих силах, коренных свойствах и законо-

мерностях развития того или иного предмета, явления или процесса, которое временно принимается за истину, а затем обосновывается и доказывается в работе [2]. Следовательно, предложенная концепция развития кооперации между предприятиями гостинично-ресторанной сферы будет указывать направления достижения цели исследования – разработки методических и научно-практических положений развития кооперации между предприятиями гостинично-ресторанной сферы, а возможность достижения поставленных целей будет подтверждать выдвинутую гипотезу исследования.

В литературе по логике выделяются следующие элементы опровержения или доказательства гипотезы [3]: базис – исходные знания или данные, являющиеся основой для выдвинутого предположения; затруднение – проблемная ситуация, ставящая под сомнение гипотезу; предположение – логический конструкт, позволяющий подтвердить или опровергнуть выдвинутую гипотезу. Базисом гипотезы данного исследования является все более широкое распространение и положительный мировой опыт развития кооперации между предприятиями гостинично-ресторанной сферы; затруднение – крайне незначительный такой опыт в отечественной практике, а также низкая степень развития гостинично-ресторанной сферы в целом; предположение, выдвигающееся для подтверждения гипотезы – использование адекватного научного инструментария (включая экономический, экономико-математический, организационный и информационный), объединенного в единый организационно-экономический механизм, позволяет повысить привлекательность кооперации для предприятий гостинично-ресторанной сферы по сравнению с полностью независимым функционированием и отказом от сотрудничества с другими предприятиями данной сферы.

Таким образом, в работе утверждается, что применение инструментария кооперации к развитию сотрудничества между предприятиями гостинично-ресторанной сферы позволит повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности отдельных предприятий, повысить устойчивость как отдельных предприятий, так и их совокупности как сетевой структуры, будет способствовать распространению положительного опыта в отрасли, а также повысит удовлетворенность клиентов отдельных предприятий.

Анализ литературы показал, что классическим пониманием кооперации между предприятиями является организация взаимодействия, при которой определенное количество предприятий со-

вместно участвует в одном и том же или же в различных, но связанных между собой процессах производства или оказания услуг. Объективными предпосылками к кооперации является возможность объединить конкурентные преимущества (включая материальные и нематериальные ресурсы) участников, а также усилия для поиска и воплощения новых предпринимательских идей, создания новых возможностей для развития деятельности, регулирования и защиты операций и проектов, общего повышения результативности и эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Как показал анализ литературы, существующим подходам к развитию кооперации свойственен ряд концептуальных недостатков, которые препятствуют их использованию в качестве основы для создания инструментов развития кооперации в гостинично-ресторанной сфере. В частности, можно отметить следующие концептуальные недостатки:

- недостаточный учет особенностей гостинично-ресторанной сферы – многие подходы ориентируются в основном на производственные предприятия или другие сферы (потребительская кооперация и т. п.), однако развитие кооперации в гостинично-ресторанной сфере требует учета как особенностей производственного цикла данных предприятий, так и особенностей конкуренции в данной сфере (преимущественно конкуренция в рамках сегментов, а не рынка в целом);

- рассмотрение развития кооперации как самоцели – многие подходы рассматривают необходимость кооперации как нечто само собой разумеющееся без учета ее влияния на финансово-хозяйственные результаты предприятий, а также без учета потенциальных рисков для предприятий;

- тяготение к одной из двух крайностей (недостаточной формализованности или чрезмерной абстрактности) – ряд подходов представляет собой скорее практические «истории успеха», чем научно-методические положения, которые можно воспроизвести на практике, другие – абстрактные математические модели или абстрактные и чрезмерно универсальные наборы рекомендаций по развитию кооперации, причем оба таких подхода затруднительно использовать на практике в качестве инструментов поддержки принятия управленческих решений.

Таким образом, концептуальные положения развития кооперации в гостинично-ресторанной сфере нуждаются в дальнейшем

развитии в направлении того, чтобы стать основой для инструментария поддержки принятия управленческих решений, учета особенностей гостинично-ресторанной сферы и рассмотрения кооперации не как самоцели, а как одного из способов улучшения финансово-хозяйственных результатов предприятий и их устойчивости к кризисным явлениям.

*Список литературы*

1. Социология. Энциклопедия. М.: Книжный дом, 2003. 1312 с.
2. Гетманова А. Д. Логика. М.: Гаудеамус, 2007. 720 с.
3. Ивлев Ю. В. Логика. М.: Гаудеамус, 2016. 304 с.

**УДК 38.04.02**

***Всеволод Александрович Пимонов,***

*магистр,*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Перспективы развития въездного экстремального туризма в  
регионах российской Арктики**

Основным направлением въездного туризма в РФ в настоящее время является культурный туризм. Однако Россия обладает уникальным и пока нереализованным потенциалом в области экстремального туризма. В статье анализируются возможности и проблемы развития экстремального туризма в арктических регионах РФ.

***Ключевые слова:*** Арктика, экстремальный туризм, въездной туризм

***Vsevolod Aleksandrovich Pimonov,***

*Master,*

*St. Petersburg State University of  
Industrial Technologies and Design,  
St. Petersburg, Russia*

**Perspectives of Extreme Tourism Development in Russian Arctic  
regions**

Currently, cultural tourism is the main segment of Russian inbound tourism. However, other segments such as extreme tourism have also a great potential, not fully realized yet. The article analyzes potential and problems of extreme tourism development in the Russian Arctic.

***Keywords:*** extreme tourism, Arctic, inbound tourism

Россия считается перспективной страной с точки зрения развития международного туризма, хотя на фоне сырьевого сектора эта отрасль не рассматривается в качестве приоритетной. В настоящее время на сферу въездного туризма действуют разнонаправленные факторы. С одной стороны, ухудшение международных отношений и, как следствие, имиджа России для туристов, особенно из стран Запада, жесткая и бюрократизированная визовая политика, неразвитая туристическая инфраструктура и невысокий уровень сервиса в большинстве регионов. С другой стороны – выгодный для туристов обменный курс рубля, значительный туристический потенциал в сфере культурного и природного (экологического) туризма. Как следствие, туристическая отрасль РФ находится в состоянии стагнации. Так, за 2016 г. приток иностранных туристов сократился на 9 %.

Основным направлением въездного туризма (за исключением посещения родственников) выступает культурно-познавательный туризм, и потенциал роста этого сегмента для наиболее привлекательных рынков развитых стран выглядит незначительным. Для предприятий туристической отрасли это означает необходимость создавать новые туристические продукты, способные привлечь новые категории туристов. Одним из таких направлений является экстремальный туризм.

Экстремальный туризм предъявляет особые требования как к организации туристического бизнеса, так и к возможностям самих туристов. Последнее обстоятельство особенно важно для управления туристическим бизнесом, поскольку предполагает очень узкую сегментацию рынка и необходимость четко позиционировать бизнес, фокусируясь на конкретной целевой аудитории.

Ключевой характеристикой экстремального туризма, объединяющей целевые группы потребителей, является их готовность и желание к активному отдыху на природе, сопряженному со значительными физическими нагрузками, преодолением серьезных препятствий и повышенным рискам, – при сохранении достаточно высокого уровня комфорта, безопасности, экологической привлекательности дестинаций. Зарубежные исследователи сформулировали понятие «риск-туризма», отмечая его связь с такими индивидуально-значимыми характеристиками как самореализация, самоактуализация и самоуважение [3].

С другой стороны, потенциальный рынок экстремального туризма практически не пересекается с рынком культурного туризма,

что открывает дополнительные возможности по развитию данного направления въездного туризма.

Специалисты выделяют большое количество направлений экстремального туризма: водный (виндсерфинг, дайвинг, рафтинг и др.), наземный (авто-мототуризм, спелеология, геокешинг и др.), воздушный (бейсджампинг, парашютный спорт, скайсерфинг и др.), горный (альпинизм, горные лыжи, маунтибайк, сноубординг и др.), экзотический (джайлоо, космический, полярный) [1].

С точки зрения развития внутреннего туризма, все названные направления могут успешно развиваться в России, с учетом региональной специфики и имеющейся инфраструктуры. Однако с точки зрения развития въездного туризма, ситуация не так очевидна. В большинстве направлений, российская туристическая отрасль обладает низкой конкурентоспособностью по сравнению с другими странами, из-за относительно низкой доступности наиболее интересных дестинаций, высокой стоимости, неразвитой инфраструктуры, организационных сложностей. Не случайно рынок экстремального туризма в России оценивается всего в 1 % от общего объема рынка туристических услуг [2], даже с учетом внутреннего рынка.

Одним из наиболее перспективных направлений, с точки зрения развития въездного экстремального туризма, является арктический туризм. Арктический туризм, предполагающий организацию туров в полярные территории и акваторию Северного ледовитого океана, привлекает все возрастающее внимание специалистов и активно развивается в таких странах как Исландия, Дания, Швеция и др. [3].

Для России, около 20 % территории которой занимают арктические и субарктические территории, это направление представляет особый интерес не только для арктических регионов (Мурманская область, территории Коми, Якутии, Красноярского края, Архангельской области, Ненецкого, Чукотского и других автономных округов), но и страны в целом. Сформулируем основные преимущества и проблемы развития въездного арктического туризма в РФ.

С точки зрения государства, арктический туризм может способствовать:

- развитию российской Арктики как стратегического региона;
- диверсификации экономики Арктической зоны РФ;
- устойчивому развитию арктических территорий, в том числе защите интересов коренных народов;

– демилитаризации АЗРФ, что важно с точки зрения как обороноспособности, так и имиджа страны за рубежом.

Естественные преимущества России в области арктического туризма связаны с: большими полярными территориями и разнообразием потенциальных дестинаций и туристических продуктов (от джайлоо-туризма в полярных регионах до путешествий на Северный полюс или по СМП); уникальным ледокольным флотом и фактическим контролем над навигацией по СМП; наличием в полярном регионе крупных городов и пунктов обеспечения; интересом к АЗРФ со стороны Китая, который одновременно является и растущим «поставщиком» туристов.

Основными проблемами, в свою очередь, следует считать: приоритетность использования АЗРФ в целях развития сырьевого сектора, обороноспособности, а также обеспечения «Северного завоза»; недостаточный уровень развития транспортной, коммуникационно-навигационной и поисково-спасательной инфраструктуры в АЗРФ; значительные административные барьеры для работы коммерческих туристических структур в АЗРФ. Самостоятельной проблемой является также система управления туризмом в РФ. В настоящее время управление отраслью находится в подчинении Минкульта, который не обладает компетенциями, необходимыми для развития данного направления.

С точки зрения организаций туристической отрасли, потенциал экстремального арктического туризма связан, прежде всего, с возможностью разработки уникальных туристических продуктов, конкурентоспособных на мировом рынке, а также получения поддержки со стороны государства, интеграция в программы стратегического развития АЗРФ.

К числу основных сложностей и проблем, стоящих перед российскими фирмами, относятся, прежде всего, высокие затраты на создание и обслуживание маршрутов и, соответственно, необходимость ориентироваться на высокодоходные группы потребителей. Это, в свою очередь, предполагает высокие требования к качеству обслуживания. Важной проблемой является дефицит квалифицированных кадров; частично эта проблема может решаться за счет сотрудничества с любительскими туристическими клубами. Кроме того, для развития данного направления исключительную важность для турфирм играет GR, то есть, отношения с государственными органами.

Таким образом, экстремальный туризм в АЗРФ обладает высоким потенциалом, особенно привлекательным для арктических регионов РФ. Это направление является высокотехнологичным и способствующим созданию уникальных продуктов и развитию уникальных компетенций. Однако реализация этого потенциала требует заинтересованности и активной скоординированной работы со стороны всех вовлеченных субъектов: различных государственных органов, в том числе Администрации СМП и Росатомфлота, региональных органов управления, а также предприятий туристической отрасли.

*Список литературы*

1. Акимова М. А., Рубан Д. А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации // Географический вестник. 2016. № 1. С. 95–103.
2. Волхонская Г. П., Мусахметова А. С. Экстремальный туризм России: история развития // Омский научный вестник. Серия: Общество. История. Современность. 2016. № 1. С. 17–20.
3. Arctic Tourism Experiences: Production, Consumption and Sustainability. Ed. by Y.-S. Lee, D. B. Weaver and N. K. Prebensen. Boston: CAB International, 2017.
4. Holm M. R. et al. Risk-tourism, risk-taking and subjective well-being: A review and synthesis // Tourism Management. 2017. Vol. 63. P. 115–122.

**УДК 338.482.22**

*Наталья Владимировна Рудакова,  
канд. социол. наук, доцент,  
Иркутский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия*

**Рекомендации по оптимизации функционирования  
туристского комплекса на Маломорском побережье  
оз. Байкал (район д. Сарма)**

В работе представлены результаты социологического исследования, направленного на решение следующих задач: 1) с одной стороны, определить аттрактивные ресурсы местности для развития туризма, с другой стороны, обозначить факторы, сдерживающие развитие туризма на территории; 2) выявить отношение местного населения и отдыхающих к обустройству экотропы в Сарминское ущелье; 3) выявить потребность туристов и резидентов в строительстве визит-центра в деревне Сарма.

**Ключевые слова:** экологический туризм, социологический опрос, визит-центр, экотропа, проблемы туризма

*Natalya Vladimirovna Rudakova,  
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia*

### **Recommendations for Optimization of Functioning of the Tourist Complex on the Maloe Sea Shore of the Baikal Lake (area of the Sarma Village)**

The paper presents the results of sociological research aimed at solving the following tasks: 1) on the one hand, to identify attractive resources of the area for tourism development, on the other hand, to identify factors constraining the tourism development within the territory; 2) to identify the attitude of the local population and tourists to the arrangement of the ecotrail to Sarminskoe gorge; 3) to identify the tourist and residents demand in the construction of the visitor centre in the village Sarma.

**Keywords:** ecological tourism, a sociological study, visitor center, ecotrail, the problems of tourism

Деревня Сарма расположена на западном побережье в средней части озера Байкал. Эта территория известна как Приольхонье или западное побережье пролива Малое Море. В административном отношении д. Сарма входит в состав Ольхонского района Иркутской области. Маломорское побережье о. Байкал в районе д. Сарма – это территория, включающая в себя природные и историко-культурные рекреационные ресурсы, объекты туристской инфраструктуры, в том числе турбазы, палаточные лагеря, экологические тропы. В пределах обозначенной территории располагаются более 30 турбаз, многочисленные палаточные лагеря «диких» туристов, проходят несколько не обустроенных туристских троп. В настоящее время перед территорией остро стоят вопросы охраны и рационального использования рекреационных ресурсов при осуществлении туристской деятельности; прогнозирования и распределения туристских потоков; проектирования новых туристских маршрутов и экскурсионных программ [1, с. 3].

Среди мер по решению существующих задач можно назвать планируемое строительство визит-центра в деревне Сарма и обустройство экологических троп. Первым этапом по реализации этих проектов стало проведение социологического исследования, направленного на выявление отношения местных жителей и туристов к обустройству экологической тропы в Сарминское ущелье и строительству визитно-информационного центра в районе дерев-

ни Сарма. В программе социологического исследования были поставлены следующие задачи: 1) с одной стороны, определить аттрактивные ресурсы местности для развития туризма, с другой стороны, обозначить факторы, сдерживающие развитие туризма на территории; 2) выявить отношение местного населения и отдыхающих к обустройству экотропы в Сарминское ущелье; 3) выявить потребность туристов и резидентов в строительстве визит-центра в деревне Сарма. При проведении исследования применялись методы анкетирования (случайная выборка) и интервьюирования.

В районе исследования было опрошено 102 туриста, из которых 71 разместилось на турбазах и 31 – в палатках на берегу Байкала. В деревне Сарма было опрошено 23 местных жителя (22 бурята и 1 русская).

По результатам опроса могут быть сделаны следующие выводы.

Среди главных факторов привлекательности территории Сармы туристами были названы:

- красота и уникальность природы (47 %);
- транспортная доступность (22 %);
- теплая вода в заливах (15 %).

Район Сармы является популярным местом отдыха для туристов и имеет перспективы для дальнейшего развития туризма. 62 % туристов бывали в районе Сармы раньше, 38 % приехали впервые. 86 % опрошенных собираются приезжать в эти места и в будущем.

Среди факторов, сдерживающих развитие туризма, респондентами были отмечены следующие: отсутствие организованного сбора и вывоза мусора с популярных мест отдыха туристов; отсутствие организованной охраны; небольшое количество познавательных и развлекательных мероприятий.

При ответе на вопрос о строительстве экотропы в Сарминское ущелье мнения туристов и местных жителей разделились. 67 % опрошенных туристов хотели бы воспользоваться оборудованной экотропой в Сарминском ущелье. Большинство местных жителей (61 %) отнеслись к проекту строительства отрицательно, ссылаясь на сакральность этого места с точки зрения буддийской религии.

Выдержка из интервью с жительницей деревни Сарма.

«Интервьюер: Как вы относитесь к проекту строительства экотропы?»

Людмила: Это священные места и если в любое сакральное место приходят люди, то уже теряется смысл. Я против. К тому же, неизвестно еще, как это скажется на человеке, на том, кто это место посетит...»

При этом 65 % жителей Сармы положительно относятся к развитию туризма и увеличению потока отдыхающих и не против строительства визит-центра. Большинство жителей (70 %) заинтересованы в развитии туризма в районе Сармы и выразили желание предоставлять туристические услуги:

- 78 % готовы предоставлять жилье;
- 43 % хотели бы проводить культурно-познавательные мероприятия;
- 22 % хотели бы сопровождать туристов в походах.

Информация о данных услугах могла бы предоставляться визит-центром туристам, 80 % которых выразили желание воспользоваться услугами такого центра.

Для дальнейшего эффективного развития туризма на маломорском побережье Сарма необходимо разработать организационную систему сбора мусора и установить соответствующие информационные знаки. Планируемый визит-центр может взять на себя работу по информированию туристов о проводящихся экологических проектах и программах в районе Сармы, о волонтерских возможностях.

В связи с преобладанием отрицательного отношения к строительству тропы со стороны местных жителей необходимо провести информирование местного населения о проекте строительства экотропы, а также объяснить содержание таких понятий как «экотропа», «экотуризм» и «визит-центр» посредством презентаций.

Район Сармы является популярным местом отдыха и имеет перспективы для развития туризма. Данные исследования показывают, что проектируемая экотропа и визит-центр будут активно посещаться туристами. Оборудование экотропы в Сарминское ущелье повысит туристские возможности территории, приведет к росту активности со стороны туристов, строительство визит-центра в районе деревни Сарма позволит собирать информацию, необходимую для прогнозирования и распределения туристских потоков, разрабатывать новые туристские маршруты и экскурсионные программы.

*Список литературы*

1. Абалаков А. Д., Дроков В. В., Панкеева Н. С. Организация научно-учебного полигона «Сарма» в Байкальском регионе // Известия Иркутского государственного университета. Сер. Науки о Земле. № 2. 2012. С. 3–13.
2. Рудакова Н. В. Сергеева И. С. Перспективы развития экологического туризма в районе научно-учебного полигона «Сарма» (Маломорское побережье озера Байкал) // Сборник работ по материалам конференции «Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты». Иркутск: ЦентрНаучСервис, 2014. С. 161–164.

**УДК 379.85:796.5**

***Ксения Александровна Чепрасова,***  
*магистрант,*  
*Национальный исследовательский*  
*Томский государственный университет,*  
*г. Томск, Россия*

***Людмила Сергеевна Косова,***  
*канд. географ. наук, доцент,*  
*Национальный исследовательский*  
*Томский государственный университет,*  
*г. Томск, Россия*

**Пути оптимизации межсезонного периода в Крыму**

В данной работе рассматриваются альтернативные варианты пляжному отдыху в Крыму в межсезонный период и меры, которые уже принимаются для привлечения туристов в данный регион в межсезонье.

***Ключевые слова:*** Крым, межсезонье, туризм, экскурсионные маршруты

***Ksenia Aleksandrovna Tcheprasova,***  
*Master's Degree Student*  
*National Research Tomsk State University,*  
*Tomsk, Russia*

***Ludmila Sergeevna Kosova,***  
*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*  
*National Research Tomsk State University,*  
*Tomsk, Russia*

**Ways to optimize the off-season in the Crimea**

This paper discusses the alternatives to a beach vacation in the Crimea in the off-season and the measures already taken to attract tourists to the region in the off-season.

***Keywords:*** the Crimea, the off-season, tourism, sightseeing tours

В настоящее время период межсезонья в Крыму слабо используется. По статистическим данным за 2016 г. доля туристов, посетивших полуостров в период с ноября по апрель (то есть в период межсезонья), составила всего 15 % от общего числа отдохнувших за год [1]. Такая ситуация может объясняться следующими причинами: устаревшая инфраструктура, транспортная зависимость, непризнание многими странами Крыма в составе России и сложившийся стереотип о том, что Крым можно посещать только в высокий сезон.

Альтернативой туризма, связанного с отдыхом у моря в Крыму, могут стать следующие виды туризма:

1. Лечебно-оздоровительный туризм, организованный на базе 767 объектов размещения санаторно-курортного комплекса вместимостью 156,5 тыс. [6], а также на основе 24 млн м<sup>3</sup> лечебных грязей и 23 разведанных источников минеральной воды.

2. Познавательный туризм, включающий более 200 экскурсионных маршрутов, разработанных на основе 89 памятников природы и 219 объектов исторического наследия. Наряду с посещением классических достопримечательностей предлагаются экскурсии с новогодней и рождественской атрибутикой [8].

3. Гастрономические туры на основе национальных крымско-татарских блюд и модной новинки местных рестораторов – «local food» – блюдо, приготовленных исключительно из крымских продуктов [11].

4. Горнолыжный отдых в зимний период на горнолыжных курортах плато Ай-Петри, на Ангарском перевале [11].

5. Экстремальный туризм на нагорье Караби в Восточном Крыму, где в январе-феврале снежный покров достигает глубины 1,5–2 м, постоянны леденящие ураганные ветры и метели, а также значительная удалённость от населённых пунктов. При хорошей оснащённости современным туристским снаряжением и под руководством опытного инструктора такие сложные туры могут стать достаточно привлекательными для любителей острых ощущений [3].

В настоящее время многое делается для привлечения туристов в Крым в межсезонье:

1. Планируется открытие гастрономического фестиваля в Севастополе с представлением бренда «Понтийской кухни», включающей в себя кухни всего черноморского региона [9].

2. Планируется развитие делового туризма в межсезонье. Представители MICE-компаний считают, что в Крыму нужно со-

здать конгресс-бюро. Оно сможет объединить гостиницы, организаторов конгрессов, транспортные компании [5].

3. Для популяризации Крыма, как места событийного туризма, создаётся специальный промо-сайт «Рождество в Крыму», который освещает все программы новогодних праздников на полуострове; формируются реестры средств размещения и объектов экскурсионного показа, работающих в период низкого туристского сезона [11].

4. Отели и пансионаты разного уровня ежегодно присоединяются к крымской программе поддержки внутреннего туризма «Крым круглый год». Открываются новые санатории и отели, которые функционируют круглый год и работают по системе «всё включено» [4].

5. С 2015 г. в рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.» осуществляется финансирование на создание туристско-рекреационных кластеров: «Детский отдых и оздоровление» (г. Евпатория), «Лечебно-оздоровительный отдых» (г. Саки), кластер в районе озера Чокракское (п. Курортное), «Черноморский» (Черноморский р-н), «Коктебель» (пгт. Коктебель) [2].

6. Возможна разработка экскурсионных маршрутов различной тематики и продолжительностью в среднем до 7 дней:

– *Экскурсионный тур «По местам киносъемок»* включает в себя места и объекты, участвовавшие в съемках кинофильмов: пещерный город Чуфут-Кале (в нём были сняты фильмы «Роксолана», «Финист – ясный сокол», «Али-баба и сорок разбойников»); Херсонес Таврический и Балаклава (известны по картинам «Сказка о царе Салтане», «Десять негрятят», «Приключения Буратино»); Южный берег Крыма – Ялта, Форос, бухта Ласпи, Ливадийский и Алушкинский Дворцы, Ласточкино гнездо (стали площадкой для съёмок работ «Человек-амфибия», «Кавказская пленница», «Дети капитана Гранта» и др.).

– *В экскурсионный тур «Многообразие народов Крыма»* вариативно включаются греческий этнографический центр «Карачоль» в с. Чернополье Белогорского района, немецкий клуб «Кроненталь» в с. Кольчугино Симферопольского района, армянский этноцентр «Сурб-Хач» в г. Старый Крым, крымско-татарские центры в сёлах Танковое, Соколиное, Богатое ущелье, Заречное, Морское и т. д. Тур может включать в себя не только посещение музеев

и «священных мест», но и дегустацию национальных блюд, участие в национальных праздниках.

– *Экскурсионный тур «Загадочный Крым»* может быть разработан специально для приверженцев эзотерики и мистики и включать в себя посещение таких мест, как мыс Меганом возле Судака, где с высоты птичьего полёта можно увидеть большие кольца, периодически обретающие свечение; мыс Айя в Балаклавском районе, славящийся своей сильной положительной энергетикой; храм Солнца в районе г.Ильяс-Кая, Ласпинская долина; г.Аю-Даг, где в тёмное время суток туристы чувствуют необъяснимый страх и панику, сталкиваются со слуховыми и зрительными галлюцинациями; Скельские менгиры в с. Родниковое, закрепившие за собой звание «Крымского Стоунхенджа»; пещерные города Бахчисарайского района (Мангуп-Кале, Эски-Кермен, Чуфут-Кале, Качи-Кальон, Бакла и Тепе-Кермен), где зимой можно наблюдать «холодные молнии»; долину Привидений и долину реки Сотеры близ Алушты с каменными грибами причудливой формы и др.

– *Экскурсионный тур «Виноделие и кухня Крыма»* может быть разработан на основе следующих объектов: заводы виноделия «Массандра», «Инкерман», «Коктебель», «Новый Свет»; усадьба «Кефало Врисы» в Балаклаве, специализирующаяся на приготовлении оригинальных блюд из черноморской рыбы; страусиная ферма в с.Денисовка Симферопольского района; ферма «Чудо-ослик» в с.Залесное Бахчисарайского района [12]; сафари-ранч «Козья балка», где можно познакомиться с тандырной кухней (мясо, рис, овощи, хачапури по-аджарски из тандыра); Никитский ботанический сад с дегустацией продукции, произведенной из выращенных в саду местных и экзотических растений; солепромысел «Крымская царская соль» на солёном озере Сасык-Сиваш и т. д. [7].

По полученным данным исследования можно сделать вывод, что определённо уже делаются шаги на пути к решению проблемы привлечения туристов в Крым в межсезонный период для более равномерного распределения потоков туристов в течение года (развитие делового туризма в межсезонье; формирование реестров средств размещения и объектов экскурсионного показа, функционирующих в период низкого туристского сезона; открытие круглогодичных отелей и пансионатов; разработка новых и реализация существующих экскурсионных маршрутов, рассчитанных на данный сезон и т. д.).

### *Список литературы*

1. Ежемесячная справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым в течение 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 07.11.2017).
2. Информация об итогах реализации мероприятий Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.» в части создания туристско-рекреационных кластеров на территории Республики Крым за 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 08.09.2017).
3. Крым в межсезонье [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tour-rizm.ru> (дата обращения: 08.11.2017).
4. Крым круглый год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.partenit.ru> (дата обращения: 05.11.2017).
5. Крым планирует развивать деловой туризм в межсезонье [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourism.interfax.ru/ru/news/articles/36537> (дата обращения: 08.11.2017).
6. О развитии туристской отрасли в Республике Крым в 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
7. Палитра вкусов Крыма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://palitra.sunnycrimea.com> (дата обращения: 08.11.2017).
8. Презентация санаторно-курортного и туристско-рекреационного потенциала Республики Крым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 07.11.2017).
9. Руководство Севастополя рассказало, чем город будет привлекать туристов в межсезонье [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourprom.ru> (дата обращения: 08.11.2017).
10. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 (Проект), Ассоциация предпринимателей сферы гостеприимства Крыма Немецкое товарищество технического сотрудничества (GTZ) Министерство курортов и туризма АР Крым / под рук. И. М. Яковлева. Симферополь: 2011. 75 с.
11. Тимошина Ю. В., Смирнов Д. В. Возможности зимнего отдыха к Крыму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru> (дата обращения: 08.11.2017).
12. Тимошина Ю. В., Смирнов Д. В. Тематические экскурсии как способ решения проблемы сезонности в Крыму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.edrj.ru> (дата обращения: 08.11.2017).
13. Туристско-рекреационный потенциал Крыма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zahidkurort.com/stati/turistsko-rekreacziornyij-potenczial-krayma/> (дата обращения: 27.11.2017).

**Яна Константиновна Конушкина,**

*студентка,*

*Российская академия народного хозяйства и государственной  
службы*

*при президенте Российской Федерации,*

*г. Москва, Россия*

### **Изобретения Томаса Кука и развитие мировой индустрии туризма**

На сегодняшний день туризм – наиболее растущая сфера в экономике. В мировом масштабе ежегодно в путешествие отправляются сотни миллионов человек. Но не все знают, что отцом туристического бизнеса является Томас Кук. Выделяются основные туристические принципы, придуманные Томасом Куком, которые существуют до сих пор.

**Ключевые слова:** Томас Кук, контора Кука, туризм, история туризма, интурист, путешествие, мировая индустрия туризма

**Yana Konstantinovna Konushkina,**

*Student,*

*Russian Academy of National Economy and Public Administration,*

*Moscow, Russia*

### **Thomas Cook's inventions and development of the world tourism industry**

Nowadays , tourism is the most growing sphere of economy. Globally hundreds of millions of people travel every year. But not everyone knows that Thomas Cook is a father of travel business. There are some main tourist principles, invented by Thomas Cook, which are actual today.

**Keywords:** Thomas Cook, Cook's office, tourism, tourism history, intourist, travel, world tourism industry

«Закажем билеты в конторе Кука» – для большинства жителей нашей планеты именно с этой фразы начиналось интересное и, несомненно, комфортное путешествие. Я считаю, что заслуга Томаса Кука заключается в том, что он смог предоставить возможность путешествовать другим людям, создав первую туристическую компанию в мире и заложив основы индустрии путешествий.

Томас Кук – сын небогатого фермера – родился 22 ноября 1808 г. в английской деревне Мельбурн. Из-за смерти отца он начал работать с раннего детства. В возрасте 18 лет он стал баптистским проповедником и одним из активистов местного общества трезвости. [1] Позже начинает публиковаться в сектантских журналах, а

также ведёт активную антиалкогольную деятельность. Его охватила жажда миссионерской деятельности, которая заставляла его совершать активные и частые поездки по всей стране. В дневнике Томаса Кука есть запись, которая говорит о том, что только за 1829 г. ему удалось преодолеть 2692 мили, большую часть которых (2106) – пешком. Однако доход от этих мероприятий был невелик. Фонды обычно пополнялись за счёт взносов верующих, однако в 1830 г. финансы баптистской ассоциации города Лафборо исчерпались [2].

7 основных принципов Томаса Кука

1. Принцип организации туров

В 1840 г. появился железнодорожный рейс Лондон – Рагби. Плод прогресса, вызывавший у публики восторг, был достаточно дымным и не слишком комфортным. Однако желание опробовать новый транспорт было у немногих, потому что, по моему мнению, это был в своем роде экстрим. Но Томасу Куку удалось верно оценить всю сложившуюся ситуацию и все возможности, поэтому вскоре он встретился с управляющим Midland Railway – железнодорожной компании Великобритании – и убедил его сделать скидку соратникам Кука, если они наймут поезд. Ему был необходим состав, чтобы участвовать в ежеквартальном съезде активистов трезвости в Лафборо, в 12 милях от Лондона. Ярые абстиненты заинтересовались идеей Кука и согласились. Тем более сама поездка включала в себя и развлечения, и еду, и это обходилось в небольшую сумму – 1 шиллинг. В итоге от путешествия в восторге были все — и первые туристы, и владельцы железнодорожной компании, получившие хорошую рекламу. Но больше всех был доволен Томас Кук, позже он скромно записал в своём дневнике: «Я имел честь возглавить первую публичную железнодорожную экскурсию в истории Англии». Поэтому день 5 июля 1841 г. можно считать днём рождения туризма. [1] В 1845 г. Томас Кук решает провести первую массовую коммерческую экскурсию из Лондона в Ливерпуль. Уже на тот момент у него был большой опыт и безупречная репутация. Поэтому люди с удовольствием приняли предложение посмотреть другой город за небольшую плату и со всеми удобствами. Ливерпульское турне получило большой успех, и после него создаются туры в Ирландию, Уэльс, а также на остров Мэн.

2. Первая туристическая компания в мире

В 1851 г. Кук был первым в мире, кто создал туристическое предприятие – Бюро путешествий или Travel agency Thomas Cook & Son, которое стало самым известным «брэндом» в туристиче-

ском мире. Индустрия туризма усиленно развивалась, и Кук решил задуматься об организации туров за пределы Англии [4].

### 3. Дорожные чеки

Ещё одним изобретением Кука являются дорожные чеки – целевые денежные суррогаты, которые оплачиваются наличными деньгами владельцу в момент предъявления. Деньги выплачивают по официальному курсу в валюте той страны, где чек предъявлен к оплате. Я думаю, что главным достоинством является то, что чек защищает владельцев от потери денег во время поездки. Даже в случае пропажи чека правонарушителю не удастся получить по нему деньги, так как чек именной. Компания Thomas Cook, которой принадлежит 30% мирового рынка, занимает второе место в мире (и первое за пределами США) по крупнейшему эмитенту дорожных чеков. По последним данным ежегодный уровень продажи составляет около 16 млрд долларов США [5].

### 4. Буклеты и путеводители

Томас Кук ещё для своих первых клиентов готовил особые буклеты, где описывалась поездка и все запланированные для посещения места. Позже, когда туризм перешёл от внутреннего к международному, Кук стал создавать и выпускать путеводители, в которых была информация об достопримечательностях, правилах поведения и обычаях в стране пребывания. Под этой маркой выпускаются путеводители различных серий: Traveller's, CitySpots, Independent travellers и другие, которые рассчитаны на разные аудитории. Всего существует несколько тысяч путеводителей по более чем 60 странам, переведённые на сотни языков [6].

### 5. Чартерные рейсы

Компания Thomas Cook & Son была первым туроператором, которая воспользовалась авиацией для перевозки туристов. Первый перелёт клиентов Томаса Кука произошел в 1919 г. На этот момент дело Кука продолжали его сыновья.

### 6. Принцип «Всё включено»

Наблюдая за хронологией новшеств, создаваемых Томасом Куком, можно отметить, что с каждым разом он пытался сделать путешествие своих клиентов всё более и более комфортным. Таким образом, все эти нововведения стали предшественником системы «Всё включено». Концепция состояла в том, что клиент оплачивает весь тур и больше ни о чём не беспокоится. Всё – билеты, питание, проживание и базовые экскурсии — забота туристической компании.

## 7. Кругосветные путешествия

На мой взгляд, кругосветные путешествия стали апофеозом всей деятельности Томаса Кука. Первое в мире кругосветное туристическое плавание было организовано в 1866 году «конторой Кука» и занимало 222 дня. Путешественники делали остановки в различных портах, где они могли осмотреть достопримечательности и другие особенности страны. Марк Твен, американский писатель и журналист, был одним из первых путешественников, совершивших кругосветное плавание. Он описал все впечатления и наблюдения в своём путевом очерке «Простак за границей», который он опубликовал в 1869 г.; книга принесла ему мировую славу.

О компании Thomas Cook Group сегодня

С 2011 г. холдинг Thomas Cook является основным владельцем предприятия Intourist-Thomas Cook, в которое входит национальная туристическая компания «Интурист». На сегодняшний день Thomas Cook&Son – крупнейшая и наиболее уважаемая туристическая компания в Великобритании. По моим исследованиям экономические показатели компании занимают второе место в Европе и третье в мире. В Великобритании и во многих других странах насчитывается свыше тысячи агентств. В состав работников компании входит более 16 тысяч человек. Ключевыми фигурами являются Фрэнк Мейсман – председатель правления и Питер Франхаузер – главный исполнительный директор.[1]

*Причины успеха Томаса Кука и его конторы*

1.Создание туристического продукта. Я считаю, что именно личная разработка маршрутов и персональная ответственность сыграли большую роль в развитии компании. Свои первые маршруты Кук проезжал сам, лично договариваясь со всеми сторонами и отвечая перед клиентами за их удобство и комфорт. Кук очень дорожил своим именем, что, на мой взгляд, сегодня большая редкость, которое являлось гарантом качества его услуг. Это влияло на рост его репутации, доверию клиентов и «вирусной» рекламе, когда люди по своей инициативе советовали «контору Кука» своим знакомым.

2.Ориентация на массового потребителя – скидки, скидки, скидки...

Создание блок-пакетов является одной из важнейших тенденций в туризме, изобретенных Томасом Куком. Мне кажется, что тот факт, что Кук ставил цель сделать путешествие открытым для массового потребителя, являлось главной причиной успеха. Благо-

даря массовости предоставлялись существенные скидки у транспортных, в гостиницах и точках питания. Это снижало стоимость туров и делало поездки доступными для большего количества людей. На своих «постоянных» маршрутах Кук выкупал целые вагоны, поезда или корабли. В результате обе стороны оказывались в выигрыше.

Проведя анализ различных источников, я могу сделать вывод, что большинство изобретенных Томасом Куком принципов используются до сих пор. Несомненно, Кук сыграл большую роль в мировой индустрии туризма, дав настоящий «толчок» развитию этой сферы. По данным Всемирной туристической организации, в прошлом году туры за границу совершили свыше 800 млн. человек – то есть каждый седьмой житель Земли. Посещать другие страны стало для нас и праздником и, в то же время, совершенно обычным и рутинным делом. И за это все мы должны благодарить Томаса Кука – человека, придумавшего туризм.

#### *Список литературы*

1. Васильев А. Кук-тур [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mk.ru> (дата обращения: 22.11.2017).
2. Шабанов В. Кук – отец мирового туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bigness.ru> (дата обращения: 24.11.2017).
3. Томас Кук – основатель массового туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.tur-plus.ru](http://www.tur-plus.ru) (дата обращения: 23.11.2017).
4. Компания Томас Кук [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.plusworld.ru](http://www.plusworld.ru) (дата обращения: 24.10.2017).
5. Компания Thomas Cook. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.thomascook.com](http://www.thomascook.com) (дата обращения: 23.11.2017).
6. Компания Intourist. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.intourist.ru](http://www.intourist.ru) (дата обращения: 24.11.2017).

# МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 005.21:339.138

**Виктория Григорьевна Антонец,**  
*ст. преподаватель,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

## **Приоритетные маркетинговые стратегии развития промышленного туризма**

В статье обоснована целесообразность формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, определены ее характерные особенности в условиях индустриальных регионов. На основе систематизации существующих маркетинговых стратегий по трем уровням: макро-, мезо- и микроуровню и определения путей их реализации, сформулирована приоритетная маркетинговая стратегия для развития промышленного туризма.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, промышленный туризм, макроуровень, мезоуровень, микроуровень, «микс-стратегия»

**Viktoria Grigorievna Antonets,**  
Senior Teacher,  
*Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DPR*

## **Priority marketing strategies for the industrial tourism development**

The article substantiates the expediency of forming a marketing strategy for the industrial tourism development, its characteristic features are determined in the conditions of industrial regions. Based on the systematization of existing marketing strategies on three levels: macro, meso and micro levels and determining the ways of their implementation, the priority marketing strategy for the industrial tourism development is formulated.

**Keywords:** marketing strategy, industrial tourism, macrolevel, mesolevel, microlevel, “mix strategy”

Преодоление ограниченности перспектив развития экономики промышленных регионов, как одной из предпосылок снижения социальной напряженности в них, требует поиска новых направле-

ний экономической деятельности, диверсификации производства, в частности – развития сферы услуг. При этом стратегическое значение приобретает использование туристско-рекреационного потенциала как направления устойчивого развития, основанного на максимальном применении местных ресурсов. Именно поэтому актуальность приобретает формирование маркетинговой стратегии развития пока еще недостаточно распространенного вида туристической деятельности – промышленного туризма на территории индустриальных регионов.

Теоретические вопросы формирования маркетинговой стратегии развития и управления различными формами деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе и туристической, представлены в работах таких ученых: Е. Азарян, Р. Акоффа, И. Ангелиной, И. Ансоффа, С. Анхольта, Л. В. Балабановой, П. Друкера, Ф. Котлера, Е. Сардак, О. Уолкера, Л. Шульгиной и др. Однако среди ученых не существует единого мнения относительно определения приоритетных маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.

Новые стратегические цели регионального управления требуют использования маркетингового подхода к планированию развития территории, ведь применение в управлении развитием региона маркетинговых механизмов дает возможность направлять всю деятельность субъектов региона на обеспечение конкурентоспособности территории через повышение качества жизни его жителей путем удовлетворения потребностей потребителей. Именно рост благосостояния населения и инвестиций в регион является важной целью политики конкурентоспособности [1].

Открытость предприятий для посещения, возможность познакомиться с технологическими процессами, посещение специализированных индустриальных музеев предполагают посещение не только с познавательной целью, но и возможностью привлечения потенциальных инвесторов [2].

Маркетинговая стратегия предполагает систематический и непрерывный анализ потребностей и запросов основных групп потребителей, прогноз тенденций развития собственных рынков, оценку и отбор приоритетных направлений развития, а также разработку и производство товара или предоставления услуги, которая позволит предприятию обслуживать выбранные группы или сегменты эффективнее, чем конкуренты [3].

Маркетинговая стратегия – это совокупность направлений деятельности стратегического характера, заключающихся в разра-

ботке мероприятий по повышению конкурентоспособности, механизмов и инструментов реализации выбранной стратегии.

Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма должна основываться на общих концепциях маркетинга, но с учетом особенностей туристического бизнеса. Промышленные и туристические предприятия должны сотрудничать с местными органами власти, участвовать в разработке региональных программ развития промышленного туризма, так и региона в целом и иметь своей целью максимальное выявление туристического потенциала. Разработка маркетинговой стратегии развития промышленного туризма должна стать основным средством удовлетворения потребности потребителя и, как следствие, эффективной работы страны, региона, промышленных и туристических предприятий.

С учетом результатов мониторинга рынка промышленного туризма в Донецком регионе, определены приоритетные маркетинговые стратегии развития промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях (таблица).

Таблица

**Маркетинговые стратегии развития промышленного туризма**

<i>Уровень</i>	<i>Маркетинговая стратегия</i>	<i>Сущность маркетинговой стратегии</i>	<i>Пути реализации</i>
Макроуровень	Стратегия стимулирующего маркетинга	Стимулирование спроса на промышленный туризм	направленность туристического продукта промышленного туризма на удовлетворение потребностей туристов; нормативно-правовая и экономическая поддержка предприятий – субъектов и объектов промышленного туризма
Мезоуровень	Стратегия формирования имиджа	Деятельность, направленная на создание, поддержание и положительные изменения в имидже региона на основе развития промышленного туризма	формирование положительного имиджа города Донецка и региона путем постоянного распространения информации о промышленном туристическом потенциале на региональном, государственном и международном уровнях

Мезоуровень	Стратегия формирования бренда региона как дестинации промышленного туризма	Позиционирование промышленной территории как бренда промышленного туризма	формирование и реализация бренд-концепции и бренд-платформы развития промышленного туризма; построение рекламных маршрутов по объектам промышленного туризма
	Стратегия латеральной диверсификации для промышленных предприятий	Проведение экскурсий на промышленное производство, что кардинально отличается от традиционной производственной и маркетинговой деятельностью предприятия	обеспечение условий для проведения экскурсий на производство; подготовка экскурсоводов; открытие музеев и сувенирных магазинов для туристов на промышленных предприятиях
	Стратегия диверсификации турсервисов для туристических предприятий	Внедрение новых туристических услуг промышленного туризма	формирование пакета туристических услуг с учётом экскурсий на объекты промышленного туризма; увеличение объема и перечня предоставляемых услуг, благодаря конкурентоспособности предлагаемых турпродуктов; максимальное привлечение услуг промышленных предприятий и учреждений культуры к формированию туристического продукта, в том числе услуг музеев, творческих мастерских и т. д.
	Стратегия репутации	Промышленный туризм является средством продвижения бренда, закреплением в сознании потребителей авторитета и репутации предприятия	повышение степени признания торговой марки среди туристов и потребителей продукции предприятия; использование организационных, технологических и финансовых ресурсов в продвижении бренда предприятия как объекта промышленного туризма; демонстрация открытости бизнес-процесс и корпоративной социальной ответственности

Характерными особенностями маркетинговой стратегии развития промышленного туризма являются:

- ориентация на долгосрочную перспективу;
- выступает средством реализации маркетинговых целей предприятий, задействованных в развитии промышленного туризма;
- основывается на результатах маркетингового стратегического анализа перспектив развития промышленного туризма;
- определяет рыночные направления деятельности промышленных и туристических предприятий.

Учитывая сущность и пути реализации маркетинговых стратегий промышленного туризма, тяжело провести четкую грань между уровнями. Стратегия формирования имиджа и бренда на основе развития промышленного туризма может применяться не только на мезоуровне, а и на макро– и микроуровнях.

Поэтому для развития промышленного туризма целесообразно применять «Микс-стратегию», или объединенную стратегию, которая предусматривает группировку стратегических приоритетов и системный подход к построению единой маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с отделением тех или иных стратегических ориентиров в зависимости от конъюнктуры туристического рынка.

Результаты анализа существующих маркетинговых стратегий развития промышленного туризма, которые целесообразно применять на макро-, мезо- и микроуровнях, позволил прийти к выводу, что для развития промышленного туризма следует разработать «Микс-стратегию», которая объединит в себе направления таких стратегий: стимулирующего маркетинга, формирование имиджа и бренда региона как дестинации промышленного туризма, латеральной диверсификации для промышленных предприятий, диверсификации туруслуг для туристических предприятий и стратегии репутации.

#### *Список литературы*

1. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку/ под ред. Н. П. Мешко, В. С. Редько, О. П. Крупський. Дніпро: Акцент ПП. 2016. С. 37–55.
2. Ангелина И. А., Антонен В. Г. Оценка инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2016. С. 435–439.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. СПб.: Вильямс, 2012. 945 с.

**Елена Артуровна Анциферова,**

*ассистент,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,*

*г. Донецк, ДНР*

**Карина Алексеевна Кузнецова,**

*студент,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,*

*г. Донецк, ДНР*

### **Управление рисками международной туристической деятельности**

Рассмотрена проблема управления рисками международной туристической деятельности. На основании анализа научных исследований, которые выполнены отечественными и зарубежными учеными, разработан механизм управления рисками для фирм, которые специализируются на международном туризме.

**Ключевые слова:** туризм, риск, международная туристическая деятельность, механизм управления рисками, риск-менеджмент

**Elena Arturovna Antsiferova,**

*Assistant,*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,*

*Donetsk, DNR*

**Karina Alekseevna Kuznetsova,**

*Student,*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,*

*Donetsk, DNR*

### **Risk Management of International Tourism Activity**

In the article the problem of risk management of international tourism activity is described. On the basis of the analysis of scientific researches made by native and foreign scientists, the mechanism of risk management is developed for firms which are specialized on international tourism.

**Keywords:** tourism, risk, international tourist activity, risk management mechanism, risk management

Туризм считается одной из самых активных сфер мировой экономики, на которую приходится около 6 % ВВП и почти 5 %

всех налоговых поступлений. В современных условиях развитие международного туризма в государстве приобретает особенно актуальное значение. Благодаря данной сфере может быть гарантирован значительный вклад в экономику государства через пополнение госбюджета, рост количества рабочих мест, кроме того, увеличение поступлений от внешнеэкономической деятельности.

Международный туризм – один из самых прибыльных и в то же время рискованных направлений внешнеэкономической деятельности. Данное суждение объясняется тем, что во время международной туристической деятельности осуществляется много-сложное взаимодействие между несколькими отраслями экономики, близких со сферой туризма, непростое движение денежных средств, информационных потоков, документов, материальных средств, перевозки туристов, наблюдается существенное влияние международной среды. В данном случае главную роль играют особенности турпродукта.

Влияние существующих особенностей вызывает расширение поля рисков международной туристической деятельности. Вдобавок чем больше вероятность получения возможной прибыли, тем больше это сопровождается риском. В данных условиях фирма, избегающая рисков, упускает шанс получения прибыли и снижает свою конкурентоспособность на активном рынке туристических услуг. Собственно по этой причине менеджеры обязаны уметь совершать правильные управленческие решения в условиях неопределенности и идти на риск в разумных пределах. В связи с этим управление рисками – объективно необходимый и важный процесс.

В современных условиях перед туристическими фирмами стоит проблема выявления, анализа и правильного учета риска. На сегодняшний день разработка механизма управления рисками международной туристической деятельности является актуальной проблемой.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых сделан шаг к решению данной проблемы, свидетельствует о том, что вопросы управления рисками туристических фирм касается сравнительно небольшое количество научных трудов. Их основа – фундаментальный труд в области теории риска, отдельные аспекты исследуются в экономико-математических дисциплинах, а также экономике предприятия, менеджменте и финансовом анализе [3].

В публикациях по международному туризму проблема риска исследована довольно-таки поверхностно. В связи с этим остаются

ся нерешенные вопросы, связанные с разработкой концепции, способов и методов управления рисками международной туристической деятельности.

Цель статьи заключается в классификации видов риска, которые возникают при осуществлении международной туристической деятельности, кроме того в разработке механизма управления рисками туристической фирмы.

Одной из главных задач управления рисками является выявление источников риска. Из всех возможных источников риска, которые рассматриваются в современных исследованиях, характерными для туристической отрасли являются: стихийные бедствия, неблагоприятные погодные условия; наличие высокого уровня конкуренции; ограниченность и недоступность ресурсов; неполнота и недостоверность информации; несхожесть в стереотипах поведения, оценках и социально-психологических установках; несбалансированность основополагающих компонентов хозяйственного механизма [1].

Вопреки имеющимся факторам риска, можно идентифицировать определенные его виды для международной туристической деятельности. Это зависит от выбора принципа классификации рисков [1]. Для полноты раскрытия сущности риска международной туристической деятельности целесообразно использовать классификацию, которая приведена ниже в таблице 1.

Таблица 1

### Классификация рисков международной туристической деятельности

<i>Разновидность рисков</i>	<i>Суть рисков</i>	<i>Предпосылки возникновения</i>
Макроэкономические	Возможность причинения убытков или снижения прибыли вследствие неплатежеспособности страны-дебитора	Неучёт рыночного потенциала и макроэкономических показателей государства
Риски выбора и надежности партнера	Возможность снижения рентабельности или потери в результате действий контрагента	Отказ традиционных или потенциальных партнеров от заключения договоров, решение о разрыве договора и невыполнение его условий

Маркетинговые	Риски, связанные с продвижением туристических услуг на новые рынки сбыта	Неправильное позиционирование услуг, неэффективность методов стимулирования сбыта, недооценка конкурентов
Производственные	Риски, связанные с повышением себестоимости предоставления туристических услуг, снижением доходности	Рост налогового давления, увеличение фонда оплаты труда, рост транспортных расходов, снижение цены на туристические услуги
Коммерческие	Риски, возникающие в ходе реализации туристических услуг	Снижение объемов предоставления услуг вследствие снижения спроса, вытеснение конкурентов, а также повышение цен в смежных отраслях, выплата штрафов
Валютные	Вероятность финансовых потерь, связанных с расчетом в иностранной валюте	Изменение курса валют, которое может произойти в период между заключением контракта и фактическим осуществлением расчета

Формирование службы риск-менеджмента – главный этап при создании механизма управления рисками на турфирме. Следует определить место службы в организационной структуре фирмы, права и обязанности её персонала. В отдельных случаях для мощных туроператоров целесообразно создать соответствующий аппарат – отдел управления рисками.

Последовательность управления рисками международной туристической деятельности должна выглядеть следующим образом: идентификация рисков, анализ и оценивание рисков, выбор метода управления рисками, разработка и осуществление процедур управления рисками, контроль за выполнением процедур управления рисками, анализ и оценивание результатов управления рисками [2].

В зависимости от результатов идентификации, анализа и оценки рисков следует принять решение о применении соответствующего метода их преодоления.

При выборе стратегии и приемов снижения рисков следует учесть: виды риска международной туристической деятельности,

способы управления рисками, а также сумму убытков, которая может быть погашена из собственных средств.

Программа действий по снижению риска должна обязательно утверждаться руководством туристической фирмы и использоваться в планировании. Возможные способы снижения рисков международной туристической деятельности предложены ниже в табл. 2.

Таблица 2

**Группа рисков и рекомендуемые способы снижения степени риска**

<i>Группа рисков</i>	<i>Способы снижения рискованности</i>
Макроэкономические	Углубленный анализ макроэкономических показателей и рыночного потенциала
Риски выбора и надежности партнера	Заклучить протокол о намерениях, в котором устанавливается срок, в течение которого стороны могут внести изменения; ввести в контракт систему штрафных санкций за невыполнение взятых обязательств по контракту и т. д.
Маркетинговые	Целесообразно осуществлять детальный ситуационный анализ
Риски реализации услуг: риск упущенной выгоды; риск снижения доходности и т. д.	Целесообразно анализировать эти риски в комплексе с оценкой маркетинговой ситуации и анализом маркетинговых рисков
Валютные	Целесообразно вносить в контракт валютные оговорки, предусматривающие перерасчет суммы платежа в валюте в случае изменения ее курса относительно другой

Таким образом, следует сделать вывод, что международная туристическая деятельность связана с различными рисками. Источниками их возникновения является внутренняя и внешняя среда туристической фирмы, большую роль играют особенности туристических услуг.

Анализ последних исследований и публикаций в области теории и практики управления рисками подтверждают актуальность разработки механизма управления рисками в современных условиях хозяйствования и подчеркивают необходимость его внедрения в практику туристических фирм, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Дальнейшие исследования должны охватывать вопросы применения методов количественной оценки рисков, определение стратегий управления рисками, информационного обеспечения программы управления рисками на туристической фирме.

*Список литературы*

1. Бартон Т. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься. М.: Вильямс, 2003. 208 с.
2. Витлинский В. В., Великоиваненко Г. И. Рискология в экономике и предпринимательстве. М.: Финансы, 2004. 480 с.
3. Проблема рисков в бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.studopedia.ru> (дата обращения: 20.11.2017).

**УДК 338.1**

***Мадина Хажмуратовна Бектурова,***

*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

**Особенности управления в туристской индустрии**

В данном исследовании рассматриваются особенности туризма как объекта управления в туристической области. Среди них выделяют характерные черты: большая глубина проникновения туризма и трудности взаимосвязей между его компонентами, вероятностный характер процессов, сильное воздействие со стороны заинтересованной клиентуры, неотделимость туристского продукта от источника формирования, внешние эффекты туристского продукта, комплексность, сезонность.

***Ключевые слова:*** менеджмент, туризм, особенности туризма

***Madina Khazhmuratovna Bekturova,***

*Student,*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

**Features of Management in the Tourist Industry**

In this study, the peculiarities of tourism as an object of management in the tourist field are considered. Among them are characteristic features such as: the great depth of tourism penetration and the difficulties of interrelations between its components, the probabilistic nature of the processes, the strong impact on the part of the interested clientele, the inseparability of the tourist product from the source of formation, the external effects of the tourist product, complexity, seasonality.

***Keywords:*** management, tourism, features of tourism

Менеджмент в туризме – это комплекс методов и принципов, форм и средств, приемов управления, которые позволяют продуктивно управлять сферой туризма [1].

Туризм имеет ряд следующих особенностей.

Первая отличительная черта туризма состоит в большой глубине его проникновения и трудности взаимосвязей между его составными компонентами. Основная доля туристских организаций являются небольшими. Крупные туристские организации образуются в районах с большой концентрацией людей. В данной индустрии много турпредприятий и организаций, которые должны вписываться в единую региональную систему управления, где целью является обеспечение продолжительной дееспособности и конкурентоспособности на рынке [3].

Второй особенностью является вероятностный характер процессов, которые происходят в туриндустрии. Это означает, что крайне трудно конкретно предсказать все явления и процессы, происходящие в туризме (например, изменение политической ситуации, ухудшение климатических условий) [3]. Можно вспомнить, что раньше люди нашей страны очень любили ездить на отдых в Египет, но связи с произошедшей революцией находится в данной стране небезопасно. В Турции, например, недавно распространилось некое заболевание и в этой связи многие туристы, которые купили путевки стали массово отказываться от них и требовать возврат средств. Кроме этого, Российская Федерация вводила санкции в отношении Турции и отдых там был просто невозможен. Поэтому менеджеры данной отрасли должны быть очень внимательны и чувствовать малейшие изменения на рынке, чтобы их бизнес работал стабильно и процветал.

Третья особенность – это сильное воздействие со стороны заинтересованной клиентуры. Турорганизации работают с большим количеством заинтересованных лиц, оказывающих на нее значительное влияние. Турорганизации не могут ожидать от своих участников того, что они все будут вести себя абсолютно одинаково, поскольку есть определенного рода противоречия между владельцами гостиниц, местными жителями и приезжими туристами. Турорганизация может быстрее уравнивать интересы между различными, задействованными в процессе обслуживания группами [2].

Важной характерной чертой туризма как объекта управления является специфика туристского продукта, его неотделимость от

источника формирования. Туруслуга неотделима от источника создания. Согласно данному обстоятельству в менеджменте туризма неизмеримо больше внимания должно уделяться управлению персоналом и регулированию взаимоотношений. Это, в первую очередь, относится к работе турорганизаций, услуги которых предоставляются при непосредственном контакте с людьми [3]. Менеджеры по подбору персонала должны выбирать внешне приятных и общительных сотрудников, а также обучить их грамотной работе с клиентом. Они должны правильно определить потребности человека и предложить подходящее именно для него путешествие, чтобы остались только лишь приятные воспоминания об отдыхе, а также сохранилось желание и в дальнейшем сотрудничать с данной фирмой.

Особенностью туриндустрии также являются внешние эффекты туристского продукта. В данном значении общение путешественника с окружающими его людьми необходимо расценивать как отношения в свободной обстановке. Проведенные в данном отношении исследования демонстрируют, что поведение гостя влияет на отношение к нему принимающих его людей, и на других путешественников [2]. Если путешественник приветлив, вежлив, не нарушает покой остальных людей, то к нему они будут также положительно относиться и при необходимости окажут помощь. Но если же турист нарушает покой и ведет себя некорректно, то получит соответствующее отношение от окружающих его людей.

Следующая особенность туризма как объекта управления проявляется в комплексности туристской услуги, которая содержит все то, что путешественник принимает во внимание, или, чем он пользуется в период путешествия [2]. Например, сервис в гостинице, насколько он был хорош или плох, а также насколько были интересны подготовленные экскурсии. Отсюда вытекает, что туристская услуга складывается для туриста из полной совокупности услуг (материальных и нематериальных), которые являются специфическим туристским продуктом.

Также как особенность туризма необходимо выделить его сезонность, т. е. зависимость объема туристских услуг в первую очередь от природно-климатических условий [3]. К примеру, в Таиланде существуют сезоны дождей, и они имеют различный период в различных городах. Сотрудники турфирмы должны об этом знать, чтобы продать путевку и клиент остался доволен своей поездкой.

В настоящее время рассматриваемые туристические предприятия Омской области учитывают в основном внешние эффекты и уделяют большое внимание подбору персонала. Но при этом они не учитывают такие особенности, как комплексность и вероятностный характер процессов в туристической индустрии. То есть стараются создать определенные туры, которые были бы доступны для населения, но при этом сервис в гостинице может быть плохим или же экскурсии плохо продуманными и организованными. Если же и снижать цены на туры и делать их доступными, то необходимо чтобы при всём этом сам туристический продукт был качественным. Также многие турфирмы преимущественно предлагают стандартный отдых на пляжах в одни и те же направления, такие как Турция, Кипр, Таиланд. Но когда возникают разного рода трудности, например, политические или климатические, туристическим предприятиям сложно переориентироваться и предложить своим клиентам новые направления для отдыха, в том числе по России. Существует и еще одна проблема на российском туристическом рынке – отдых зарубежом и отдых по России примерно в одной ценовой категории, возможно в России даже он получится дороже, поскольку принят новый налог на отдых, который начнет свое действие в ближайшее время во всех курортных областях нашей страны. Турфирмы итак предлагали мало туров по России, а в этой связи цены на них увеличатся, и они не будут пользоваться широким спросом. Поэтому туризм в пределах нашей страны возможно значительно сократится.

Руководители турфирм должны учитывать данные специфические особенности туристической сферы при принятии каких-либо управленческих решений. Невозможно автоматически переносить схему управления, которая помогает успешно функционировать, допустим, торговому предприятию, она просто может не сработать или даже усугубить дела организации. Поэтому модель управления в сфере туризма должна учитывать характерные черты данной области, чтобы организация работала стабильно и только развивалась.

#### *Список литературы*

1. Алёхина О. Ф., Гапонова О. С., Удалов Ф. Е. Основы менеджмента. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2013. 363 с.
2. Гаврилова Е. А., Жукова М. А., Зайцева Н. А. Менеджмент туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 576 с.
3. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Томск: Изд-во ТПУ, 2012. 152 с.

*Наталья Александровна Боровик,*

*магистрант,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

### **Использование инновационных технологий удержания персонала в индустрии туризма**

Рассмотрены понятие и сущность удержания персонала в туристской индустрии, примеры инструментов удержания персонала в туристской индустрии, специфика удержания персонала в турфирме и один из инновационных процессов по удержанию и стимулированию персонала в туристской индустрии.

**Ключевые слова:** удержание персонала

*Natalia Alexandrovna Borovik,*

*Master's Degree Student,*

*Immanuel Kant Baltic Federal University,*

*Kaliningrad, Russia*

### **The Use of Innovative Retention Technologies in the Tourism Industry**

The concept and essence of personnel retention in the tourist industry, examples of retention of personnel in the tourism industry, specifics of personnel retention in the travel agency and one of the innovative processes for retaining and stimulating personnel in the tourism industry are considered.

**Keywords:** retention of staff

1. Понятие и сущность удержания персонала в индустрии туризма.

Удержание персонала – задача, с которой постоянно сталкиваются предприятия, в том числе и предприятия тур. индустрии. Стоимость человеческих ресурсов постоянно растет, ведь дефицит ценных кадров с каждым годом все увеличивается. Увеличение объемов производства и рост экономики в развитых странах привели к тому, что сегодня в крупнейших индустриальных центрах между компаниями идет борьба за работников [9]. Владельцы бизнеса должны понимать, что удержать действующего работника менее затратное мероприятие, чем найти и вывести на желаемый уровень эффективности труда нового работника.

Удержание человеческих ресурсов – это стратегическая деятельность компании, направленная на то, чтобы заинтересовать

своих наемных сотрудников к дальнейшей работе в штате, несмотря на периодические трудности в организации труда и возможные выгодные предложения другой работы в будущем. Сейчас даже существует термин в кадровых агентствах «хэдхантинг» (от англ. *headhunting*), это направление поиска и подбора ключевых сотрудников, а также редких специалистов. Поэтому в интересах работодателя создать такие условия работы своего сотрудника, чтобы вашего специалиста не переманили другие компании.

В зарубежной литературе термин «удержание персонала» звучит как «*employee retention*» (англ.) и дается следующие определение – это усилия, предпринимаемые бизнесом для поддержания рабочей среды, которая поддерживает текущий персонал, оставшийся в компании. Многие политики удержания сотрудников направлены на удовлетворение различных потребностей сотрудников, направленных на повышение удовлетворенности работой и сокращение значительных затрат, связанных с наймом и обучением новых сотрудников [6].

Процесс удержания персонала должен носить превентивный характер, то есть удерживать сотрудников необходимо не в период увольнения, а до момента принятия сотрудником этого решения. Поэтому компания должна стремиться иметь грамотную систему мотивации и удержания сотрудников во избежание массовых увольнений.

Грамотный руководитель заинтересован в сохранении ценных сотрудников организации и внедряет системы поддержания, стимулирования и мотивации еще до возникновения дисбаланса в коллективе. Регулярные мероприятия, направленные на улучшение эффективности работы сотрудников, оценка их вовлеченности помогают руководителю увидеть реальную картину уровня работы штата, предупредить «выгорание» работников и обеспечить продуктивную деятельность организации в целом [10].

Чаще всего предприятия туриндустрии использует следующие примеры стимулирования и мотивации сотрудников:

1) поощрение инсентив-туром.

Инсентив-тур (от англ. *incentive* – поощрение) – эксклюзивная поездка для ключевых сотрудников компании или партнеров может совмещать элементы конференции или тренинга, посещение международного конгресса или выставки, командообразования, экскурсионной программы и просто отдыха [8];

2) предоставление возможности обучаться, как непосредственно на рабочем месте (на предприятии), так и вне предприятия с частичной или полной оплатой за счёт организации. Сюда входит посещение мастер-классов, конференций, ворк-шопов, туристских выставок, курсов повышения квалификации по основным и смежным специальностям (в целях развития и повышения профессиональных способностей персонала);

3) работникам предприятия турфирм предлагается на выбор оплачиваемый отдых для всей семьи на одном из популярных мировых курортов (или иной туристической маршрут);

4) в период летнего туристского сезона работникам (менеджерам по продаже турпутевок) выплачиваются премии в размере определённого процента с продаж за сверхурочное время, надбавки к зарплате за напряжённые условия труда, единовременная премия;

5) персоналу фирмы, а также их семьям предоставляется скидки на туристические услуги фирмы;

6) наличие полного социального пакета, что в настоящее время является редкостью, отчисления в ПФР с «белой зарплаты», оплата больничного листа, оплачиваемый отпуск;

7) оплата абонентов на посещение персоналом турфирмы спортивных залов, бассейна;

8) проявлением заботы о коллективе, их здоровье может стать организация доставки горячих обедов в офис (но эта льгота встречается редко);

Особенностью в программе стимулирования и удержания в турфирме является то, что в небольших турфирмах практически отсутствует возможность карьерного роста, либо слабо развита эта возможность, если вас приняли на позицию менеджера, то, скорее всего руководителем вы стать не сможете, т. к. обязанности руководителя выполняет собственник, директор турфирмы. В крупных турагентствах (где штат более 15 чел.) дело обстоит иначе. Другой частой проблемой и поводом для увольнения может стать некомфортный микроклимат в коллективе (отчасти, это связано с тем, что в турфирмах преимущественно женский коллектив) в турфирме. Решение этой проблемы состоит в необходимости проведения мероприятия, направленных на улучшение социально-психологического климата в коллективе, приглашение специалиста, который проведёт тренинг по тактике разрешения конфликтных ситуаций, проработка других важных навыков, организация совместных праздников, тимбилдингов.

2. Инновационные технологии, применяемые для совершенствования удержания персонала в индустрии туризма.

Инновации в управлении и удержании персонала в туристической индустрии предполагают использование усовершенствованных методик в процессе управления (в данном случае руководство отказывается от общепринятых, традиционных схем). Инновационные технологии позволяют изменить принцип работы турфирм, турагентств, гостиниц.

В статье будет рассмотрена процессная инновация «Система автоматизации оценки персонала, для грамотного и всестороннего процесса начисления зарплаты и бонусов», которая применяется в других отраслях, и которую можно применить для предприятий туристической индустрии, особенно, которые имеют большой штат работников (это гостиницы, крупные турагентства, сеть турагентств). Важно, чтобы критерии оценки были прозрачными, адекватными и выполнимыми.

Предприятие, которое имеет подсистему, облегчающая работу менеджера по персоналу, инженера по труду, начальников отделов по организационному развитию и управлению персоналом. Работа сотрудников оценивается вышеперечисленными специалистами и руководителями отделов на базе, разработанной фирмой 1С – программы оценки персонала на основе специальных методов.

В продукт входят соответствующие модули:

1. Профессионального и психологического тестирования.
2. Модели компетенций.
3. Оценки результатов труда по KPI.

Отдельно стоит остановиться на системе эффективности (KPI). На современном этапе развития экономики существуют различные системы вознаграждения работников за их труд. В последнее время активно развиваются и применяются инновационные системы, в т. ч. система грейдов.

Грейдирование – способ оптимизации процесса распределения ресурсов организации, позволяющий упорядочить оплату труда в соответствии с принципом внутренней справедливости, рассчитать соответствие зарплатных ожиданий динамике рынка труда, повысить управляемость и прозрачность компании для инвесторов за счет стандартизации системы управления, увеличить капитализацию организации. Грейдирование представляет собой позиционирование должностей, распределение их в иерархической структуре организации в соответствии с ценностью данной

позиции для предприятия. Для каждой группы устанавливаются определенные размеры и структура заработной платы. Применение системы грейдов не только способствует оптимизации фонда оплаты труда работников, но и требует ресурсов для ее поддержания [5].

Необходимость и значимость предложенной процессной инновации в индустрии можно обосновать тем, что автоматизация системы оплаты, грейдирование применяется для упрощения процесса принятия решений в области индексации оплаты труда, установления определённого размера вознаграждения по всем должностям, мотивации работников к повышению эффективности, качества и производительности труда. Но на практике оно не всегда мотивирует персонал к повышению результативности труда. Стимулирует работников, как правило, не сама система грейдов, а возможность перехода на более высокооплачиваемую ступень. Грейды без аттестации отдачи не дают. При оценке (аттестации) работников основную долю занимают результаты их работы, ключевые показатели эффективности, поэтому больший эффект от внедрения системы грейдов достигается при совместном применении с KPI. Однако, для небольших турфирм этот механизм возможно не совсем эффективный, а подходит для средних и крупных тур. предприятий (например, гостиничные цепи, туроператоры и турагентства, такие как «Апех», «Pegas»), для турфирм со штатом менее 8–10 человек эта система поощрений не является рациональной.

#### *Список литературы*

1. Амелина А. В., Проняева В. И. Современные инновационные технологии в управлении персоналом // Вестник государственного и муниципального управления. 2016. № 4. С. 89–94.
2. Андикаева К. А., Алексеева Н. В. Мотивация персонала на основе применения ключевых показателей эффективности (KPI) // Научный вестник. 2014. № 2. С. 9–15.
3. Пересыпина О. А., Свиридова Л. В. Разработка корпоративной системы мотивации. Н. Новгород: Изд-во НИУ РАНХиГС, 2011. 372 с.
4. Ярышина В. Н. Использование грейдирования и KPI при вознаграждении работников // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2012. № 6. С. 287–291.
5. Business Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.business-dictionary.com](http://www.business-dictionary.com) (дата обращения: 10.11.17).
6. Сайт информационно-аналитического портала HR-tv.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hr-tv.ru> (дата обращения: 30.10.17).
7. . Использование инновационных технологий удержания персонала в индустрии туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.popersonalu.ru> (дата обращения: 04.11.17).

8. Экспертные материалы об управлении персоналом [Электронный ресурс].  
Режим доступа: <http://www.prohr.rabota.ru> (дата обращения: 15.11.17).

**УДК 005.95/96:640.43**

***Валентина Владимировна Дыбок,***  
*ассистент,*  
*Донецкий национальный университет*  
*экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,*  
*г. Донецк, ДНР*

### **Проектирование системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий общественного питания**

Структурные сдвиги мировой и отечественной экономики усиливают значение именно тех отраслей, которые имеют социальное направление. Именно постоянное развитие предприятий питания и качества их услуг является свидетельством роста достойного уровня жизни в стране. Сегодня предприятия питания все больше внимания уделяют отслеживанию и анализу качества услуг обслуживающего персонала.

**Ключевые слова:** обслуживающий персонал, предприятие, ресторанное хозяйство, система управления качеством

***Valentina Vladimirovna Dybok,***  
*Assistant,*  
*Donetsk National University of Economics and Trade*  
*named for Mikhail Tugan-Baranovsky*  
*Donetsk, DPR*

### **Designing a Quality Management System for Attendants of Restaurant Business**

The structural shifts in the world and domestic economy increase the significance of those branches that have a social direction. It is a constant development of these enterprises and quality of their service that is an evidence of improving a worth level of living in the country. Nowadays, the restaurant industry enterprises progressively concentrate on tracking and analyzing the personnel service quality.

**Keywords:** service personnel, enterprises, restaurant industry, quality management system

Перед высшим руководством любого предприятия или организации стоит задача по созданию эффективной системы менеджмента, ориентированной на достижение стратегических целей.

Каждая организация определяет, какие инструменты совершенствования ей больше подходят. Фактически в каждой отрасли есть своя специфика, и действуют свои стандарты и правила, основанные на требованиях стандартов ДСТУ ISO 9001.

В системе управления качеством персонала предприятия питания можно выделить политику предприятия относительно качества обслуживающего персонала, собственно формирует систему качества услуг обслуживания клиентов предприятий питания, непосредственно систему качества обслуживающего персонала, дополнительно включает обучение и повышение качества персонала.

С целью повышения качества обслуживающего персонала предприятий могут применяться различные корпоративные технологии управления, в том числе: система «экономное» производство (Lean production), реинжиниринг, система «общее продуктивное обслуживание оборудования» (TPM), система «упорядочение» (5 S), подход «шесть сигм», сбалансированная система оценочных показателей (BSC), системы постоянного улучшения (KAIZEN) и кардинального улучшения качества (KAIRIO), метод самооценки [2].

Известно, что структура системы управления персоналом может быть представлена в организационно-институциональном, содержательном и технологически-процессуальном аспектах. Эти же подходы можно использовать и при рассмотрении системы управления качеством обслуживающего персонала.

В организационно – институциональном плане система управления качеством персонала должна рассматриваться, как совершенствование различных качеств отдельных субъектов. А в случае создания системы качества обслуживающего персонала предприятий ресторанного хозяйства, она направляется на управляемую подсистему для реализации ведущих целей предприятия питания. При этом очень важно подчеркнуть, что управление качеством персоналом имеет много уровней, и, вследствие этого, существует необходимость распределения функций управления качеством персонала между различными участниками этого процесса и согласования их действий.

Кроме того, в рамках этого подхода очень важные вопросы подчиненности различных субъектов управления качеством персонала и предоставления им прав и ответственности, делегирования полномочий. Субъекты управления качеством персоналом должны

придерживаться реализации общей цели деятельности – в нашем случае, организации процесса обслуживания на предприятиях общественного питания.

Системный подход к управлению качеством на предприятии предполагает использование следующих принципов:

- целеустремленность – позволяет установить пределы управления и адресность управленческих решений;
- комплексность – охватывает все стадии жизненного цикла продукта, все структурные подразделения, руководства и весь персонал предприятия;
- непрерывность – обеспечивает процесс управления, ориентированный на постоянное улучшение системы;
- объективность – ориентирует на использование адекватных методов управления, выбор показателей, отражающих истинное положение управления качеством, подбор управленческого персонала соответствующей квалификации;
- оптимальность – предусматривает необходимость обеспечения результативности и эффективности процессов управления качеством в том числе и системы в целом.

Из выше приведенного можно сделать вывод, что система управления качеством обслуживающего персонала, занимающегося предоставлением услуг на предприятиях питания достаточно сложный процесс, который невозможно проводить отдельно от повышения качества самих услуг.

Качество услуг обуславливает прохождение предприятием трех степеней. Первый – подбор персонала и его обучение. Второй – стандартизация процесса предоставления услуг в организации. Обычно компания разрабатывает план предоставления услуг процесс их предоставления, который направлен на выявление узких мест. Третий – контроль степени удовлетворенности клиентов обслуживанием с помощью анализа жалоб и предложений, изучения предпочтений клиентов [1].

Основой проектирования системы управления качеством обслуживающего персонала является структуризация целей управления отдельными работниками с учетом специфики их видов работ и специфики работы самого заведения ресторанного хозяйства. Для построения системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий общественного питания мы предлагаем модель, которая основана на содержательном подходе (аспекте) управления качеством персонала.

Основой проектирования системы управления качеством обслуживающего персонала является структуризация целей управления отдельными работниками с учетом специфики их видов работ и специфики работы самого предприятия общественного питания. Для построения системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий питания мы предлагаем модель, которая основана на содержательном подходе (аспекте) управления качеством персонала.

Эффективная система управления качеством обслуживающего персонала предприятий питания может существовать только в условиях соответствующего опережения роста качества, обслуживающего относительно роста расходов средств на ее повышение. На основании выполнения данных условий разработана структурно-функциональную модель системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий общественного питания (рис.1).

Совершенствование и развитие нормативного обеспечения, основанные на оптимальности и согласованности, имеет решающее значение для повышения эффективности его применения. Поэтому необходимо вносить изменения и дополнения, соответствующие современным требованиям, основанные на мировых тенденциях, на опыте экономически развитых стран.

Проектирование системы качества обслуживающего персонала в разрезе определенных сегментов, позволит сфокусировать внимание ответственных специалистов на основных целях внедрения системы управления качеством работников. При этом действующая системы управления качеством обслуживающего персонала должна быть объективной и согласованной с требованиями международного стандарта качества ISO 9001.



**Рис. 1.** Структурно-функциональная модель системы управления качеством обслуживающего персонала предприятий питания

*Список литературы*

1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 1999. 896 с.
2. Момот А. Менеджмент качества и элементы системы качества: учеб. пособие. М.: Центр учебной литературы, 2007. 368 с.

*Светлана Алексеевна Лебедева,*

*магистрант,*

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации,*

*г. Москва, Россия*

### **Транспортное обеспечение туризма на территории России**

Транспортные путешествия рассматриваются как самостоятельный вид туризма, что делает тему транспортного обеспечения туристской отрасли особенно актуальной. Для Российской Федерации вопрос транспорта особенно остро стоит, принимая во внимание масштаб страны и её водное пространство. Анализ рейтинга конкурентоспособности туризма и путешествий поможет посмотреть транспортное состояние в динамике.

**Ключевые слова:** туризм, транспорт, транспортное обеспечение, конкурентоспособность туризма и путешествий

*Svetlana Alekseevna Lebedeva,*

*Master's Degree Student,*

*The Russian Presidential Academy of National Economy  
and Public Administration,*

*Moscow, Russia*

### **Transport Assurance of Tourism in Russia**

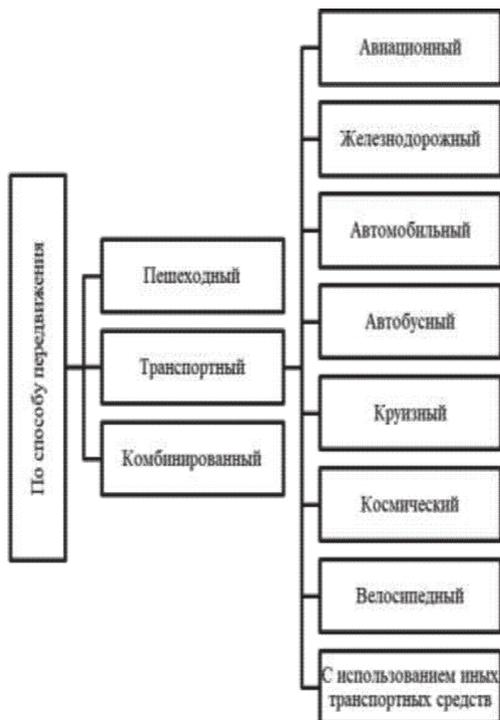
Transport trips are considered to be an independent type of tourism, which makes the theme of tourism transport assurance especially relevant. The issue of transport is particularly actual for the Russian Federation, taking into account the size of the country and its water space. An analysis of The Travel and Tourism Competitiveness Reports gives an opportunity to look at transport state in dynamics.

**Keywords:** tourism, transport, transport assurance, travel and tourism competitiveness

Транспорт – одна из важнейших составных частей материальной базы экономики любой страны. Это двигатель прогресса, а также неотъемлемая часть туристской индустрии.

Согласно «Тезаурусу по туризму и досуговой деятельности» Всемирной туристской организации, принято выделять следующие виды туризма в зависимости от способа передвижения: пеший или пешеходный (hiking, walking), транспортный (transport tourism) или комбинированный (combined tourism, mixed-type transport tourism). А в зависимости от вида используемого транспортного средства туризм делят на авиационный (air tourism), железнодорож-

рожный (rail tourism), автомобильный (motoring), автобусный (coaching, coach tourism), круизный (cruising), космический (space tourism) и другие с использованием иных средств передвижения (рис. 1) [1].



**Рис. 1.** Виды туризма по способу передвижения.  
Источник: Составлено автором на основании [1]

Доля туристической индустрии в ВВП Российской Федерации составляет 1,5 % [7]. Тема транспортного туризма особенно актуальна для нашей страны, учитывая площадь её территории (17.125.191 км<sup>2</sup>, включая присоединённые в 2014 г. Республику Крым и город федерального значения Севастополь), протяжённость береговой линии (37.653 км), а также долю поверхностных вод (12,4 % территории страны).

Чтобы оценить состояние транспортной обеспеченности туризма в России заглянем в Отчет конкурентоспособности путеше-

ствий и туризма (The Travel & Tourism Competitiveness Report), составляемый каждые два года Всемирным экономическим форумом. Как известно, структура индекса конкурентоспособности путешествий и туризма, публикуемого ВЭФ, основана на 14 критериях, объединённых в 4 подиндекса (начиная с 2015 г.<sup>1</sup>): окружающая среда (5 критериев), политика в сфере туризма и путешествий (4 критерия), инфраструктура (3 критерия), природные ресурсы и культурное наследие (2 критерия) (рис. 2).



**Рис. 2.** Показатели России по критериям конкурентоспособности туризма и путешествий.  
Источники: Составлено автором на основании [2], [3], [4], [5], [6], [7]

В нашем случае следует обратить внимание на два критерия, входящих в подиндекс «инфраструктура»: инфраструктура воздушного транспорта, наземная и водная инфраструктура (рис. 3). Данные критерии также включают в себя несколько показателей. Воздушный транспорт:

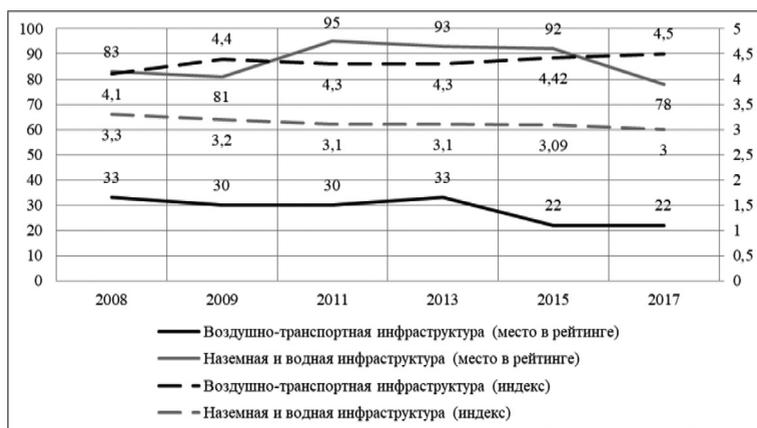
- качество воздушно-транспортной инфраструктуры;
- доступные место-километры внутри страны;

<sup>1</sup> В рейтингах 2008, 2009, 2011, 2013 годов было три подиндекса: 1) регулирование в сфере туризма и путешествий; 2) бизнес и окружающая среда; 3) человеческие, природные и культурные ресурсы. Некоторые критерии такие, как «готовность к развитию туризма на территории страны», «международная открытость» и «бизнес среда», появившиеся в отчетах 2015 и 2017 годов, отсутствуют в более ранних рейтингах.

- доступные международные место-километры (показатель заменил используемый в отчетах 2008–2013 гг. пункт «международная воздушно-транспортная сеть»);
- количество отправок;
- загруженность аэропортов;
- количество авиакомпаний, осуществляющих деятельность на рынке.

Наземная и водная инфраструктура<sup>1</sup>:

- качество дорог;
- протяжённость дорог;
- протяжённость асфальтированных дорог;
- качество железнодорожной инфраструктуры;
- протяжённость железных дорог;
- качество инфраструктуры водного транспорта;
- эффективность наземного транспорта.



**Рис. 3.** Место России в рейтинге и индекс конкурентоспособности туризма и путешествий по показателям транспортной обеспеченности. Источники: Составлено автором на основании [2], [3], [4], [5], [6], [7]

Из выше представленного графика видно, что показатели состояния воздушного транспорта имеют положительную динамику и с каждым годом, согласно экспертам ВЭФ, улучшаются. О наземной и водной инфраструктуре такого сказать нельзя. Скорее

<sup>1</sup> Ранее критериев было всего пять: 1) качество дорог; 2) качество железнодорожной инфраструктуры; 3) качество инфраструктуры водного транспорта; 4) качество внутренней транспортной сети; 5) протяжённость дорог.

наоборот – большинство оценочных критериев в рейтинге 2017 г. занимают более низкие позиции. Например, такой критерий как качество дорог опустился на 15 пунктов (со 106 места в 2008 г. до 121 в 2017 г.). Показатель протяжённости дорог также ухудшился (111 место в 2008 г., 118 место в 2017 г.). На том же уровне остался показатель качества водной инфраструктуры (72 место в рейтинге), что свидетельствует о том, что за девять лет не было предпринято ничего (или было предпринято недостаточно) для развития речного, круизного и других видов туризма, использующих территориальное и прибрежное водное пространство России. Единственный критерий, который улучшил свое положение в рейтинге – качество железнодорожной инфраструктуры (29 место в 2008 г., 25 место – в 2017 г.).

Подводя итоги, можно сказать, что имея огромный потенциал для развития транспортных видов туризма, данному вопросу уделяется недостаточное внимание на государственном уровне. Постоянно растущие цены на топливо и качество российских дорог мешают развитию автомобильного, автобусного туризма и велотуризма на территории нашей страны, состояние водного транспорта – речному и круизному, а цены на авиаперевозки и длительность железнодорожных поездок из восточной части России в западную и обратно – внутреннему авиа- и железнодорожному туризму.

#### *Список литературы*

1. Thesaurus on Tourism and Leisure Activities. Madrid: WTO, 2001.
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability. Geneva: WEF, 2008.
3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence. Geneva: WEF, 2009.
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn. Geneva: WEF, 2011.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. Geneva: WEF, 2013.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks. Geneva: WEF, 2015.
7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future. Geneva: WEF, 2017.

*Алина Александровна Прасолова*

*студент,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского*

*г. Донецк, ДНР*

### **Современные маркетинговые тенденции в сфере туризма**

Статья рассказывает о новых средствах привлечения внимания потребителя для туристических предприятий и описывает данные исследования по воздействию различных средств массовой информации на потребителя.

**Ключевые слова:** маркетинг, реклама, тенденции, потребитель

*Alina Alexandrovna Prasolova*

*Student,*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,*

*Donetsk, DNR*

### **Modern marketing trends in the field of tourism**

The article tells about new means of attracting consumer's attention to tourist enterprises and describes the research data on the impact of various media on the consumer.

**Keywords:** marketing, advertising, trends, consumer

Маркетинг в сфере туризма представляет собой продукт коллективного творчества предпринимателей разных стран. В то же время он является своеобразной системой, которая предназначена для организации и управления деятельностью туристских компаний по разработке, производству и сбыту новых, более эффективных видов туристско-экскурсионных услуг [1]. В последние годы в маркетинге наблюдается тенденция переноса акцента с проблем производства туристских услуг на потребителя и переориентация на удовлетворение всех его нужд и потребностей, даже тех, о которых он сам может пока не догадываться. Чем больше нужд у потребителя, тем сложнее и интереснее задача стоит перед маркетингом.

Увеличение количества потребительских нужд основано на нескольких факторах:

- изменение канонов туристического поведения;
- специализация спроса;
- расширение выездного туризма;

- экологизация потребительского мышления;
- изменение частоты и длительности туристических поездок.

Современный потребитель желает получить максимум новых впечатлений от поездки, что приводит к увеличению интенсивности туристского отдыха. Из этого следует, что структурные изменения на рынке туристических услуг, изменения условий конкурентной борьбы и непосредственно поведение потребителей вынуждают туристические предприятия искать новые маркетинговые приёмы, которые могли бы завлечь нового клиента и при этом не стали бы причиной потери старого. Известно, что для того, чтобы завлечь нового клиента необходимо потратить в 6 раз больше средств, чем удовлетворить нужды проверенного потребителя. Приверженность потребителей является одним из критериев конкурентоспособности туристического предприятия, который отображает его умение не терять своих клиентов.

На сегодняшний день существует немалое количество способов привлечь и удержать клиента:

- телевидение;
- радио;
- визитные карточки;
- «сарафанное радио»;
- печатные издания – реклама в газетах или журналах;
- партнерские программы – сотрудничество с неконкурирующими компаниями, работа которых направлена на ту же целевую аудиторию;
- программы лояльности – скидки и бонусы, которые активируют клиентов;

Для этого созданы все условия на самых различных площадках, самой рентабельной из которых остается телевидение. Оно способно одновременно охватить любую территорию и аудиторию, то есть одна реклама может быть просмотрена миллионами телезрителей, которые также выступают в роли потенциального клиента.

Среди студентов ДонНУЭТ был проведен опрос, целью которого было выяснить какой из трёх видов источников информации (ТВ, радио, печатные издания) более эффективен для рекламы туристической фирмы.

Результаты опроса показали, что более половины студентов из предоставленных вариантов отдают предпочтение именно ТВ-рекламе (53 %), поскольку часто с ней сталкиваются, а также из-за

того, что ей доверяют родители и старшие члены семьи. 31 % опрошенных выбрали рекламу по радио, поскольку привыкли к радиовещанию во время длительных транспортных поездок. А 16 % респондентов отдали свой голос за рекламу в печатных изданиях, считая её наиболее привычной, простой и доступной.

Еще несколько лет назад казалось, что придумать что-то новое с применением мобильного телефона невозможно. СМС-рассылки были и до сих пор остаются одной из неприятнейших тенденций маркетинга. Сегодня, с появлением смартфонов, мобильные устройства смогли с успехом заменить ПК, поэтому стационарная реклама также переключилась на мобильную, что не избавило общество от рекламных сообщений. Теперь вместо мобильных операторов рекламу присылают мобильные приложения. Наиболее распространена реклама в приложении «Viber».

Еще одной крупнейшей площадкой является Интернет. Здесь можно говорить, как уже знакомых и устаревших вариантах e-mail-рассылки, так и о различных новых каналах продвижения таких как, социальные сети и поисковые системы. Знаменитые поисковые системы «Google» и «Яндекс» уже оптимизировали свои алгоритмы поиска, теперь при использовании мобильного устройства, пользователь в первых строках поиска получает ссылки на мобильные версии сайтов.

Любая социальная сеть – это огромное скопление потенциальных клиентов, которые уже распределены по странам, регионам, возрастным группам и интересам. В то же время социальные сети постепенно начинают выполнять и функцию «поисковиков». Причиной этому является возможность получения всей необходимой информации официальной (наличие билетов на определенную дату, предлагаемые туры) и неофициальной (отзывы реальных людей, которые уже воспользовались данной услугой раньше и могут поделиться своими эмоциями и впечатлениями по данному поводу), и всё это в пределах одного сайта. Более того, с недавних пор социальные сети из разряда «рекламщиков» перешли в разряд «продавцов» с тех самых пор, как была внедрена кнопка «купить». Теперь пользователь может сразу же, не вставая со стула и не переходя на соседнюю вкладку, приобрести понравившиеся товары или услуги. К тому же социальные сети предоставляют возможность широкого выбора формата предоставляемых материалов [2].

Наиболее перспективным форматом рекламы является видео контент. По данным компании WebDAM, современный человек

становится все более восприимчивым к визуальному контенту. Например, 81 % людей не читают, а просматривают информацию, так как уже через 8 сек. внимание человека рассеивается. При этом только 20 % контента (без визуальной составляющей) задерживается в памяти. Все это в итоге приведет к тому, что к 2018 году 84 % всех коммуникаций станут визуальными [3].

Еще один немаловажный маркетинговый тренд в сфере туризма – специализированные мобильные приложения, которые могут быть снабжены не только текстовыми, графическими и видео фрагментами, но и игровыми процессами. Подобные приложения помимо явного рекламного контекста могут иметь познавательную и развлекательную составляющую.

Возникла необходимость проведения еще одного опроса для определения эффективности влияния на потребителя различных видов рекламы. Для этого были опрошены клиенты туристической агентств г. Донецка, таких как «АГАВА тур», «Golden-tour» и «Розовый слон». Среди предлагаемых вариантов рекламы были: СМС-рассылки, e-mail-рассылки, реклама в поисковых системах и мобильные приложения.

Результаты опроса показали, что 38 % респондентов доверяют информации, которую получают из различных поисковых систем. 33 % отдают предпочтение современным мобильным приложениям, 17 % всё еще обращают внимание на СМС-рассылку, а оставшиеся 12 % предпочитают получать рекламные предложения на почту.

Для того, чтобы выяснить какими же источниками рекламы наиболее часто пользуются жители Донецкой Народной Республики был проведен опрос на улицах города Донецка. Были опрошены 300 респондентов. Среди рассматриваемых вариантов рекламных источников выступили: СМИ, Интернет и «Сарафанное радио».

Данные показывают, что наиболее популярным источником рекламной информации является «Сарафанное радио» (40 %), которое представляет собой отзывы от друзей и родственников, которым потребитель доверяет больше, нежели средствам массовой информации или рекламе из Интернета. 33 % респондентов предпочитают искать информацию в сети Интернет, считая, что так они смогут получить более достоверную информацию, не прикрытую субъективным человеческим восприятием. СМИ отдали предпочтение наименьшее количество респондентов – 27 %. Это связано

с тем, что современной задачей СМИ является «продать» услугу любым способом, а не донести до потребителя необходимую ему достоверную информацию.

Подводя итоги, следует отметить, что большинство применяемых нововведений так или иначе связаны с Мировой Паутиной. Это закономерно, поскольку, с наступлением цифровой эпохи, все сферы жизнедеятельности человека в большей или меньшей степени перекечевали в виртуальное пространство. Однако следует помнить, что ни один тренд не вечен, и то, что сегодня находится на пике популярности, уже завтра может оказаться устаревшим и бессмысленным. И всё же на данном этапе человеческого развития можно явственно увидеть, что будущее за Интернетом.

*Список литературы*

1. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник. М.: Юрайт, 2014. 595 с.
2. Дитяшова И. Маркетинг будущего: основные тенденции развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.koloro.ru> (дата обращения: 10.11.2017).
3. Пять новых тенденций маркетинга. Коммерческий директор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kom-dir.ru> (дата обращения: 10.11.2017).

**УДК 338.486**

*Наталья Алексеевна Рогожова,*  
*ст. преподаватель,*  
*Санкт-Петербургский университет*  
*технологий управления и экономики,*  
*г. Санкт-Петербург, Россия*

*Александра Константиновна Алексева,*  
*магистрант,*  
*Санкт-Петербургский университет*  
*технологий управления и экономики,*  
*г. Санкт-Петербург, Россия*

**Влияние «первого руководителя» на корпоративную культуру  
в организациях индустрии туризма**

В статье рассматривается вопрос влияния «первого руководителя» на корпоративную культуру в организациях индустрии туризма. Особое внимание уделяется тому, что при слабой корпоративной культуре смена руководства часто приводит не только к увольнению сотрудников, но и влечёт за собой смену сложившихся в организации традиций и устоев, что может послужить причиной значительных организационных изменений.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, «первый руководитель», поведение персонала, стиль взаимоотношений

***Nataliya Alekseevna Rogojova,***

*Senior Lecturer,*

*Saint-Petersburg University*

*of Technology Management and Economics,*

*Saint-Petersburg, Russia*

***Alexandra Konstantinovna Alekseeva,***

*Master's Degree Student,*

*Saint-Petersburg University*

*of Technology Management and Economics,*

*Saint-Petersburg, Russia*

### **The Influence of the «First Head» on the Corporate Culture in the Organizations of the Tourism Industry**

In the article the problem of the influence of «the first head» on the corporate culture in the organizations of tourism industry is regarded. Special attention is paid to the fact that with a weak corporate culture, the change of leadership often leads not only to the dismissal of employees who do not accept new rules in the team, but also entails a change in the traditions and foundations that have formed in the organization, which ultimately can cause significant organizational changes.

**Keywords:** corporate culture, «first head», the behavior of the staff, the style of relationships

В современном обществе любую организацию можно рассматривать как культурный феномен. Культура является преобладающим фактором во всех действиях и структурах, а корпоративная культура выступает в роли основной метафоры к определению организации.

Корпоративная культура организации, представляя собой совокупность убеждений, взглядов, ценностей и моделей поведения, разделяемых большинством сотрудников, является одним из важнейших элементов в структуре управления, так как именно она определяет и направляет всю систему взаимоотношений с внешней и внутренней средой [1].

Также корпоративная культура определяет поведение персонала в различных деловых ситуациях. Например, если сотрудники туристского предприятия разделяют принцип «клиент всегда прав», они стараются мягко решать конфликты, возникающие в

процессе обслуживания туристов. При этом резкая реакция на поведение клиента по умолчанию считается нарушением корпоративной культуры.

Корпоративная культура является мощным стратегическим инструментом, позволяющим повысить степень удовлетворенности трудом и эффективность организации в целом, а также сформировать определённый стиль взаимоотношений внутри организации. Она считается одним из самых действенных средств привлечения и мотивации сотрудников. Как только человек удовлетворяет материальные потребности, у него возникает потребность в другом: положение в коллективе, общность ценностей – и здесь на первый план выходит корпоративная культура [1].

Следует отметить, что корпоративная культура любого предприятия туризма в той же степени неповторима и специфична, как и её персонал. Индивидуальность корпоративной культуры проявляется в специализации организации, личности её руководителя, индивидуальных особенностях каждого сотрудника, стилях руководства и управления, процессах принятия решений, распространении и обмене информацией, характере контактов между персоналом.

Особое влияние на формирование корпоративной культуры в туристских организациях оказывает руководитель – создатель предприятия, так называемый «первый» руководитель. Именно он является идейным вдохновителем, эмоциональным лидером, создателем атмосферы и культуры взаимодействия внутри организации. Именно первый руководитель создает общую психологию и единую цель сообщества людей, составляющих персонал компании.

Например, именно с компанией Ford по традиции связывается становление самого понятия «корпоративная культура». Основатель компании – Генри Форд фактически первым стал поздравлять своих рабочих с праздниками и здороваться с ними за руку. Таким образом, было положено начало созданию благоприятной атмосферы в коллективе и личной приверженности работников самой компании. Позже осуществил разработку и внедрение целого ряда существенных положений по работе с персоналом. Генри Форд I, президент автоконцерна Ford, сформулировал на страницах своей книги «Моя жизнь. Мои достижения» принципы и цель компании, таким образом, заложив основы корпоративной культуры. Почти все принципы управления персоналом и производством актуальны

и на сегодняшний день. В своей книге Форд очень мудро рассуждает о мотивации, справедливом вознаграждении и многом другом.

Фундамент корпоративной культуры закладывает и формирует руководитель организации, от его мировоззрения, профессионального опыта и жизненной позиции зависит атмосфера, царящая в коллективе.

Подбирая персонал, руководитель создает вокруг себя команду, состоящую из единомышленников – людей, похожих на него по типу мышления и жизненным ценностям. Таким образом, в процессе дальнейшей работы персонал будет с готовностью поддерживать принципы и ценности руководителя. В свою очередь, руководитель, полностью осведомленный об особенностях коллектива, которым он управляет, способен выбрать наиболее приемлемый и верный стиль руководства. Зная своих подчиненных, главный менеджер может верно оценить, кто из них, и на что способен, определить лидеров, а также прогнозировать перспективы развития личности каждого члена коллектива и моделировать будущее организации в целом.

Под влиянием «первого» руководителя в организации формируются свои устои, традиции общения и стандарты взаимодействия в коллективе, и за годы работы персонал превращается в круг лояльных к своему начальнику специалистов, которые не видят иной возможности, кроме как трудиться под его началом.

Именно это является одной из основных причин увольнения ряда сотрудников при назначении нового руководителя. Смена руководства – это серьезное испытание для коллектива любой организации: приход нового управляющего означает нарушение привычного порядка вещей, и практически всегда меняющиеся правила игры оказывают влияние, как на работу коллектива, так и на эмоциональный климат внутри него [3].

В реальной жизни подобные ситуации встречаются достаточно часто. Вновь назначенный руководитель часто оказывается ярким примером известной поговорки про «новую метлу». Как правило, первое, что он делает – меняет команду, ставит на должности «своих» людей, что является достаточно ясной демонстрацией нежелания поддерживать сложившиеся отношения в коллективе, какие-либо правила и традиции, созданные в коллективе за долгие годы работы под началом «первого» руководителя. Однако именно эти правила и традиции создают благоприятную атмосферу для персонала и воспринимаются им как единственно правильные. В

результате весь последующий рабочий процесс проходит под рефрен «а вот наша Светлана Петровна так не делала». И в конечном итоге, ряд сотрудников, не желающих работать «не так, как было», уходят.

Новый руководитель, приходя в уже сложившийся коллектив, со своей структурой и особенностями управления, связями и отношениями, с уже сформировавшейся корпоративной культурой, фактически выступает в роли человека, «идущего со своим уставом в чужой монастырь». Его характер, стиль управления, методы ведения бизнеса кардинально отличаются от прежнего шефа, и в связи с этим у него не складываются отношения со многими сотрудниками, которые подсознательно постоянно сравнивают его с бывшим начальником. Вновь назначенный руководитель выдвигает свою программу развития организации, а персонал, опираясь на традиции и установки, уже сложившиеся в команде, ее не принимает. Чем сильнее привержены работники ценностям и нормам бытия в организации, тем сложнее что-либо менять. В результате снижается мотивация сотрудников и результативность их деятельности.

В такой ситуации новый руководитель меняет коллектив, либо приводя в организацию «своих» людей, надежных, проверенных, которых он знает в работе (их понимание и поддержка поможет ему быстрее адаптироваться на новом месте), либо набирая новый персонал, согласно своим требованиям и критериям. Вновь созданная команда будет разделять взгляды и идеи нового шефа.

Если после смены руководителя политика компании идет вразрез с интересами и установками сотрудников, их действия будут для организации если не опасны, то однозначно не полезны. Удерживать тех, кто не разделяет политику компании, не имеет смысла. Оставаться должны только лояльные сотрудники, которым близок общий корпоративный дух организации. Если же человек считает, что реализует чуждые ему идеи, лучше расстаться с ним и как можно раньше. Только стопроцентная лояльность новому руководителю и полное принятие его идей со стороны персонала могут гарантировать успех предприятия туризма на рынке [2].

Таким образом, «первый» руководитель является главным фактором формирования корпоративной культуры организации, ее традиций и устоев. Смена руководителя обычно влечет за собой изменение целей и ценностей организации и, как следствие, необходимость формирования новой корпоративной культуры. Но но-

вое руководство само по себе не является гарантией того, что работники примут новые ценности. Сотрудники часто воспринимают новых руководителей как «чужаков», им комфортно жить, созиная незыблемость устоявшихся годами норм поведения и некогда провозглашенных принципов взаимодействия и организации работы.

Корпоративная культура туристской организации многокомпонентна, зависит от разных переменных, характерна для определенного времени и постоянно эволюционирует. Рассматривая ситуацию организационных изменений лишь только под влиянием смены руководства, можно сделать вывод о том, что общая корпоративная культура организации слабая, требует усиления.

Для формирования сильной корпоративной культуры требуется определить имеющиеся сильные и слабые стороны уже сложившейся культуры организации, проследить источники влияния на имеющиеся нормы поведения и понять какой она должна быть.

Реализация мероприятий по повышению корпоративной культуры является длительным и кропотливым процессом отбора, обучения, воспитания всего персонала. Этот процесс должен находиться под постоянным контролем руководства и быть практически непрерывным.

#### *Список литературы*

1. Вудкок М., Фрэнсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителей-практика. М.: Дело, 1994. 320 с.
2. HR-Portal Сообщества и публикации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru> (дата обращения: 16.11.2017).
3. Smart Management [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.smartmanage.ru> (дата обращения: 17.11.2017).

**УДК 338.48**

*Марина Дмитриевна Чернорай,*  
*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*  
*г. Омск, Россия*

### **Факторы формирования туристской мотивации**

В статье рассмотрены факторы, влияющие на потребительскую мотивацию в сфере туристских услуг, рассмотрено состояние рынка туризма в Омской области и России в целом, даны рекомендации.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая мотивация, спрос, факторы, менеджмент

**Marina Dmitrievna Chernoray,**  
*Student,*  
*Omsk State Technical University,*  
*Omsk, Russia*

### **Factors of formation of tourist motivation**

In article the factors influencing consumer motivation in the sphere of tourist services are considered, the condition of the market of tourism in the Omsk region and Russia is regarded, the recommendations are made.

**Keywords:** tourism, tourist motivation, demand, factors, management

На сегодняшний день туризм играет одну из главных ролей в экономике страны. Наблюдается высокий уровень конкуренции на рынке туристических услуг внутри страны. Для повышения эффективности деятельности туристических агентств, увеличения прибыльности и рентабельности необходимы не только знания правовых норм и правил, но и глубокое изучение спроса клиентов услуг при формировании туристического пакета. При изучении спроса на турпродукт необходимо учитывать ряд факторов, которые будут рассмотрены в данной статье. Для того, чтобы начать исследование, сперва необходимо рассмотреть такое понятие, как «туризм».

Согласно с принятым комиссией ООН определением, туризм представляет собой деятельность лиц, путешествующих и осуществляющих прибытие в местах, которые находятся за пределами их обычной среды в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и иными целями. Данное понятие имеет множество определений, выше было дано общепринятое. Туризм по форме проведения занятий делится на следующие:

- организованный – предполагает путешествие одного или нескольких туристов по маршруту, регламенту, установленному туристической фирмой;
- неорганизованный – путешествие одного или нескольких туристов без участия туристической фирмы, то есть не связанных с ней никакими обязательствами.

Существуют некоторые факторы, которые оказывают влияние на мотивы потребителей на рынке туризма. На туристический спрос влияют общеэкономические (уровень материального благо-

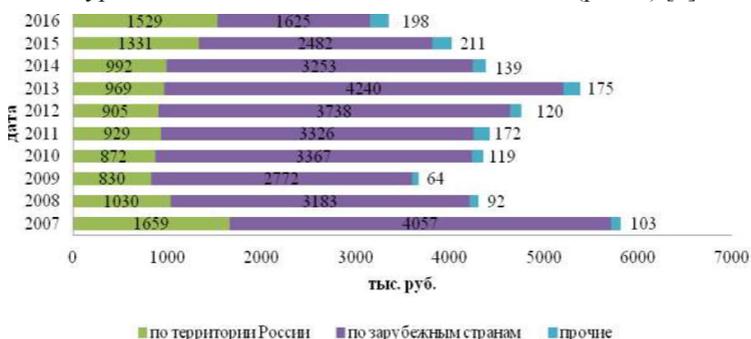
состояния, соотношение свободного и рабочего времени у населения), социально-демографические факторы (пол, возраст, профессия, образование и т. д.), факторы культурного порядка и психологии нового потребителя (приоритеты в системе духовных ценностей, психология потребления, гедонизм и т. д.), личностно-поведенческие факторы (личностные особенности, система духовных ценностей, стиль жизни и т. д.). Все данные факторы формируют модель поведения потребителя туристских услуг. Помимо вышеперечисленных принято выделять также иную классификацию факторов туристской мотивации, которые представлены на рис. 1 [4].



*Рис. 1.* Факторы туристской мотивации

Рассмотренные выше факторы оказывают значительное влияние на туристские мотивы, а те, в свою очередь, на спрос туристических услуг. Они должны учитываться при формировании такого продукта, как туристические пакеты.

В России последние 10 лет отрасль туризма активно развивается. Рассмотрим динамику изменения числа реализованных населению туристических пакетов за последние 10 лет (рис. 2) [5].



**Рис. 2.** Динамика изменения числа реализованных населению турпакетов, тыс. руб.

По данным можно сделать вывод о том, что растёт тенденция развития туризма на территории Российской Федерации. На конец 2016 г. число реализованных населению турпакетов по территории России увеличилось на 15 % по сравнению с предыдущим годом и достигло 1529 тыс. рублей. Уменьшение числа реализованных турпакетов можно объяснить экономическими факторами: сложная экономическая ситуация в стране, санкции. Наблюдается уменьшение доли реализованных турпакетов по зарубежным странам. На сегодняшний день экономическая ситуация в стране улучшается, наблюдается позитивная динамика развития туристической области. Программа развития внутреннего туризма в России должна привести к увеличению числа ежегодных путешествий до 40 млн в 2018 г. [1].

В настоящее время туризм является развивающейся сферой в Омской области. На начало 2017 г. в Омске насчитывается 260 туристических фирм, имеющих около 347 филиалов [3]. На фоне растущей конкуренции турфирмам необходимо направлять деятельность на улучшение качества своих туристических продуктов. Но

в большинстве случаев при формировании турпакетов во многих туристических компаниях учитываются лишь некоторые факторы, например, возраст, доход.

В настоящее время на территории Российской Федерации, в частности, Омской области возрастает спрос на религиозный туризм экскурсионного характера, а также туризм с целью паломничества. С каждым годом возрастает интерес к памятникам религиозной культуры [2]. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что при формировании турпакета туристическим агентствам следует учитывать такой фактор, как религиозная принадлежность для того, чтобы предложить клиенту подходящий для него продукт.

Туристические фирмы при формировании турпакета зачастую не учитывают такой фактор, как образование. Образованный человек больше склонен посещать места с познавательной целью, поэтому учитывая данный фактор, работникам турфирм следует включать в пакет различные экскурсионные программы [6].

Социальная принадлежность также является важным фактором туристской мотивации, который многие туристические фирмы не учитывают при формировании продукта. Так, например, рядовые рабочие, занятые монотонной работой, предпочитают активный отдых; учащиеся и студенты в силу своего возраста и социальных особенностей подвержены стремлению к активному отдыху. Учёт данного фактора позволяет определить вид туризма, сезонность.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что учёт большинства факторов, оказывающих влияние на мотивы туристов необходимы для изучения спроса и дальнейшего развития того или иного туристического агентства. Туристские мотивы влияют как на объём, так и на формы спроса туристского продукта.

#### *Список литературы*

1. Бобровский А., Сафонов О. Ростуризм: внутренний туризм растет быстрее прогноза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru> (дата обращения: 14.11.2017).
2. Житенев С. Ю. Религиозный туризм и паломничество в Российской Федерации: Современное состояние и перспективы развития // Журнал института наследия. 2016. № 1. С. 3.
3. Сибина С. Море впечатлений: В Сибири начал расти спрос на туристические услуги / Российская газета. 22.06.2017. № 7300.
4. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 576 с.

5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 14.11.2017).

6. Храпова Е. В., Кычанов Б. И. Развитие туризма как резерв улучшения финансового состояния сельских муниципальных образований // II Манякинские чтения: уникальный туристско-рекреационный потенциал: материалы Междунар. науч.-практ. конф. 2013. С. 217–219.

**УДК 338.486:659.1**

***Олеся Леонидовна Шарова,***  
*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*  
*г. Омск, Россия*

### **Инструменты маркетинга в индустрии туризма Иркутской области**

Настоящая статья посвящена рассмотрению использования маркетинговых инструментов в индустрии туризма на примере турфирм Прибайкалья.

***Ключевые слова:*** маркетинг, маркетинговые инструменты

***Olesya Leonidovna Sharova,***  
*Student,*

*Omsk State Technical University,*  
*Omsk, Russia*

### **Marketing Tools in the Tourism Industry of Irkutsk Region**

This article is devoted to the use of marketing tools in the tourism industry on the example of travel agencies in the Baikal region.

***Keywords:*** marketing, marketing tools

В современном мире существует множество предложений различных туристских компаний. В условиях жесткой конкуренции побеждает тот, кто правильно использует инструменты маркетинга.

Иркутская область обладает богатой природой. Самой главной природной достопримечательностью является озеро Байкал. Как увеличить количество иностранных туристов?

Согласно данным агентства по туризму Иркутской области иностранных туристов около 10 %. Лидерами в турпотоке региона являются Китай и Германия. Именно на эти страны необходимо ориентироваться в плане привлечения туристов.

Рассмотрим маркетинговую деятельность турагентств. Наиболее актуальные инструменты маркетинговой стратегии в деятельности отечественных туристических фирм (на примере рынка турфирм Прибайкалья). Маркетинговая стратегия может строиться по следующей схеме (рис.1):



*Рис. 1.* Инструменты маркетинговой стратегии

Для начала необходимо изучить особенности и культуру немецкого и китайского народов. Китайцы в основном путешествуют небольшими группами и любят шоппинг. Немцы очень практичны и пунктуальны, любят чистоту и порядок. Эти данные необходимо учитывать не только при предоставлении услуг (пунктуальная встреча в аэропорту, знание английского языка персонала, посещение мест интересующих туристов и т. д.), но и при размещении рекламы в иностранных государствах.

Например, в Китае при размещении рекламы на телевидении или наружной рекламе будем использовать более яркую афишу с использованием какого-нибудь нарисованного довольного персонажа (к примеру, нерпа), а в Германии тем временем выберем иной дизайн для тех же видов рекламы. Он будет более классическим и простым с использованием слогана (к примеру, «слишком красиво, чтобы сидеть дома»).

Приступаем к созданию рекламных материалов индивидуально для каждого государства: копирайтинг, рекламный плакат, рекламный видеоролик, лендинг.

Копирайтинг – профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов.

Лендинг (целевая страница) – веб-страница, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге.

Переводим рекламные материалы на немецкий и китайские языки.

Составленное коммерческое предложение рассылаем по электронной почте различным крупным компаниям. Желательно предложить скидку если компания приобретет тур в короткие сроки.

Используем следующий маркетинговый инструмент – SMM.

SMM (Маркетинг в социальных сетях) – процесс привлечения внимания через социальные платформы.

Популярные социальные сети в Китае: Qzone, QQ, Pengyou, WeChat, Sina Weibo, Renren, Douban. Популярные социальные сети в Германии: Facebook, Twitter, StudiVZ, LinkedIn, StayFriends. Регистрация в социальных сетях не требует материальных затрат, но требует временные затраты.

Далее применим инструмент SEO для продвижения целевой страницы. SEO (Поисковая оптимизация) – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем, по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации (получение дохода) этого трафика.

Самым дорогим по материальным расходам маркетинговым инструментом является наружная реклама.

Рекомендуется использовать маркетинговые инструменты в комплексе, а не по отдельности. Использование комплекса маркетинговых инструментов приведет к результату, а именно к увеличению иностранных туристов в Иркутской области.

#### *Список литературы*

1. Гончарова И. В., Розанова Т. П., Морозов М. А., Морозова Н. С. Маркетинг туризма. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 224 с.
2. Цыринова Н. С. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс] // Молодой ученый. Режим доступа: <http://www.moluch.ru> (дата обращения: 12.11.2017).

***Вера Михайловна Панова,***

*студентка,*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,*

*г. Москва, Россия*

***Кирилл Константинович Саликов,***

*студент,*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,*

*г. Москва, Россия*

### **Сравнительный анализ сетей американских отелей Hyatt и Holiday Inn**

Туризм – это самый стабильно развивающийся сектор экономики. На сферу туризма приходится около 11 % мирового совокупного продукта, 6 % – мирового экспорта, 7 % – мировых инвестиций и каждое 16-е рабочее место. По сравнению с 1980 г. мощность мировых туристских потоков возросла на 65 %, а доходы – на 174 %. По данным Всемирной туристской организации в 2016 г. число международных туристских прибытий достигло в общем итоге 1,235 млрд.

**Ключевые слова:** сеть отелей, сравнение, Holiday Inn, Hyatt, турист, международная корпорация

***Vera Michailovna Panova,***

*Student,*

*Russian Academy of National Economy and Public Administration  
Moscow, Russia*

***Kirill Konstantinovich Salikov,***

*Student,*

*Russian Academy of National Economy and Public Administration  
Moscow, Russia*

### **Comparative analysis of American hotel chains Hyatt and Holiday Inn**

Tourism is the most steadily developing economy sector. The tourism sector accounts for about 11 % of the world's total product, 6 % – world exports, 7 % – global investment and every 16th job. Compared to 1980, the power of the world tourist flows increased by 65 %, and income – by 174 % [1]. According to the World Tourism Organization in 2016, the number of international tourist arrivals reached a total of 1.235 billion [2].

**Keywords:** hotel chain, comparison, Holiday Inn, Hyatt, tourist, international corporation

Развитию туризма более всего способствует развитие базы проживания, отелей. Увеличение числа путешественников в последнее время способствовало расширению гостиничной индустрии. Это двусторонний процесс. Увеличение турпотока и появление новых мест проживания. Особое значение имеют, прежде всего, американские пионеры отельного бизнеса Holiday Inn и Hyatt. Мы постараемся проанализировать появление этих двух американских гигантов отельного бизнеса, стратегии их развития и функционирование на российском рынке отелей.

Истории создания отелей Holiday Inn и Hyatt. Во время Великой депрессии в США началось активное строительство дорог, как один из видов выхода из депрессии. Одновременно с этим бурно развивалась автомобильная промышленность. Это сделало возможным развитие внутреннего туризма, который и сейчас необыкновенно развит в США. Так как в эти годы люди по большей части путешествовали на автомобилях, популярны были придорожные мотели.

1952 г. ознаменовался появлением первого отеля Holiday Inn в Мемфисе, штат Теннесси. Создатель отеля Кеммонс Вилсон, путешествуя однажды со своей семьей, остался недоволен качеством придорожных отелей. Это путешествие вдохновило Вилсона на работу над стратегией создания придорожного отеля нового поколения со всеми удобствами по оптимальной цене. Немного погодя Кеммонс открыл еще 3 гостиницы, но и этим удовлетворен не был. Уже к концу 50-х сеть насчитывала 100 отелей, а в 1968 г. в Сант-Антонио открылись двери тысячной гостиницы. Компания стремительно развивалась не только в США, но и за их пределами, так что стала полноценной международной сетью отелей, которая диктовала всем участникам рынка стандарты обслуживания, вводя передовую технологию бронирования номеров, а также открыв впервые в мотелях закрытые бассейны для постояльцев.

Интересно, что этой цепи даже пытались подражать такие отели как Days Inn, Ramada Inn, Best Western и Howard Johnson's.

Прогресс не стоял на месте и люди начали приобщаться к путешествиям на самолётах. И вот тогда в 1957 г. о себе заявил отель Hyatt, первое здание которого было построено на территории аэропорта в Лос-Анджелесе. Семья Притцкеров выкупила этот отель у Шона Хайатта за 2 млн 200 тыс долларов, внося огромный вклад в его дальнейшее развитие.

Спустя два года, когда в Штатах насчитывалось уже 13 отелей Hyatt, сеть Притцкеров начала делать первые шаги за пределы США – состоялось открытие отеля в Гонконге, благодаря которому в 1969 г. компания приобретает международное имя. Под руководством Hyatt International Hotels компания начинает расширяться в различных направлениях, включая Акапулько в Мексике и Манилу на Филиппинах. В 1995 г. HyattInternational выходит на рынок СНГ. Через четыре года открылся Park Hyatt Baku в Азербайджане. Далее Hyatt появляется в Киргизии, Казахстане, Украине и Таджикистане.

В 2004 г. корпорация Hyatt Hotels сливается с Hyatt International, отвечающей за управление международными владениями Hyatt. В результате объединения на мировой арене появляется гигант гостиничного бизнеса Global Hyatt Corporation со штаб-квартирой в Чикаго. На сегодняшний день Global Hyatt Corporation предлагает услуги более 700 отелей и курортов в 56 странах мира, при этом, около 20 % отелей, находятся в США.

Новшества и программы лояльности. Что касается Holiday Inn, с наступлением 80-х гг. доходность стала снижаться, и Вилсон продал весь пакет акций крупной международной гостиничной корпорации Inter Continental Hotels Group.

Новые владельцы реанимировали отель, поделив его на несколько уровней: бюджетный (Holiday Inn Express), высокий, предназначенный для деловых людей (Holiday Inn Select) и отели на курортах (Holiday Inn Resort и Holiday Inn Club Vacation)

Holiday Inn воплотил ряд инноваций: [3]

1. Стал первой национальной франчайзинговой компанией и первой гостиничной компанией, реализовавшей франшизу.

2. Впервые ввел компьютерную систему бронирования в 1965 г.

3. Поскольку Holiday Inn следует всем нововведениям, он был первым среди отелей среднего уровня, который ввел электронную систему самообслуживания через в 2005 г.

4. Один из самых узнаваемых гостиничных брендов мира, получивший международную известность благодаря высокому уровню сервиса и комфорта при умеренных ценах.

Отличительные признаки:

1. Основной особенностью сети Holiday Inn является то, что она состоит из нескольких брендов, которые позволяют учитывать интересы и пожелания любого клиента.

2. Holiday Inn выгодно отличает от многих других отелей наличие бонусной программы Priority Club Rewards для всех клиентов.

3. Также ряд отелей Holiday Inn участвует в бонусной программе международных авиакомпаний, что позволяет клиентам получать баллы за проживание, а потом, при достижении определенного количества, использовать их для оплаты перелетов.

У членов программы Золотой паспорт Hyatt тоже есть бонусы. Члены программы с бриллиантовым статусом (посетители, которые 25 раз останавливались в Hyatt или провели здесь более 50 ночей в год), получают доступ к бонусам программы лояльности. Ее участники получают премиум доступ к Wi-Fi в номерах и ресторанах Hyatt.

Через программу лояльности Золотой паспорт Hyatt клиенты получают возможность путешествовать с большим удобством и меньшими затратами времени. Так же существуют такие бонусные программы как Почетный гость, Пропуск в United Club и другие. Бонусы распространяют гостеприимство Hyatt за пределы гостиницы и дают участникам программы с бриллиантовым статусом возможность путешествовать с комфортом. [4]

Отели Holiday Inn и Hyatt в России. На данный момент в России насчитывается 5 отелей Hyatt. Первый открылся в Москве в 2002 г. (Апарат Парк Хайат), затем были построены Hyatt Regency Moscow Retrovsky Park, Grand Hyatt Moscow Residences & Spa). Эта гостиница построена на месте легендарного ресторана, ее строительство длилось около трех лет и обошлось в 65 млн долларов. За это время у гостиницы поменялись и владелец, и управляющая компания. Изначально проектом владел армянский реставрационно-строительный концерн «Лусине». В процессе строительства он заключил с гостиничной сетью Hilton договор на управление. Через 6 лет в Екатеринбурге был открыт второй отель (Hyatt Regency Ekaterinburg). Этот отель является вторым пятизвездочным на Урале, а в 2014 г. открылся Hyatt Regency Sochi).

Holiday Inn пришел в Россию намного позже Hyatt. Лишь в 2014 г. IHG открыл первый в России отель под брендом Holiday Inn Express в Воронеже.

На сегодняшний день в РФ всего 11 отелей Holiday Inn: 6 отелей в Москве (Холидей Инн Москва Лесная, Селигерская, Сокольники, Сушевский, Таганский, Павелецкая), по одному отелю в Самаре, Уфе, Долгопрудном, Санкт-Петербурге, Воронеже. К 2019 г. предусматривается строительство 15 новых гостиниц. Не так дав-

но было принято решение о том, что в столице России будет построен самый большой в мире отель сети Holiday Inn, который разбьется на территории выставочного центра «Крокус Экспо» [5]. Общее число отелей Holiday Inn по всему миру: 1226.

Сравнивая цепочки отелей Holiday Inn и Hyatt, их историю и развитие, можно сказать, что они довольно различны, но несмотря на это, обе очень популярны среди туристов. Хотя Holiday Inn изначально был придорожным мотелем, а Hyatt начинал со строительства зданий исключительно при аэропортах, в настоящее время эти цепочки развились в разных, комфортных для всех путешественников направлениях. Не зря девиз отеля Hyatt звучит: «Все грани гостеприимства». Хотелось бы отметить и еще очень важную деталь для этих сетей. Развиваясь в мировую сеть, и та и другая как бы путешествовали за своими туристами. За пределы США они изначально выходили в те страны, куда в первую очередь путешествовали их граждане, создавая им привычный комфорт. А в дальнейшем, уже началась настоящая экспансия по миру.

#### *Список литературы*

1. Мировые тенденции развития туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.articlekz.com> (дата обращения: 10.11.2017).
2. Новости UNWTO [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourism.interfax.ru> (дата обращения: 10.11.2017).
3. Официальный сайт Holiday Inn [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ihg.com> (дата обращения: 10.11.2017).
4. Официальный сайт Hyatt [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hyatt.com.ru> (дата обращения: 10.11.2017).
5. PRO Hotel портал про гостиничный бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.prohotel.ru> (дата обращения: 10.11.2017).
6. Tranio [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tranio.ru> (дата обращения: 10.11.2017).

# ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.486; 004.77

**Анатолий Александрович Клейман,**

*д-р экон. наук, профессор,  
Санкт-Петербургский государственный институт культуры,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Ольга Анатольевна Бабанчикова,**

*канд. экон. наук, доцент,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

## **Проблемы и перспективы развития туристского рынка в условиях цифровой экономики**

В статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются субъекты туристского рынка в условиях перехода к цифровой экономике. Авторы анализируют темпы роста цифровой экономики, цифровые технологии, которые используют турфирмы и туристы, новые возможности, которые предоставляют туристам приложения, установленные на смартфонах и РС. Предложен алгоритм поведения турфирм с учётом развития цифровой экономики.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, туристский рынок, динамическое пакетирование туров, онлайн бронирование туров, виртуальный туризм, технология блокчейна

**Anatoly Aleksandrovich Kleiman,**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Saint-Petersburg State Institute of Culture,  
Saint-Petersburg, Russia*

**Olga Anatolyevna Babanchikova,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technology and Design,  
Saint-Petersburg, Russia*

## **Problems and Perspectives of the Tourism Market Development in a Digital Economics**

The article deals with the problems faced by the subjects of the tourist market in the conditions of transition to the digital economy. The authors ana-

lyze the growth of the digital economy, digital technologies that make use of the travel agencies and tourists, new opportunities that provide travelers with apps installed on smartphones and PC. The algorithm of behavior of travel agencies with the development of the digital economy is proposed.

**Keywords:** digital economy, tourism market, dynamic packaging tours, online booking of tours, virtual tourism, technology of the blockchain

Цифровая экономика стала сегодня реальностью, важнейшей составной частью мировой экономики. Причём развивается она и проникает во все области человеческой деятельности невиданными темпами. Не обошла она стороной и туристский рынок. Но, к сожалению, туристский бизнес не всегда готов к восприятию новых технологий и принципиальных изменений, происходящих на рынке туризма.

Термин «цифровая экономика» в 1995 г. ввёл в употребление американский информатик Николас Негропonte<sup>1</sup> (Массачусетский университет) [11]. В литературе и электронных источниках в качестве синонима термина «цифровая экономика» используются термины: сетевая экономика; электронная экономика; виртуальная экономика; Network economy; Digital economy; Electronic economy (e-Economy); Virtual economy. «Сетевая экономика – хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций). Технологически сетевая экономика представляет собой среду, в которой юридические и физические лица могут контактировать между собой по поводу совместной деятельности» [2].

Наряду с термином «цифровая (сетевая) экономика» используются понятия: электронный бизнес; Интернет-бизнес; Electronic business (e-Business). «Электронный бизнес – бизнес, основанный на использовании информационных технологий с тем, чтобы обеспечить оптимальное взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости. Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений» [2].

Однако до сих пор общепринятого понятия «цифровая экономика» не существует. Так член-корреспондент РАН В. Иванов дает наиболее широкое определение: «Цифровая экономика – это вир-

<sup>1</sup> Николас Негропonte (англ. Nicholas Negroponte; род. 1 декабря 1943 год, Нью-Йорк) американский информатик. В 1995 г. сформулировал концепцию «электронной экономики».

туальная среда, дополняющая нашу реальность» [10]. Р. Мещеряков (Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники) считает, что к термину «цифровая экономика» существует два подхода. *Первый подход «классический»:* цифровая экономика – это экономика, основанная на цифровых технологиях и при этом правильнее характеризовать исключительно область электронных товаров и услуг. Классические примеры: телемедицина, дистанционное обучение, продажа медионтента (кино, ТВ, книги и пр.). *Второй подход – расширенный:* «цифровая экономика» – это экономическое производство с использованием цифровых технологий [10].

А. Энговатова (Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова) дает такое определение: «Цифровая экономика – это экономика, основанная на новых методах генерирования, обработки, хранения, передачи данных, а также цифровых компьютерных технологиях» [10]. «В рамках данной экономической модели, – подчеркивает А. Энговатова, – кардинальную трансформацию претерпевают существующие рыночные бизнес-модели, модель формирования добавочной стоимости существенно меняется, значение посредников всех уровней в экономике резко сокращается. Кроме того, увеличивается значение индивидуального подхода к формированию продукта, – ведь теперь мы можем смоделировать все, что угодно» [10].

Обобщая приведенные выше определения, можно сказать, что цифровой экономикой можно охватить все то, что поддается формализации, то есть, превращению в логические схемы. А жизнь сама найдет возможность вписать это цифровую экономику в систему производства, распределения, обмена и потребления.

Президент РФ В. В. Путин в начале июня 2017 г. на Петербургском международном экономическом форуме заявил: «...Без цифровой экономики мы не сможем перейти к следующему технологическому укладу, а без этого перехода к новому технологическому укладу в российской экономике, а значит у страны, нет будущего. Поэтому это задача номер один в сфере экономики, которую мы должны решить» [5].

К 2025 г. цифровизация экономики России позволит увеличить ВВП страны на 4,1–8,9 трлн руб., утверждают авторы исследования, проведенного консалтинговой компанией McKinsey [9]. Цифровизация обеспечит от 19 до 34 % роста ВВП России, а сама доля цифровой экономики может составить 8–10 % в ВВП, оцени-

ли в McKinsey. «Сейчас доля цифровой экономики в ВВП России составляет 3,9 %, что в два-три раза ниже, чем у стран-лидеров, например США, Сингапура, Израиля. Однако положительная тенденция в том, что объем этого рынка в России растёт». С 2011 по 2015 г. ВВП РФ вырос на 7 %, а объем цифровой экономики за тот же период увеличился на 59 %, до 1,2 трлн руб. (по ценам 2015 г.). Таким образом, на цифровую экономику пришлось 24 % общего прироста ВВП. Но объем инвестиций частных компаний в цифровизацию в России пока не соответствует требованиям времени и составляет всего 2,2 % ВВП, тогда как в США – 5 %, странах Западной Европы – 3,9 %, Бразилии – 3,6 % [9].

Правительством РФ разработана и утверждена Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». В этом документе, в частности, отмечается: «С использованием цифровых технологий изменяются повседневная жизнь человека, производственные отношения, структура экономики и образование, а также возникают новые требования к коммуникациям, вычислительным мощностям, информационным системам и сервисам... Конфигурация глобальных рынков претерпевает значительные изменения под действием цифровизации. Многие традиционные индустрии теряют свою значимость в структуре мировой экономики на фоне быстрого роста новых секторов, генерирующих кардинально новые потребности» [4].

Развитие цифровой экономики формирует *основные тенденции развития туристского рынка* во всем мире, в том числе, и в России. По мнению экспертов, наиболее значимыми среди них являются:

- «глобализация туристского бизнеса;
- активное развитие транснациональных Интернет ресурсов;
- сближение поставщиков туруслуг и потребителей;
- появление новых каналов дистрибуции;
- массовый выход офлайн компаний в Интернет;
- изменение модели потребления: персонализация подхода в организации путешествия; использование мобильных приложений» [8].

В 2016 г. доля жителей, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, составляла 18,77 %. При этом на 100 человек приходилось 159,95 мобильного телефона и из 100 человек 71,29 человека использовали мобильный доступ к сети Интернет. Средняя скорость в сети Интернет в России выросла на 29 процен-

тов (до 12,2 Мбит/с), в связи с чем по этому показателю России находится на одном уровне с Францией, Италией и Грецией [4].

Рынок туристских онлайн услуг является самым динамично развивающимся сектором электронной торговли услугами, он демонстрирует ежегодный значительный рост. За последние годы более половины граждан РФ при планировании и организации своих поездок по России использовали Интернет. А иностранные туристы при поездках по России треть всех потраченных средств израсходовали с использованием Интернета [8].

Сегодня в туристской среде активно ведется работа по продвижению на рынок *динамического пакетирования туров*. Это новая технология формирования и реализации турпродукта путем прямого обращения к ресурсным системам авиакомпаний, отелей и агрегаторов туруслуг. В профессиональном сообществе обсуждают его влияние на туристский рынок и преимущества для агентств и туристов. Основы динамического пакетирования туров изучают и студенты профильных вузов [3].

Опыт развитых в туристском отношении стран показывает, что в ближайшей перспективе динамическое пакетирование станет технологической основой новой стратегии развития мировой туриндустрии. В последнее время доля пакетов, сформированных с использованием этой технологии, составляет половину объёма турпродукта, продаваемого на европейском рынке. Высокая технологичность продукта делает его идеально подходящим для онлайн бронирования. В Европе продажи туров онлайн растут преимущественно за счет динамически сформированных пакетов.

Большое значение новая технология имеет для расширения географии внутрироссийского турпродукта. Она позволяет довести до потребителя разрозненный ресурс небольших курортов и отдельных объектов размещения. Это решение делает доступным регионы, в которые невозможна организация чартерных программ.

Итоги 2017 г. свидетельствуют о том, что некоторые ответственные туроператоры, например «Натали Турс», активно развивались в перспективной нише динамического пакетирования на базе *регулярных рейсов*, работа в которой не связана с такими высокими рисками, как в чартерной сфере. Хотя прогноз по туристскому рынку в целом благоприятный, в 2018 г. компания планирует сосредоточиться на качестве работы. Дело в том, что ниша динамического пакетирования принципиально отличается от классического туроперейтинга наличием большого количества партнеров

по всему миру и требует более тщательного контроля. Высокие риски в этой сфере сохраняются, поэтому турфирма сконцентрируется на работе с регулярными авиакомпаниями [1].

В ближайшей перспективе динамические пакеты будут создаваться на базе железнодорожной перевозки, автобусного сообщения, что обеспечит максимальный доступ туристических объектов для организованных и самостоятельных путешественников. Принципиально новая технологическая модель организации российской туристической индустрии обеспечит преимущества для всех участников российского рынка: от потребителей до поставщиков туруслуг (авиакомпаний, гостиниц) [8].

Современные технологии позволяют туристам *самостоятельно планировать и организовывать свои поездки* от начала и до конца: покупать недорогие билеты на все виды транспорта, бронировать жилье, составлять маршруты и программу развлечений. По мнению Шамликашвили В. А., «наиболее распространенными инновациями в туризме, связанными с цифровыми технологиями, явились нововведения в области транспортных услуг и услуг размещения (электронное бронирование, электронные билеты, электронные визы). Одной из самых первых инноваций выступает услуга «электронный билет», а также электронные продажи в целом, дающие возможность получать необходимую информацию о гостиницах, учреждениях культуры, событиях в дестинации и различных сопровождающих поездку услугах» [11].

Поисковики авиабилетов, например, выдают все актуальные предложения перевозчиков по заданным направлениям, отмечают самые дешевые и самые быстрые прямые и стыковочные рейсы, уведомляют о снижении цен. Если ехать недалеко, можно записаться в попутчики к опытному водителю. Для путешествий по Европе можно использовать сервис, аккумулирующий билеты не только на самолеты, но и на поезда с автобусами.

Популярные приложения представляют информацию о гостиницах, хостелах, кемпингах, апартаментах и виллах в любой точке мира. Здесь можно посмотреть реальные фото и отзывы постояльцев, забронировать номер (зачастую без всякой предоплаты), получить путеводитель по городу и солидные скидки для зарегистрированных пользователей. Вместо номера в отеле можно также арендовать квартиру. С недавних пор сервисы предлагают туристам концерты, экскурсии, дегустации, мастер-классы.

Перед путешествием можно скачать офлайновые карты, позволяющие свободно ориентироваться в новом пространстве, местные транспортные приложения, имеющиеся у большинства крупных городов. Для удобства можно обзавестись планировщиком поездок. Эти приложения объединяют информацию о билетах, отелях и другие важные сведения, чтобы путешественник ничего не забыл и осуществил все задуманное [6].

Среди новых сегодня видов туризма выделяется *виртуальный туризм*. «Виртуальный туризм – деятельность индивида, позволяющая посредством использования современной компьютерной техники и коммуникационных сетей создать и получить максимально реалистичную сенсуальную информацию о желаемой дестинации из числа реально существующих без фактического перемещения в нее» [11]. Виртуальный туризм также является перспективным средством продвижения той или иной дестинации, он даёт возможность потенциальному туристу ознакомиться с культурными, историческим, рекреационными возможностями мест посещения и выбрать для себя наиболее интересные объекты и занятия.

*Технология блокчейна*<sup>1</sup> в течение ближайших 5–10 лет может коренным образом изменить туристическую индустрию. По мнению главы Ростуризма О. Сафонова: «Мы сейчас очень серьёзно изучаем этот вопрос, возможности использования блокчейна для повышения качества обслуживания туристов. Мы предполагаем, что это может серьёзнейшим образом изменить нашу индустрию» [7].

В будущем блокчейн позволит потребителю напрямую работать с производителем. Следует пояснить, что речь идёт о технологии распределённых баз данных, основанной на постоянно продлеваемой цепочке записей и устойчивой к фальсификации, пересмотру, взлому и краже информации. Изначально её разрабатывали для рынков криптовалют, но позднее стали использовать и в других сферах.

Можно предположить, что технологии, которые сейчас создаются, в течение 5–10 лет серьёзнейшим образом изменят рынок туризма. С рынка могут уйти все посредники, и турпродукт станет более качественным и доступным, повысится ответственность поставщиков туристских услуг. Эта тенденция не может не беспоко-

<sup>1</sup> Блокчейн (англ. blockchain или block chain – цепь блоков) – выстроенная по определённым правилам непрерывная последовательная цепочка блоков (связный список), содержащих информацию. Чаще всего копии цепочек блоков хранятся и независимо друг от друга (чрезвычайно параллельно) обрабатываются на множестве разных компьютеров.

ить представителей, прежде всего, турагентств. Таким образом, одна из тенденций, которую мы сегодня наблюдаем – это открытое проявление конфликта интересов между поставщиками туруслуг и туроператорами в борьбе за клиента. Сегодня поставщики туруслуг используют по отношению к туроператорам и турагентам такие непопулярные меры, как:

- «отмена агентских комиссий авиакомпаниями с целью сокращения издержек на дистрибуцию;
- программы лояльности для клиентов, повышающих привлекательность прямого бронирования;
- цены на сайтах авиакомпаний зачастую оказываются ниже «блокчартерных» [8].

**Выводы.** В условиях падения потребительского спроса и неизбежного расширения цифрового сегмента на туристском рынке, бизнес классических туроператоров устойчиво превращается в зону убыточности, низкая доходность туроператорской деятельности не позволяет балансировать риски, связанные с производством оптового турпродукта. Понижение комиссии влечёт за собой вполне очевидный (и управляемый не розницей) алгоритм развития ситуации: 7–8 %, которые сейчас остаются у розницы, не позволяют ей нормально существовать.

В целях выживания турагентствам придется вступать в сети или вставать под бренды туроператоров. Очевидно, что работа в рамках розничного образования существенно ограничивает свободу действий, поэтому из двух зол придется выбирать меньшее. И очевидно, что если рынок безропотно примет такое развитие событий, общая тенденция к сокращению комиссий сохранится.

В сложившихся условиях туроператоры и турагентства для сохранения бизнеса и выживания на туристском рынке должны генерировать новые услуги и продукты, за которые готов платить путешественник, и которые ему не может предоставить отдельно взятый поставщик, даже системообразующий. «Необходимо создавать новые потребительские ценности:

- комплексное обслуживание за счёт расширения спектра дополнительных услуг;
- повышение качества пост-продажного сопровождения клиента;
- внедрение международных стандартов сервиса» [8].

В ситуации, когда цифровые технологии вытесняют с туристского рынка посредников (турагентства и туроператоров) турфир-

мам следует особое внимание уделять совершенствованию применяемых цифровых технологий, в том числе, и за счёт сокращения среднего времени отдачи цен веб-сервисам и агрегаторам. Это позволит дать агентствам новый инструментарий, еще более быстрый и эффективный.

Опыт лидеров онлайн-рынка указывает на положительный эффект, который даёт создание собственных call-центров, так как приходит понимание того, что только за счет внедрения новых технологий выжить не удастся. Потребность в качественном человеческом ресурсе сохраняется, но на более высоком профессиональном уровне.

#### *Список литературы*

1. Воробьев В. Год был сложным и успешным. Но скоро многим придется перестроить свой бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hotline.travel.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
2. Глоссарий.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.glossary.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
3. Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Совершенствование технологии продаж туристского продукта на основе внедрения инновационных технологий // Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. 2015. № 3 С. 20–26.
4. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.government.consultant.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
5. Путин: без цифровой экономики у страны нет будущего [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ria.ru/economy> (дата обращения: 09.11.2017).
6. Сам себе турагент: лучшие приложения для организации путешествий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tonkosti.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
7. Сафонов О. В Ростуризме ждут серьезных изменений из-за внедрения блокчейна. 03.11.2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourdom.ru.com> (дата обращения 09.11.2017).
8. Цифровая революция в туризме: что делать? 26.02.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rustur.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
9. Цифровая экономика РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.proza.ru> (дата обращения: 09.11.2017).
10. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин. 16.06.2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ria.rul> (дата обращения: 09.11.2017).
11. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. Т. 8, № 10. С. 128–138.
12. Negroponte, N. Being Digital. Knopf. Paperback edition, 1996. P. 213.

*Кристина Вячеславовна Занина,*  
студентка,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
г. Калининград, Россия

### **Иновационные технологии информационного обеспечения посетителей природного парка «Виштынецкий»**

В статье рассматриваются перспективы использования инновационных технологий информационного обеспечения посетителей природного парка «Виштынецкий» Калининградской области.

**Ключевые слова:** инновационные технологии, информационное обеспечение, природный парк «Виштынецкий»

*Kristina Vyacheslavovna Zanina,*  
Student,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia

### **Innovative Technologies of Visitors Information Support in the Natural Park Vishtynetskiy**

The article discusses the prospects of using innovative technologies of information support of visitors in the natural park Vishtynetskiy in the Kaliningrad region.

**Keywords:** innovative technologies, information support, natural park Vishtynetskiy

Сфера туризма не стоит на месте, она постоянно развивается. На сегодняшний день данная область является одной из наиболее прибыльных и перспективных. Доля туризма в мировой торговле составляет более 30 %, ежегодный рост инвестиций в эту сферу составляет около 35 % капитала [5]. Туристский бизнес дает толчок развитию и другим отраслям, таким как строительство, сельское хозяйство, торговля, связи и другие [5]. Также туризм постоянно открывает новые возможности, расширяет горизонты предоставления услуг, то есть является своеобразным экспериментатором во внедрении современных технологий и их освоении. Ведь для того, чтобы совершенствовать процессы производства товаров и услуг, нужны новые идеи, новые технологии. В туристской сфере инновации появляются неожиданно. Они могут возникать под влиянием не только научно-технического процесса, но и интеллектуального развития человечества. То есть внедрение технологий в

туризме тесно связано с событиями в обществе. И поэтому изучение процессов появления, разработки и внедрения инновационных технологий в данной сфере представляет интерес.

Так, объектом нашего исследования являются инновационные технологии повышения качества информационного обеспечения в природном парке «Виштынецкий» Калининградской области, а предметом – их технологическая эффективность и перспективы внедрения. Данное направление является актуальным, так как природный парк имеет большую площадь и уникальные объекты, и для того, чтобы туристы были достаточно информированы нужны некоторые улучшения в информационном обеспечении парка.

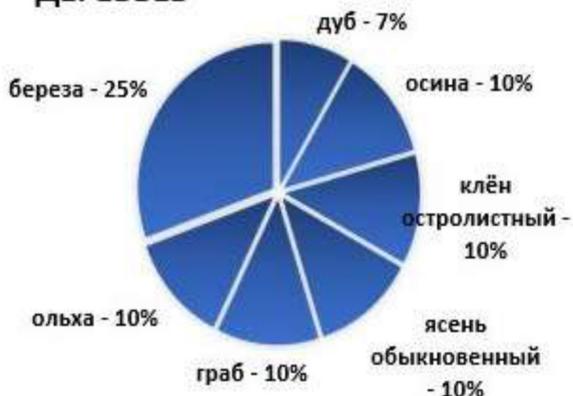
Природный парк «Виштынецкий» находится на территории Калининградской области, которая обладает огромным туристским потенциалом. В области находится множество историко-культурных и природных объектов, которые представляют интерес для туристов. К числу таких достопримечательностей относится и парк «Виштынецкий».

Парк обладает крупным лесным массивом, возвышенным рельефом, что говорит о ледниковом происхождении парка, рядом озёр, долинами рек Красной и Писсы, богатым и редким растительным и животным миром.

Уникальность этого природного объекта заключается в том, что, во-первых, на его территории находится самая высокая (из доступных для посещения туристам) точка – гора «Дозор», высота которой составляет 230,6 метров над уровнем моря. [4] Природный комплекс обладает и такими памятниками природы как озёра ледникового происхождения: «Красное», «Мариново», «Камышовое» и самое крупное озеро области – «Виштынецкое». [4] Суммарная площадь поверхности этих озёр составляет около 20,4 квадратных километров, что равно половине площади всех озёр Калининградской области. В-третьих, здесь находятся экологические и геоморфологические объекты, такие как эрратические (или блуждающие) валуны, обнажения ледниковых отложений и речные участки, долины которых представляют каньонный тип. А также не оставляет внимания и богатое разнообразие флоры и фауны. Площадь парка составляет 22770 гектаров, и лес занимает около 75 % территории [3]. Кроме хвойных пород деревьев, таких как ель обыкновенная и сосна, также распространены и другие виды, которые представлены на рисунке 1 [3].

В парке живут 45 видов животных, таких как лось, кабан, олень, косуля, и такие хищники, как рысь, лисица, волк, енотовидная собака и другие [3].

## ПРОЦЕНТНОЕ СООТНОШЕНИЕ ПОРОД ДЕРЕВЬЕВ



*Рис. 1.* Процентное соотношение пород деревьев на территории парка «Виштынецкий»

Природный парк является орнитологической территорией, на которой зарегистрировано 214 видов птиц, из которых 145 видов гнездятся в этой местности, 10 видов занесены в Красную книгу РФ [4].

Исходя из этого видно, что природный парк насыщен объектами, которые представляют интерес для туристов. Его специфика также заключается в удаленности от «цивилизации», что даёт возможность посетителям окунуться в дикую природу и насладиться пейзажами и спокойствием, отличным от городской суеты.

У парка довольно богатый историко-культурный потенциал. На территории расположены такие объекты как старые железные дороги, которые не функционируют в настоящее время, около 30 памятных камней, поставленных в немецкую эпоху, мосты, возведённые ещё немцами для того, чтобы железные дороги не пересекались с обычными [1]. Такие мосты порой можно и не заметить: они могут оказаться как под ногами, так и перед глазами человека. Это можно объяснить тем, что они строились так, чтобы не менялся уровень земли.

Нельзя не отметить такую важную достопримечательность, как железнодорожный мост через реку Красная в посёлке Токаревка. Он является одним из самых больших в области, его высота составляет 25 метров. Еще один немало важный объект – охотничья резиденция кайзера Вильгельма II, которая известна не только местом для прогулок, но и тем, что здесь кайзер встречался с российским императором Николаем II [2]. От резиденции сохранились лишь лишь фрагменты стен и вспомогательных сооружений. Рядом находится Олений мост, который раньше украшали скульптуры лежащих оленей [2]. Также в парке можно найти остатки стен и арочные входы в подвал резиденции Германа Геринга.

В парке есть проложенные туристско-экскурсионные маршруты, по которым можно прогуляться и посмотреть достопримечательности, но люди также часто посещают парк самостоятельно, без определенного маршрута, к каким-то определенным местам, например, озёрам, с целью провести здесь свой отдых. Местные жители области более-менее знают историю парка, его объекты, но приезжим туристам будет сложнее. Для информационного обеспечения посетителей в парке установлены информационные стенды, на которых в печатном виде предоставлена информация об объекте на двух языках: русском и английском. С одной стороны, информативно, доступно, у посетителей складывается представление о данном объекте, но есть и минусы. Например, дети не очень любят читать большой текст, поэтому не смогут получить полную информацию, иностранным гражданам, не владеющим русским или английским языком, будет трудно получить информацию. Поэтому для повышения качества информационного обеспечения в природном парке «Виштынецкий» мы предлагаем такую инновационную разработку как аудиогиды.

Аудиогид – это устройство, позволяющее воспроизводить информацию. Так обстоит дело в музеях. Мы же говорим не о выдаче клиенту гаджета – это сложно и проблематично. В нашем варианте это – записанный текст с привязкой, к примеру, номеру или QR-коду на местности. Он скачивается и используется прямо на смартфоне пользователя. Оно предназначено для самостоятельного ознакомления с объектом, местностью, выставкой и так далее. Такие аудиогиды, к примеру, уже представлены на Куршской косе.

Внедрение аудиогидов в парке «Виштынецкий» позволит расширить спектр предоставляемых услуг и повысить качество ин-

формационного обеспечения туристов. К преимуществам данной технологии можно отнести:

- легкость в использовании;
- иностранные граждане могут получать информацию на родном языке;
- детям будет интереснее и легче воспринимать информацию;
- данной услугой можно воспользоваться круглосуточно, в любой удобный момент;
- турист может сам выбрать маршрут своей экскурсии;
- есть возможность прослушать информацию несколько раз.

Использование аудиогидов значительно увеличит информативность объектов как для местных жителей, так и для гостей области, облегчит возможность самостоятельных путешествий по парку, а значит, и привлечет еще больше туристов на территорию природного комплекса. Такое инновационное нововведение будет полезно в природном парке.

#### *Список литературы*

1. Достопримечательности природного парка «Виштынецкий» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vishtynec.gov39.ru> (дата обращения: 14.11.2017).
2. Императорский охотничий замок «Роминтен» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.eastprussia.ru> (дата обращения: 14.11.2017).
3. Флора и фауна природного парка «Виштынецкий» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.naturepark.ru> (дата обращения: 14.11.2017).
4. Характерные особенности природного парка «Виштынецкий» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vishtynec.gov39.ru> (дата обращения: 14.11.2017).
5. Экономические факторы развития туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wikipedia.ru> (дата обращения: 14.11.2017).

**Ирина Владимировна Кощавка,**  
*ст. преподаватель,  
Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

**Алла Павловна Бутова,**  
*ст. преподаватель,  
Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

### **Организации питания групп туристов на территории гостиничных комплексов**

В современной индустрии гостеприимства услуга питания является неотъемлемым элементом практически в каждой гостинице. Предприятия ресторанного хозяйства при гостиничных комплексах обслуживают довольно разнообразный контингент посетителей и для каждой категории нужны особенные методы и приёмы обслуживания. В данной работе рассмотрены характерные особенности организации питания иностранных туристов. Особое внимание уделено специфическим чертам в обслуживании групп туристов.

**Ключевые слова:** питание, турист, особенности питания, меню, питание в гостинице

**Irina Vladimirovna Koschavka,**  
*Senior lecturer,  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsk,  
Donetsk, DPR*

**Alla Pavlovna Butova,**  
*Senior Lecturer,  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsk,  
Donetsk, DPR*

### **The Organization of Tourists Groups Boarding in a Hotel**

In the modern hospitality industry, the food service is an integral part of almost every hotel. The enterprises of the restaurant industry at the hotel complexes serve a rather diverse contingent of visitors and for each category special methods and methods of service are needed. In this paper, the characteristic features of catering for foreign tourists are considered. Particular attention is paid to specific features in the service of groups of tourists.

**Keywords:** food, tourist, features of food, the menu, food in hotel

Сервис по предоставлению питания на отдыхе являются одними из самых важных, потому что удовлетворяет физиологическую нужду в еде.

При организации питания для туристов, необходимо ответить на три главных вопроса: где организовать потребление пищи туристам, чтобы это было максимально удобно для них, в какое время, и как это лучше сделать.

Питание для организованных групп туристов предоставляют, как правило, рестораны и кафе, которые располагаются на территории гостиничного комплекса, или функционируют самостоятельно. Для этого турфирмы подписывают договоры с ПРХ. При оказании службы питания для групп интуристов гостиница может или выделить индивидуальные комнаты для употребления блюд либо предоставить нужный объем столов в совмещенном зале, вместе с другими потребителями, где на столешницах выставляют флажки. Для туристов питание раздают по договоренности в конкретное время, так как у них плотная экскурсионная программа. Для коллективных иностранных граждан подбор блюд на завтрак, обед, ужин составляется предварительно, и координируется с руководителем коллектива. Сервис гостей гостиничного комплекса обязан быть подготовленным, моментальным и не должно быть дольше – 30 мин для завтрака и ужина, и – 40 мин для обеда. В целях ускорения предоставления кушанья иностранным гражданам могут осуществлять «шведский стол».

При составлении перечня блюд анализируют привычные вкусы в еде интуристов.

Для ускорения обслуживания путешественников первым делом столы сервируют водой, хлебобулочными изделиями, джемом. Первые блюда подают в керамических супницах русским методом; вторые блюда презентуют американским методом.

Кроме того, характерность в еде зависит также от традиций и веры. Поэтому при разработке меню для иностранных туристов следует ознакомиться с их обычаями. К примеру сказать, в перечень блюд стран, которые граничат с морями, важное место отводится рыбе и морепродуктам, и, наоборот, в блюдах стран, отдаленных от моря – продукты животного происхождения.

При формировании перечня блюд для интуристов следует знать, что почти все кушают 3 раза в день.

В ряде стран, в частности, Англия, Франция – завтрак легкий. В то время как гостям из Польши лучше подать нежирный завтрак.

Кроме того, в Великобритании, Америке существует последующий завтрак, или его ещё называют ланч. Ланч приравнивается нашему обеду по времени, но отличается отсутствием первых блюд, и состоит из закусок, вторых блюд, десерта. Обед соотносится нашему ужину и содержит в себе закуски, первое блюдо, горячее блюдо, десерт и черный кофе. Гости из Италии предпочитают легкий ужин, а вот плотный ужин – это венгры, чехи. Следует принимать во внимание, то, что жители Европы в течении трапезы принимают воду, а жители Дальнего Востока – не любят запивать еду водой.

Не стоит забывать тот факт, что гости из Дании, Норвегии, Чехии, Румынии не любят мясо барана; англичане не любят вареные колбасы, блинчики и пельмени; коренные жители Италии, Чехии, Болгарии, ОАЭ не отведывают ржаной хлеб. При выборе горячих напитков стоит обратить внимание на то, что немцы, австрийцы, французы, арабы, предпочитают кофе, а жители Азии – чай.

Серьёзного сосредоточения требует организация трапезы обществу верующих в Бога. В назначенные дни не едят продукты животного происхождения (не считая мёд) православные и католики. Индуисты не употребляют молоко и не едят говядину. Не нужно подавать свинину и спиртное мусульманам. Иудеи в приготовлении и использовании кушанья соблюдают законы кашрута – воспрещено мешать молочную и мясную еду, кушать дичь, которая не «жует жвачку и не имеет раздвоенного копыта».

Для предоставления трапезы иностранных граждан предлагаются такие ориентировочные промежутки: завтрак – с 8 до 10:00, обед – с 12 до 15 часов; ужин – с 17 – 20 часов.

Регистрация национальных традиций питания отражается в карточке ресторана. Лучше всего, если оно будет многогранно по дням недели. Наилучшая альтернатива – подбор, который содержит угощения принимающей страны, кушанье европейской кухни и кулинарные предпочтения визитеров. По просьбе посетителей отеля, заведения питания могут заменить блюда на диетические и веганские блюда. Детям до 12 лет, потушествующих в коллективе иногородних граждан, еда предусматривается по перечню блюд в размере 50 % цены трапезы данного класса обслуживания.

Для приезжающих, каждодневный ресторанный сервис начинается с завтрака. От этого уровня обслуживания зависит эмоциональность проживающих. Весьма нередко его включают в цену

услуг отеля, поэтому к сервису утреннему приему пищи уделяется значительный интерес. Существует немалое количество завтраков, выбор которых зависит от состава гостей.

Кроме стоимости завтрака в цену поездки может входить плата за обед и ужин. Поэтому для объединенных визитеров лучше предложить полный пансион — завтрак, обед, ужин. В интересах приезжих предоставляют завтрак, обед или ужин фиксированной платой, меню, которых предварительно известно и ежедневно меняется. До появления потребителей на столешницах расставляют закуски, соки, хлебные изделия, воду. Сервировка стола посудой для горячих напитков происходит путем раскладки их стопками в конце столешницы. Позднее приносят горячие закуски, первые и вторые блюда. Оплата за питание при обслуживании организованных групп, чаще всего, осуществляется между турфирмой и ресторанным комплексом. В связи с этим, в ресторанах, где обслуживаются групповые туристы, имеются в наличии журналы для отчетности об отпуске блюд с указанием даты, страны из которой приехали туристы, вида питания, стоимости питания.

#### *Список литературы*

1. Грачева О. Ю., Маркова Ю. А. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. М.: Дашков и Ко, 2008. 276 с.
2. Крилова Л. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. напряму підготов. 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» ден. та заоч. форм навчання. Донецьк, 2013. С. 256–264.
3. Шматько Л. П. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. М.: МарТ, 2004. 350 с.
4. Prohotelia. Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.prohotelia.com.ua> (дата обращения: 12.10.2017).

*Анна Сергеевна Матвеевская,*  
канд. геогр. наук, ст. преподаватель,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия

*Евгения Павловна Чодришвили,*  
студент,  
Санкт-Петербургский университет  
технологий управления и экономики,  
г. Санкт-Петербург, Россия

### **Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России**

В исследовании представлены актуальные тенденции современного состояния промышленного туризма в мире и России. Рассмотрены существующие туристские предложения и значимые перспективы, предложенные структурами регионального и государственного уровня.

**Ключевые слова:** промышленный туризм, экскурсии на предприятия, Совет по развитию промышленного туризма

*Anna Sergeevna Matveevskaya*  
Candidate of Geographic Sciences,  
Saint-Petersburg State University,  
Saint-Petersburg, Russia

*Evgeniya Pavlovna Chodrishvily*  
Student,  
Saint-Petersburg University of  
Management Technologies and Economics,  
Saint-Petersburg, Russia

### **Current State and Prospects of Industrial Tourism Development in Russia**

The study presents current trends in the current state of industrial tourism in the world and in Russia. Existing tourist proposals and significant prospects proposed by regional and state structures are considered.

**Keywords:** industrial tourism, excursions to enterprises, Council for the development of industrial tourism

Современная индустрия туризма предлагает искушенному клиенту новые так называемые специальные виды путешествий. Туристы XXI века стремятся не только познавать интересное или оздоравливаться во время тура, но и получить иные впечатления при посещении новых, ранее «закрытых» мест. Сегодня наблюда-

ется новая «эпоха впечатлений и ощущений», когда все более популярными становятся различные экстремальные и нетрадиционные виды туризма. В этом ключе промышленный туризм обладает реальными перспективами для развития внутреннего и въездного туризма.

Промышленный туризм объединяет людей, посещающих экскурсии на действующие объекты промышленности. Туристы не стремятся активно, самостоятельно исследовать объекты, нелегально проникать на их территорию. Для них организуются специальные туры в разные города мира.

К исследуемым объектам промышленного туризма следует относить: центры производства (заводы, фабрики, мастерские и др.); транспортную инфраструктуру (вокзалы, аэропорты, грузовые и пассажирские порты, метрополитен, состоящие из морских, шоссейных, грунтовых путей, авиалиний и трубопроводов и др.); городскую инфраструктуру (предприятия водоснабжения и водоочистки, канализации, электроснабжения, газоснабжения).

Западноевропейские и североамериканские государства более 15 лет назад осознали значимость промышленного туризма и стали активно его развивать. При этом, такие виды путешествий на Западе рассматриваются не только как популярные развлечения, но и как подходящий способ заинтересовать аудиторию своими брендами, а также стимулировать продажу товаров и услуг.

Безусловным успехом пользуются экскурсии на производства заводов крупнейших производителей автомобилей BMW в Мюнхене и Mercedes-Benz в Штутгарте. Экскурсии организуются и в разнообразные тематические парки, например, автомобильной компании Volkswagen's Autostadt, детского развлекательного парка Legoland в Дании, или на фабрику кристаллов Swarovski Krystallwelten в Австрии. В промышленном туризме преуспевают не только отдельные бренды, но и целые страны. Так, в США, например, весьма востребованным считается промышленный тур по городам северо-востока страны, который предлагает путешествие начиная от предприятий Бостона XVII-XVIII в. в., через фабричные кластеры XIX в. вокруг Нью-Йорка и промышленные районы Пенсильвании и Мичигана, игравшие особую роль в XX веке. Минеральным признанием пользуются пивные туры Чехии, винные туры в Испании, парфюмерные во Франции, шоколадные в Швейцарии, цветочные туры в Нидерландах, алмазные фабрики Намибии [2].

В России промышленный туризм лишь начинает развиваться. Однако, ещё в советское время посещение предприятий (промышленных, сельскохозяйственных, транспортных) традиционно организовывалось, например, для практики студентов – географов. Причём, посещались и предприятия в городе, где находится филиал вуза, например, в процессе изучения такой дисциплины как «Технологии промышленного и сельскохозяйственного производства». При посещении Урала студентов возили на Карагайский карьер по добыче магнетита. Организовывались экскурсии и на комбинат «Магнетит» – крупнейший в мире предприятие по выпуску высокостойких огнеупорных материалов [5].

Россия богата уникальными фабриками и заводами, перспективными объектами туристского показа для развития промышленного туризма в стране. Наибольшей популярностью пользуются производства продуктов питания. А именно, экскурсии на завод «Coca-Cola» и кондитерскую фабрику «Рот-Фронт», а также Микот яновский комбинат и завод сыра и сырков «Карат» в Москве; завод «Чупа-чупс», кондитерская фабрика им. Н. К. Крупской и хлебозавод «Каравай» в Санкт-Петербурге; экскурсии проводят концерн «Балтика» (Санкт-Петербург, Тула и Челябинск); двери для туристов открыли кондитерское объединение в Ленинградской области «Любимый край» и томское объединение «Томское пиво».

Уральский регион предлагает экскурсии на такие промышленные предприятия, как Малышевский подземный рудник и Колокольный завод «Пятков и Ко» (Свердловская область), Челябинский трубопрокатный завод (Челябинск). Начавшийся в 2016 г. проект «Воентур», реализованный Ростуризмом совместно с НПК «Уралвагонзавод», сегодня является одним из наиболее востребованных туристских маршрутов, включающий посещение производственных цехов, музея и самого танкового полигона.

В целом сегодняшний российский рынок промышленного туризма представлен 130 предприятиями, проводившими десятки тысяч туров в год [6]. Активное привлечение промышленных предприятий в туристскую индустрию началось с разработки «Единой промышленной карты», предложенной в 2014 г. в Свердловской области. Первоначально целевой аудиторией разработанных программ являлись школьники разных классов с целью профориентации и образования. Популяризация промышленных экскурсий и сегодня осуществляется через программу «Живые уроки», которая проводится совместно с Министерством культуры и

Ростуризмом в образовательных проектах разных регионов России. Одним из обязательных условий этих образовательных программ является посещение производственных предприятий. Так, например, в рамках «Живых уроков» Чувашская Республика проводит экскурсии на Чебоксарскую ГЭС, кондитерскую фабрику «АККОНД», молочно-товарную ферму «Акконд-Агро», музей истории «Химпрома», Казанский вертолетный завод, ювелирный завод «Алмаз» и университет Иннополис [4].

Активную популяризаторскую работу ведет и федеральный проект по развитию молодёжного туризма в России «Ночи над Волгой», который проводил с 24 по 27 октября 2017 г. Всероссийский студенческий форум по развитию промышленного туризма в Самаре. Целью форума явилось привлечение внимания студентов и молодежи к промышленным объектам Самары и Самарской области, возможность посещения учреждений и общения с работниками промышленных объектов, а также патриотическое воспитание молодых граждан России. В рамках Самарского форума студенты посетили завод «Нектар» и «Молочный комбинат «Самаралакто», ГМ-автоВАЗ и Парковый комплекс истории техники, Технопарк «Жигулевская Долина» [3].

С 9 по 13 июля 2017 г. в Екатеринбурге проводилась восьмая Международная промышленная выставка ИННОПРОМ-2017, на которой была организована панельная сессия «Промышленный туризм как механизм диверсификации экономики регионов. Лучшие региональные и международные практики». В рамках этой сессии были выявлены основные проблемы, препятствующие развитию промышленного туризма в России. А именно, отмечается отсутствие единой концепции и информационного поля по развитию промышленного туризма, недостаток коммерческой составляющей проектов, необходимость в методических разработках тур программ, отсутствие стратегии продвижения промышленных туров за рубежом, закрытость предприятий для новых направлений деятельности, низкая мобильность школьников и студентов между регионами, а также отсутствие профессиональных экскурсоводов [6]. Итогом сессии явились рекомендации к рассмотрению проекта концепции Ассоциации промышленного туризма, предложенные комитетом по индустрии гостеприимства Деловой России.

С 6 по 7 октября 2017 г. на платформе Президентского центра Б. Н. Ельцина (Екатеринбург) состоялась Международная туристская выставка Expotravel-2017, на которой была организована кон-

ференция Совета по развитию промышленного туризма в Российской Федерации. В конференции приняли участие представители 15 регионов России и 6 стран мира: главы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, руководители промышленных предприятий, представители туристских и транспортных компаний, Российского союза туристской индустрии и др. Учреждение нового совещательного органа – Совета по развитию промышленного туризма – итог работы конференции. Совет направлен на стимулирование организации и продвижения межрегиональных промышленных туров, на укрепление отношений промышленных учреждений и туристских компаний, предлагающих образовательные туры на промышленные объекты [1].

Подводя итог, следует отметить, что, несмотря на существующие проблемы, промышленный туризм в России имеет огромный потенциал к дальнейшему развитию. Российские предприятия, вовлечённые в промышленный туризм, открытые для потребителя, способные показать свои преимущества перед конкурентами, значит, должны быть открыты и для любознательных туристов. Мало того, экскурсии могут приносить предприятиям дополнительный доход вне зависимости от сезонности, а также служить весьма эффективной и рентабельной рекламой.

#### *Список литературы*

1. В Екатеринбурге состоялась учредительная конференция Совета по развитию промышленного туризма. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/news/13901/> (дата обращения: 20.11.2017).
2. Матвеевская А. С., Погодина В. Л. Специальные виды туризма: учеб. пособие. Т. 2. Культурный туризм. СПб.: Изд-во СПбГУТиД, 2015. 246 с.
3. Официальный сайт Всероссийского студенческого форума по промышленному туризму «Ночи над Волгой». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nochinadvolgoy.ru/> (дата обращения: 21.11.2017).
4. Официальный сайт образовательного проекта «Живые уроки». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zhivye-uroki.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
5. Погодина В. Л. Образовательный туризм и его роль в формировании профессиональной образовательной программы высшего образования. СПб., 2009. 25 с.
6. Резолюция панельной сессии «Промышленный туризм как механизм диверсификации экономики регионов. Лучшие региональные и международные практики» в рамках Международной промышленной выставки Иннопром. 2017. Екатеринбург, 2017. 5 с.

*Наталія Васильевна Парубок,*

*канд. экон. наук, преподаватель,*

*Уманский национальный университет садоводства,*

*г. Умань, Украина*

### **Главные составляющие развития инфраструктуры туризма в Украине**

В статье описаны главные особенности развития туристической инфраструктуры на территории Украины и использование ее потенциальных ресурсов. Проанализированы факторы развития туристической инфраструктуры, её влияние на развитие экономики Украины.

**Ключевые слова:** туристическая инфраструктура, услуги, туризм, туристический продукт

*Nataliya Vasilievna Parubok,*

*Candidate of Economic Sciences, Lecturer,*

*Uman National University of Horticulture,*

*Uman, Ukraine*

### **The Main Components of Tourism Infrastructure Development in Ukraine**

The article describes the main features of the development of tourist infrastructure in Ukraine and the use of its potential resources. The factors of the tourist infrastructure development and its influence on the development of the Ukrainian economy have been identified and analyzed.

**Keywords:** tourist infrastructure, services, tourism, tourist product

Туристическая инфраструктура являет собой совокупность рекреационных учреждений (базы отдыха, гостиницы, рестораны, санатории и др.), что были созданы искусственно. Услуги инфраструктуры играют роль, которая связывает разные секторы туристической отрасли, включая конечного потребителя [8].

Туристическая инфраструктура включает в себя четыре главных элемента: объекты размещения, питания, сопутствующую и коммуникационную сферу [4], что направлено на удовлетворение туристических потребностей населения.

Некоторые исследователи к туристической инфраструктуре относят также и туристические объекты природного происхождения, памятники, музеи и тому подобное. Именно туристические ресурсы туристической инфраструктуры занимают особое место в развитии всей туристической отрасли. К ресурсам туристической

инфраструктуры относят совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, имеющих комфортные свойства и пригодных для создания туристического продукта. Как правило, их наличие определяет формирование туристического бизнеса в том или ином регионе. Объекты, представляющие историческое и культурное прошлое страны, также объекты, которые демонстрируют современные достижения Украины в разных отраслях экономики [6].

Под инфраструктурой туристического бизнеса понимают также совокупность организационных структур и процедур, обеспечивающих функционирование и взаимодействие субъектов туристической деятельности, которые регулируют движение финансовых, материальных, информационных потоков между ними и внешней средой.

В состав туристической инфраструктуры входят:

- транспорт;
- розничная торговля;
- гостеприимство;
- общественное питание;
- коммунальная служба;
- бытовое обслуживание.

Наибольшее значение имеют транспорт, сфера гостеприимства и объекты питания.

Для туризма большое значение имеют четыре вида транспорта: авиационный, автомобильный, железнодорожный и водный. Уровень развития каждого из видов транспорта определяется плотностью сети трасс, их качеством, уровнем подвижного состава и особенностями организации перевозок.

Туристическая инфраструктура включает:

– туристические ресурсы – совокупность природных, исторических, культурных, социально-экономических и других ресурсов соответствующей территории, которые удовлетворяют различные потребности туриста;

– туристическую индустрию – совокупность субъектов туристической деятельности, организационные структуры предприятий питания, транспорта, торговли, учреждений культуры, образования, спорта и т. д., которые обеспечивают оказание услуг, производство и реализацию товаров для удовлетворения потребностей туристов;

– туристические услуги – услуги по размещению, питанию, информационно-рекламного обслуживания, а также услуги учреждений культуры, спорта, быта, развлечений и т. д., направленные на удовлетворение потребностей туристов;

– туристический продукт – предварительно разработанный комплекс, который объединяет услуги, которые реализуются или предлагаются к реализации по единой цене.

Для развития международного и внутреннего туризма имеют значение туристические ресурсы, которые являются основной целью путешествий. Украина известна всем богатыми природными, климатическими, культурными, историческими, национальными и этнографическими ресурсами. Все они создают предпосылки для развития многих видов туризма в будущем.

Главным фактором эффективного использования рекреационных ресурсов является наличие в пределах туристических дестинаций туристической инфраструктуры. Несмотря на значительное количество работ, связанных с развитием туристической инфраструктуры, на сегодня не существует единого приемлемого для учёных и практиков туристической отрасли её определения. В общем, инфраструктура – это совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих производство и население страны [1].

Согласно Закону Украины «О внесении изменений и дополнений в Закон Украины «О туризме» туристическая инфраструктура – совокупность разных субъектов туристической деятельности (гостиницы, кемпинги, мотели, пансионаты, туристические комплексы, предприятия питания, транспорта и т. д.), которые обеспечивают приём, обслуживание и перевозку туристов [2]. Таким образом, это здания и сооружения, средства коммуникации, транспортная система, задействованные в предоставлении туристических услуг.

Инфраструктуры, предназначенной для туризма, недостаточно. Её необходимо рассматривать в широком смысле: главные элементы инфраструктуры должны выполнять не только исключительно рекреационную функцию, но и служить ведущим фактором улучшения всего социально-экономической жизни Украины. Туристическая инфраструктура должна соответствовать мировым стандартам и должна быть ориентирована на всех жителей Украины и её гостей.

Итак, проблема инфраструктурного обустройства территории страны может быть решена только через инвестирование в её раз-

витие со стороны центральной и местных властей, меценатов. Её решение возможно лишь практическими действиями по экономическому подъёму страны.

*Список литературы*

1. Світова економіка: підруч. для студ. вищ. нав. закл. / А. С. Філіпенко, О. І. Рогач, О. І. Шнирков, О. О. Веклич та ін.; К.: Либідь, 2001. 582 с.
2. Туристична діяльність. Нормативна база / упор. О. М. Роїна. К.: КНТ, 2005. 448 с.
3. Энциклопедичний словник-довідник з туризму / упоряд. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. К.: Слово, 2006. 372 с.
4. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери / В. С. Кравців, Л. С. Гринів, М. В. Копач, С. П. Кузик. Львів: НАН України. 1999.
5. Гаврилишин І. П. Туризм України: проблеми і перспективи. К., 1994.
6. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ru> (дата обращения 15.11.2017).
7. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2010 року. Київ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.osvita.ru> (дата обращения 15.11.2017).
8. Сущность и составные элементы инфраструктур [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.studopedia.net> (дата обращения 15.11.2017).

**УДК 379.85**

***Юлия Васильевна Рыбина,***  
*студентка,*

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,*  
*г. Рязань, Россия*

***Елена Ивановна Мишина,***  
*канд. геогр. наук, доцент,*

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,*  
*г. Рязань, Россия*

**Оценка природных и экономических предпосылок развития  
и функционирования туристских кластеров  
в Дальневосточном федеральном округе**

При изучении туристско-рекреационного пространства Дальневосточного федерального округа рассматривается совокупность природных, исторических ресурсов, а также инфраструктура территории, которые оказывают влияние на экономическое и рекреационное развитие этого региона. С экономической точки зрения развитие туризма в данном округе благоприятно в целях увеличения денежных поступлений в муниципальные бюджеты субъектов Российской Федерации, входящих в состав данного административного формирования. В изучении кластеризации про-

странства Дальневосточного федерального округа необходимо учитывать объем туристского потока, который привлекает совокупность всех ресурсов территории.

**Ключевые слова:** кластеризация, туристский поток, рекреационное пространство, ресурсный потенциал, целевая программа, историко-культурное наследие

***Julia Vasilyevna Rybina,***  
*Student,*

*Ryazan State University named for S. A. Esenin,*  
*Ryazan, Russia*

***Elena Ivanovna Mishnina,***

*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*  
*Ryazan State University named for S. A. Esenin,*  
*Ryazan, Russia*

### **Assessment of Natural and Economic Preconditions for the Development and Functioning of Tourist Clusters in the Far Eastern Federal District**

When studying the tourist and recreational space of the Far Eastern Federal District, the combination of natural, historical resources and the infrastructure of the territory that affect the economic and recreational development of this region are considered. From the economic point of view, the development of tourism in this district is favorable for the purpose of increasing cash receipts to the municipal budgets of the constituent entities of the Russian Federation that are part of this administrative group. In studying the clusterization of the space of the Far Eastern Federal District, it is necessary to take into account the volume of the tourist flow, which attracts the aggregate of all the resources of the territory.

**Keywords:** clusterization, tourist flow, recreational space, resource potential, target program, historical and cultural heritage

Актуальность данной работы обуславливается тем, что она посвящена анализу формирования и функционирования туристско-рекреационных кластеров в России. В настоящее время в сфере туризма Российской Федерации поставлена задача создания туристско-рекреационных кластеров в разных субъектах с целью развития туризма и обеспечения постоянного туристского потока.

Для изучения кластерного подхода в рамках Дальневосточного федерального округа выбраны методы: анализ, системный подход, историко-географический подход, картографический, стати-

стический, сравнительно-географический. Была использована информация, расположенная на официальных сайтах данного субъекта Российской Федерации.

В результате проведенных исследований, были получены данные о реализуемых проектах по созданию туристских кластеров в связи с осуществлением Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 г. г.)» [3].

Дальневосточный федеральный округ является важнейшим и уникальным регионом Российской Федерации в силу своих природных и экономически особенностей. Он включает в свой состав 9 субъектов федерации различного статуса.

Развитие туризма в округе обусловлено широким разнообразием природных, культурно-исторических и социально-экономических факторов. Обширная сеть ООПТ федерального и регионального значения (в том числе 3 объекта Всемирного природного Наследия ЮНЕСКО – Ленские столбы, горы Центрального Сихотэ-Алиня, вулканы Камчатки) являются основой для развития экологического туризма, а также специализированных направлений отдыха (изучения геологических памятников природы, наблюдений за птицами, конными маршрутами) [4].

Федеральная целевая программа осуществляется в 5 субъектах Дальневосточного федерального округа, которые указаны в таблице.

Изучив реализуемые проекты по созданию туристских кластеров на территории Дальневосточного федерального округа, можно сказать, что Федеральная целевая программа охватывает множество субъектов, в которых она и осуществляется за счет благоприятных климатических условий, а также наличия на территории округа большого количества не только природных, но и культурно-исторических, спортивных, лечебно-оздоровительных объектов [1].

В Дальневосточном федеральном округе наблюдается определенная концепция размещения туристских кластеров: большое количество кластеров расположено на юге округа, то есть в регионах более развитых и близко расположенных к соседним иностранным государствам, с которыми уже налажены туристские отношения и которые постоянно обеспечивают данные регионы значительным туристским потоком.

Реализуемые туристские кластеры в субъектах Дальневосточного федерального округа (составлено по [2])

Субъекты РФ	Туристский кластер
Республика Саха (Якутия)	Реализуется кластер «Северная мозаика». Объекты комплекса начинаются у подножия Табагинского мыса от асфальтного шоссе до обширных площадок с панорамным видом на реку Лену. Объектами являются реабилитационный центр «Табагинский мыс», Ямщичья станция, комплекс «Лесная слобода», комплекс «Казачья застава», этнокомплексы, царство Якутской зимы, комплекс «Скандинавия»
Камчатская область	Создается кластер «Паратунка», объектами которого станут SPA-центр и бальнеологический лечебно-оздоровительный санаторий, спортивно-оздоровительный и реабилитационный центр для спортсменов, парк развлечений, кафе, коттеджи для отдыха, торнольжная база, информационно-развлекательный центр, парк развлечений, детско-юношеский центр оздоровления «Алые паруса», аквапарк, пристань
Амурская область	В состав кластера «Амур» вошли четыре ключевых объекта: «Золотая миля» – ядро кластера, комплекс «Маленькая Венеция», вторая очередь Парка дружбы и музей под открытым небом «Албазинский острог».
Хабаровский край	Кластер «Остров Большой Усурийский – Шантары» Включает в себя речные маршруты Хабаровск – Николаевск-на-Амуре и в сторону Китая от Большого Усурийского, а также морские туры до Шантарских островов
	В кластере «Северный Сихотэ-Алинь» планируется создание Центра экологического туризма в Нанайском муниципальном районе; развитие инфраструктуры на базе тумнинского и туттинского источников термальных вод; формирование сети объектов придорожной инфраструктуры автодороги «Лидога-Ванино»; создание историко-познавательного комплекса «Крепость Николаевск-на-Амуре» в Николаевском муниципальном районе
Приморский край	Кластер «Теплое море» состоит из двух якорных проектов: второй очереди гостиничного комплекса «Теплое море» и сети придорожной инфраструктуры «Краскино». Вторая очередь рекреационного комплекса предполагает строительство аквапарка, летних домиков, а также центра отдыха и развлечений

### *Список литературы*

1. Рыбина Ю. В., Мишина Е. И. Кластерный подход в туристско-рекреационном проектировании // Московский государственный институт индустрии туризма им. Ю. А. Сенкевича [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mgiit.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
2. Официальный сайт Дальневосточного федерального округа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dfo.gov.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
3. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
4. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 20.11.2017).

## **УДК 394.2**

***Анастасия Сергеевна Хвостова,***

*студентка,*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,*

*Санкт-Петербург, Россия*

### **Актуальные тенденции и перспективные направления этнического туризма в России**

Данная работа посвящена выявлению перспектив развития этнического туризма в России и рассмотрению актуальных тенденций в его позиционировании на туристском рынке.

**Ключевые слова:** этнический туризм, этнотуристский потенциал, уровни развития этнического туризма, гастрономический туризм, этнотуристская сувенирная продукция

***Anastasia Sergeevna Khvostova,***

*Student,*

*Saint-Petersburg State University of Industrial Technology and Design,  
Saint-Petersburg, Russia*

### **Current Trends and Future Directions of Ethnic Tourism in Russia**

This work is devoted to identifying the prospects of ethnic tourism development in Russia and reviewing current trends in its positioning on the tourist market.

**Keywords:** ethnic tourism, ethnotourism potential, levels of ethnic tourism development, gastronomic tourism, ethnic souvenirs

Современный мир стремительно развивается и одной из тенденций этого развития является туризм. Его виды и формы столь же разнообразны как современный мир. Одним из перспективных видов туризма является этнический туризм. Под этническим туризмом понимается вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания традиций, культуры и быта народа, проживающего сейчас и исконно живущего на данной территории [1, с. 22].

Данный вид туризма может быть востребован в скором времени из-за его своеобразности и уникальности, поскольку на данный момент этническое разнообразие стремительно сокращается.

Важным и значимым является вопрос обоснованного выбора территории (региона) для развития этнического туризма. Определение потенциала развития этнотуризма в разных районах России позволит удовлетворить потребности туристов, а также максимально эффективно использовать имеющиеся в районах этнотуристские ресурсы. Потенциал развития этнического туризма можно разделить на три группы: высокий, средний и низкий уровень потенциала этнического туризма.

Низкий уровень – в районах проживают коренные народы, но при этом отсутствуют памятники материальной и духовной культуры. То есть потенциал этнического туризма не велик. Но если обращать внимание на регионы с низким уровнем и проводить соответствующие мероприятия, то есть вероятность там развить более высокий уровень этнотуризма.

Например, Ханты-Мансийский автономный округ Югра обладает хорошей базой для развития этнографического и этнического туризма за счёт развития музейных комплексов, но как таковых исторических и духовных памятников округ не имеет.

Интерес представляет древняя культура народов ханты и манси, о которой можно узнать при знакомстве с её носителями в национальных поселках и стойбищах. То есть пожить в местных условиях, прокатиться на оленьей упряжке, попробовать блюда национальной кухни, увидеть множество предметов культуры и быта, собранных по всему краю: люльки, сундуки, инструменты, образа и многое.

Коренные жители знакомят приезжающих туристов с многогранной культурой и старинными традициями.

Экскурсоводы расскажут о традициях стойбища и быте своего народа, познакомят с местными ремёслами, фольклором, сказания-

ми и обрядами. Так же туристам предлагают интересную развлекательную программу: погулять на оленей ферме, прокатиться на оленей упряжке, послушать традиционную музыку местных народов.

Комплексы данного региона, как правило, развивают антропологический и этнографический вид этнического туризма, поскольку предполагают изучение культуры малых этнических групп, знакомство с их бытом и культурой, а так же имеют познавательную и развлекательную цель» [4, с. 158].

Средний уровень потенциала этнического туризма, за счёт охвата большего количества туристов, усиливает их внимание не только к этнической культуре, но и к другим видам туризма, например, экологический. То есть этнический туризм совмещается с другими видами туризма. Например, сочетание с религиозным туризмом.

Например, в Республике Бурятия при совмещении аспектов этнического туризма и религиозного, туристов знакомят с ламаистскими верованиями и традиционными методами лечения и особенностями традиционного быта и обычаев бурят. В случае сочетания «чисто» этнического туризма с религиозным туризмом первоначально происходит «погружение» туристов в соответствующую этнокультурную среду и уже затем посещение священных мест или отправление религиозных культов.

Также не менее интересно сочетание этнического туризма с экотуризмом.

Актуальным является комбинирование этнического и экологического туризма, когда общей для них целью становится знакомство туриста с традиционным жизнеобеспечением и природным окружением конкретных народов.

Отношение человека к природе проявлялось даже в самых обыденных действиях – испокон веков базировалось на определённом мировоззрении. Исторически первым таким мировоззрением на земле Байкала был шаманизм.

Высокий – даёт большие возможности этническим группам самим участвовать в создании туристского бизнеса, который окажет незначительное воздействие на окружающую среду и социокультурную ситуацию и, кроме того, обеспечит местной экономике новые источники дохода.

Данный уровень потенциала в полной степени удовлетворяет двум основным критериям: присутствие памятников материальной и духовной культуры коренных малочисленных народов.

Это могут быть памятники такого характера как: писаницы, городища, дацаны, крепости, этнографические музеи и большое количество природных мест, связанных с той или иной легендой или же обрядом.

В качестве такого региона можно выделить Ленинградскую область. Созданные условия и инфраструктура позволяют окупиться в жизнь и быт коренных поселенцев Ленинградской области: финны, ижора, воль, вепсы, ливы. Существуют такие этно-центры как Верхние Мандроги, Вепский центр фольклора, музей-заповедник «Ялкала», этно-культурный комплекс «Вереск» и Музей Ижорской и Водской культуры [2, с. 108].

Организация этнического туризма в Ленинградской области позволяет не только окупиться в традиционный быт и уклад коренных народов данной местности, но увидеть малоизвестные уголки Ленинградской области; увидеть красивые и живописные виды природы; узнать историю своих корней (не для всех); попробовать новые и необычные блюда, а так же посетить интересные музеи.

Для привлечения туристов в регионы России с целью этнотуризма следует делать акцент на необычной культуре и традициях коренных народов. В первую очередь необходимо поддерживать в первоизданном виде памятники культуры и реставрировать те, которые находятся в неподобающем виде.

Важно создавать туры, основанные именно на этническом туризме. Например, в Республике Бурятия будут актуальны маршруты с следующей тематикой: «Буддийские святыни Бурятии», «Путь Чингисхана» и т. п.

Кроме этого для лучшего оснащения туристов в вопросе этнического туризма не хватает таких вспомогательных туристских продуктов как: событийный календарь (календарь праздников и обрядов) и карта сакральных мест, то есть следует развивать вспомогательную туристскую продукцию.

Помимо этого важно не забывать о продвижении рекламы. Реклама очень важный аспект для развития туризма. Так в качестве рекламы можно сделать акцент на древние религии коренных народов России. Например, процветающий в Бурятии и по сей день шаманизм. Помимо этого стоит продвигать интересные священные места и этнические деревни, которые есть в России и довольно хорошо развиты. В первую очередь стоит рекламировать этнографические деревни и центры, многие из которых сочетаются с экологическим туризмом [3, с. 94].

Таким образом, можно сделать вывод, что в России происходит постепенное развитие этнического туризма. Этнический туризм, как любой другой вид туризма, является общепризнанным источником социально-экономического развития страны. Однако в настоящее время полноценное развитие этнического туризма происходит медленно, так как он еще недостаточно хорошо изучен. Исправление данной ситуации, с целью устранения возникшей проблемы может быть достигнуто с помощью вовлечения в практический оборот всех свидетельств самобытности и уникальности народных культур, и, более того их сохранения.

*Список литературы*

1. Аклаев З. В. Энциклопедия «Народы России». М.: Искусство, 1994. 433 с.
2. Бутузов А. Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации. М.: Академия, 2009. 163 с.
3. Ванчикова Ц. П. История буддизма в Бурятии: 1945–2000 гг. Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2006. 132 с.
4. Пресняков В. Н., Жулина М. А. // География и туризм: сб. науч. трудов. Пермь: Пушка, 2010. С. 308

## ВИДЫ ТУРИЗМА И СПОРТ

УДК 379.85

**Виолетта Сергеевна Бакулева,**

*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

**Арина Владимировна Кутышева,**

*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

### **Экстремальные виды туризма как одно из популярных направлений современного туризма**

В данной статье проведен анализ нового туристского направления, такого как экстремальный туризм, одного из самых популярных видов современного туризма. Также рассмотрена классификация экстремальных видов туризма и дано определение экстремальному туризму. Проанализированы виды экстремального туризма в нашей стране и за рубежом.

**Ключевые слова:** туризм, экстремальный туризм, виды туризма

**Violetta Sergeevna Bakuleva,**

*Student,*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

**Arina Vladimirovna Kutysheva,**

*Student,*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

### **Extreme Types of Tourism as one of the Most Popular Areas of Modern Tourism**

This article analyzes the new tourist destination, such as extreme tourism, one of the most popular forms of modern tourism. Also, the classification of extreme types of tourism is considered and the definition of extreme tourism is given. The types of extreme tourism in our country and abroad are analyzed.

**Keywords:** tourism, extreme tourism, types of tourism

Каждый из нас любит отдыхать. Самой популярной формой отдыха является туризм. Самое прекрасное в туризме то, что каждый находит в нем, что-то для себя, то, что он хочет. В современном мире выработано много подходов к определению понятия «ту-

ризм», но мы возьмем определение согласно ФЗ № 132 от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Исходя из Федерального закона: «Туризм – это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [1].

Современный туризм – явление, с одной стороны, молодое, так как свою массовость он получил лишь после Второй мировой войны, с другой стороны, туризм имеет глубокие исторические корни, т. к. человечество путешествовало ещё с древнейших времён.

Туризм в современном мире проявляется в разных связях, явлениях и отношениях, тем самым определяя необходимость его классификации, т. е. группировки по отдельным однородным признакам [2].

Наиболее часто выделяют классификацию туризма по видам. Вид туризма определяется целью поездки и бывает: сельский, деловой, гастрономический, научный, спортивный, событийный, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, приключенческий, круизный, транзитный, паломнический, образовательный, космический, ностальгический, экологический.

Проанализировав современные тенденции развития туризма, мы выделили наиболее перспективный, с нашей точки зрения, вид туризма – приключенческий. Данный вид включает в себя все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, целью которых, является получение новых ощущений, впечатлений, улучшение физической формы, а иногда и достижение спортивных результатов. Именно приключенческий туризм с каждым годом набирает все большую популярность и привлекает не только молодёжь, но и людей зрелого возраста. С каждым днём все больше людей стремятся собственными глазами увидеть красоту подводного мира, спуститься по горному спуску на лыжах и даже прыгнуть с парашютом. Среди многообразия разновидностей приключенческого туризма наиболее интересным нам показался экстремальный вид.

Экстремальный туризм – это вид туризма, который в той или иной мере связан с повышенным риском для жизни и здоровья человека.

В России, да и во всем мире экстремальный туризм постоянно развивается, появляются новые виды и разновидности. К сожалению, в России, по сравнению со странами зарубежья экстремальный туризм не так популярен и развит. В Восточной Азии, Европе, Северной Америке экстремальный туризм развит очень сильно. А среди жителей Европы в особенности Северной Америки экстремальный туризм и вообще, является наиболее популярным видом туризма. Разница в уровне развития и популярности экстремального туризма, прежде всего, обусловлена разницей в уровне доходов. В России не каждый может себе позволить купить дорогостоящее снаряжение или даже взять его в аренду, тогда как за рубежом экстрим туризмом могут заниматься почти все желающие. Но, не смотря на всё это, у экстремального туризма в России большие перспективы, главными факторами которых являются государственное финансирование на развитие спортивного туризма, а так же огромное количество мест для активного отдыха, прежде всего благодаря географии России. Наиболее перспективными местами для развития экстремального туризма в России являются Камчатка, Сахалин и Алтай, ведь здесь сама природа создана для экстрима [3].

К самым популярным видам экстремального отдыха в России относят: прыжки с парашютом, катание на горных лыжах, сноубординг, альпинизм.

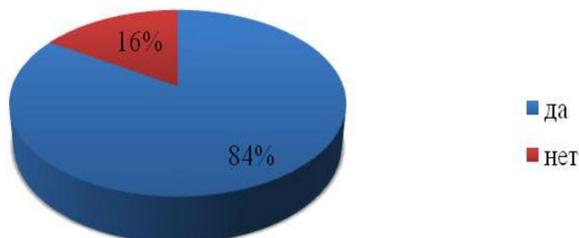
Зарубежный же опыт экстремального туризма развит более высоко. Лидерами развития здесь являются США, Канада и Мексика, их лидерство обусловлено близостью с Карибскими островами, привлекающие гостей своей экзотической природой. Главной особенностью экстремального туризма является преобладание внутри региональных поездок над межрегиональными. Самыми популярными местами для туризма за рубежом являются: Турция, Египет, Таиланд, Испания, Южная Америка, Африка, Китай, Индия.

Среди видов экстремального туризма преобладает дайвинг, виндсерфинг, х-гонки, рафтинг, прыжки с парашютом.

Для того, чтобы убедиться в осведомленности о разнообразии видов экстремального туризма и его популярности среди молодежи России, мы решили провести опрос среди студентов нашего университета, задавая им следующие вопросы:

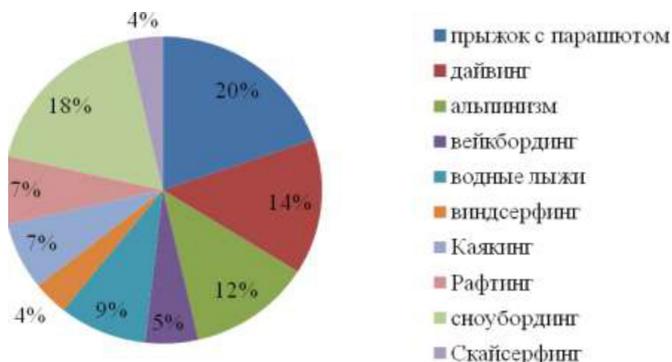
1. Хотели бы вы заняться экстремальным туризмом?
2. Какой вид экстрим туризма вы бы хотели попробовать?
3. Как вы думаете, где экстрим туризм развит лучше?

4. Для вас предпочтительнее попробовать экстрим туризм в России или за рубежом?



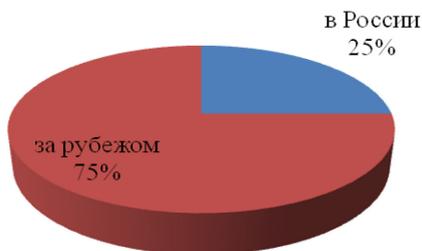
**Рис. 1.** Хотели бы вы заняться экстремальным туризмом?

По данным первого опроса среди 56 опрошенных лишь 9 человек не хотят попробовать заняться экстремальным туризмом.



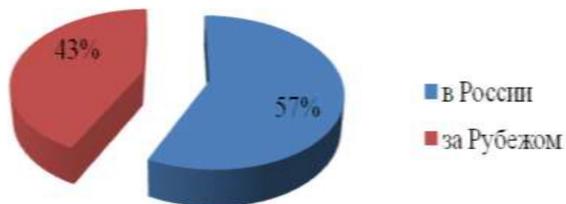
**Рис. 2.** Какой вид экстрим туризма вы бы хотели попробовать?

Второй опрос показал, что наиболее популярными видами экстрим туризма среди опрошенных считаются: прыжки с парашютом, сноубординг, дайвинг, альпинизм.



**Рис. 3.** Как вы думаете, где экстрим туризм развит лучше?

Третий опрос показал, что 75 % опрошенных считают, что в России экстремальный туризм развит не достаточно.



**Рис. 4.** Для вас предпочтительнее попробовать экстрим туризм в России или за рубежом?

Четвертый опрос показал, что популярность экстрим туризма в России и за Рубежом примерно равная.

В заключении необходимо сказать, что туризм для многих людей это не только отдых, но и получение новых эмоций. В последнее время экстремальный туризм набирает большую популярность не только во всем мире, но и в нашей стране. Связано это с тем, что многие люди устали от стандартных видов отдыха и им хочется чего-то нового. И поэтому возникает необходимость в создании условий для экстремального туризма.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016 г.) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru.ru> (дата обращения: 16.11.2017).
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ggf.tsu.ru> (дата обращения: 16.11.2017).
3. Кружалин В. И., Мироненко Н. С., Зигерн-Корн Н. В., Шабалина Н. В. География туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.Russiaitourism.ru> (дата обращения: 18.11.2017).

*Сергей Васильевич Бочкарев,*

*студент,*

*Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,*

*г. Пушкин, Россия*

### **Чемпионат мира по футболу 2018 как механизм популяризации и развития туризма в Волгограде**

В статье рассматривается глобальное событие мирового масштаба – Чемпионат мира по футболу 2018, подготовка к которому и проведение может стать эффективным методом для развития Волгоградской туристской дестинации. Рассмотрен понятийный аппарат. Проанализированы преимущественные особенности организации международного соревнования в Волгограде для развития туристской индустрии в регионе.

**Ключевые слова:** туризм, туристская инфраструктура, туристская дестинация, чемпионат мира по футболу, международная федерация по футболу, событийный туризм

*Sergei Vasilyevich Bochkarev,*

*Student,*

*Leningrad State University A. S. Pushkin,*

*Saint-Petersburg, Pushkin, Russia*

### **FIFA World Cup 2018 as a Mechanism for Promotion and Development of Tourism in Volgograd**

The article considers a global event of a world scale – the World Cup 2018, preparation for which and holding can become an effective method for the development of the Volgograd tourist destination. The conceptual apparatus is considered. The advantages of organization of international competition in Volgograd for the development of the tourist industry in the region are analyzed.

**Keywords:** tourism, tourism infrastructure, tourist destination, Soccer World Cup, the International Federation for football, event tourism

В современном мире туризм играет роль важнейшего сегмента третичного сектора экономики. С позиции народного хозяйства удобно рассматривать туризм как социально-экономический феномен, призванный удовлетворять духовные, социальные, физкультурно-спортивные, культурно-познавательные, рекреационные, профессионально-деловые, научные потребности человека и потребности по самоутверждению и самореализации [3, ч. 1]. Нельзя переоценить значение туризма на сегодняшнем рынке сферы услуг, поскольку отрасль с каждым годом показывает все лучшие по-

казатели туристских прибытий и доходов от туристской деятельности, что обуславливает рентабельность и перспективность туристской индустрии. В России туризм с 2017 г. это одна из приоритетных отраслей экономики государства, развитию которой правительство планирует уделять большое внимание.

Многообещающим регионом для развития туристской сферы является Волгоградская область. Ввиду выгодного географического положения, наличия природно-исторических условий, природных и культурно-исторических туристских ресурсов, Волгоградская область претендует на звание крайне привлекательного места отдыха для туристов в районе Поволжья. В данной статье нас будет интересовать конкретный вид туризма – событийный.

Событийный туризм – уникальные путешествия, основной целью которых является получение неповторимых ощущений и воспоминаний на каком-либо мероприятии. Поскольку это оригинальный вид туризма, то он постепенно набирает известность и в ближайшее время, по мнению ученых, будет обладать большим спросом, чем экскурсионный [1, с. 121–127].

Наиболее важной темой, стоящей на повестке дня для Волгограда, является Чемпионат мира по футболу 2018 г. (далее – ЧМ-2018) как мероприятие событийного туризма.

Волгоград – это один из крупнейших городов Нижней Волги с миллионным населением, который обладает достойным экономическим и ресурсно-сырьевым потенциалом для организации и проведения ЧМ-2018. И на сегодняшний день для этих целей инфраструктура административного центра Волгоградской области усиленно восстанавливается и модернизируется. В рамках программы подготовки к проведению в 2018 г. мундиаля реализуется 13 подпрограмм, в которых предполагается возведение и реконструкция объектов спорта, коллективных средств размещения, транспорта, подготовка инфраструктуры связи, здравоохранения, инженерии, энергоснабжения и. т. д.

Одним из важнейших элементов туристской инфраструктуры является гостиничный комплекс. По международным стандартам в городе-миллионнике необходимо создать около 7,7 тыс. номеров в двух-, трех-, четырех- и пятизвездочных отелях для удовлетворения потребностей гостей в размещении во время проведения мирового соревнования. В связи с этой задачей в 2013 г. в Волгограде были построены трехзвездочные отели Hampton by Hilton Volgograd Profsoyuznaya, в 2015 г. Park Inn by Radisson Volgograd.

Планируется введение в эксплуатацию пятизвездочного гостиничного комплекса Spa Hotel Radisson, четырехзвездочной гостиницы «Волгоград-сити», трехзвездочного конференц-отеля «Южный», двухзвездочного спорт-отеля «Старт» и других. Всего в перечне подпрограммы «Строительство и реконструкция инфраструктуры средств размещения» указано 11 средств размещения, которые должны быть построены к чемпионату мира. Кроме того, планируются реконструкция и капитальный ремонт в гостиницах «Интурист» и «Турист». Также туристам будут предлагаться загородные турбазы. Поставлен вопрос об использовании общежитий волгоградских вузов в качестве средств размещения посетителей, которые к моменту начала первенства должны соответствовать международным стандартам размещения [4].

Стоит подчеркнуть, что Майкл Джонстон, генеральный директор компании «Региональная гостиничная сеть», особо отметил: «Мы не стали бы открывать отель ради одного события, чемпионата мира по футболу. Исследования рынка показывают, что в городе есть экономические перспективы и база для развития» [3]. Таким образом, в ближайшем будущем эта база должна быть приведена в наилучшее состояние, а гостиничные сети привлекать путешествующих во время и после мирового события.

Другим принципиальным моментом в улучшении инфраструктуры административного центра является реконструкция и строительство спортивных объектов. Например, строительство стадиона «Волгоград-Арена» («Победа») на 45 тыс. зрителей позволит не только проводить спортивные игры и соревнования на местном уровне, но и на региональном, международном, а также осуществлять культурно-досуговые мероприятия, способные привлекать туристов со всей страны и из-за рубежа (концерты музыкальных групп, мастер-классы и. т. п.).

Подпрограмма, которая непосредственно направлена на повышение туристской привлекательности региона, освещает несколько важнейших аспектов: проведение различных тематических мероприятий (конгрессного, событийного туризма); формирование системы информирования туристов; проведение выставок по популяризации Волгоградского туристского бренда в выставочных залах (в. т. ч. показ презентаций туристских услуг и продуктов); социальная реклама на различных стендах, в СМИ и. т. п.; повышение качества образовательных программ для руководителей и

другого персонала туристских корпораций, точек общественного питания, гостиничного дела, государственных служащих, занимающихся развитием туризма, экскурсоводов, гидов, гидов-переводчиков, проводников-инструкторов; финансирование гостиниц, отелей и других средств размещения на компенсацию затрат, которые понесут фирмы при прохождении процедуры классификации.

Развитие транспортной, инженерной, спортивной, социальной инфраструктур также окажет сильнейший эффект на развитие туризма в регионе, создаст новый уникальный привлекательный имидж Волгограда и возможности для комфортабельного пребывания туристов, многократно улучшит сферу дополнительных услуг.

По итогам программы должны быть получены следующие результаты в области туризма: уточнение привлекательного туристского имиджа региона на российском и международном туристских рынках; создание новых туристических маршрутов, объектов, мероприятий; обучение гидов, в том числе гидов-переводчиков; расширение спектра туристских продуктов и услуг, предоставляемых в Волгоградской области; привлечение инвестиций международных организаций в гостиничную сеть; внедрение мировых стандартов качества маркетинговых, гостиничных услуг, работы со средствами массовой информации; распространение экологической культуры.

Помимо положительных результатов в туристской индустрии региона, следует ожидать и позитивного эффекта от проведенных мероприятий на другие сферы жизни, которые также заметно повлияют на развитие туризма. Например, повышение материального благополучия граждан, что, скорее всего, снизит степень криминальной обстановки в Волгоградской дестинации и обеспечит определенный уровень безопасности гостей региона во время их пребывания на ЧМ-2018; развитие общей инфраструктуры города, что создаст все условия для комфортного пребывания туристов; развитие потребительского рынка; апробация инновационных технологий с привлечением специалистов в сфере инновационных технологий; повышение роли физической культуры во всех слоях населения, что даст толчок развития спортивному туризму и др.

Таким образом, в связи с реализуемыми проектами программы подготовки к проведению в 2018 г. чемпионата мира по футболу, восстановлением и преобразованием туристской и других инфраструктур, популяризацией Волгоградской туристской

дестинации, следует ожидать развитие рекреации и туризма в Волгограде, повышение инвестиционного потенциала города. На сегодняшний день необходимо объединение всех участников-организаций, задействованных в организации и проведении ЧМ-2018 в Волгограде в целях эффективного сотрудничества для материализации туристско-рекреационного и социально-экономического потенциала региона, рационального использования ресурсов и, как следствие, получение ожидаемых результатов.

#### *Список литературы*

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 229 с.
2. Бурменко К. Обстановка по требованию // Российская газета. 2015. 14 апр. № 6649.
3. Пазенок В. С., Федорченко В. К. и др. Философия туризма. Киев: Кондор, 2004. 268 с.
4. Постановление Правительства Волгоградской области от 28 ноября 2013 г. № 679-п «Об утверждении Программы подготовки к проведению в 2018 г. чемпионата мира по футболу». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru> (дата обращения: 04.11.2017).
5. Official website of Fédération internationale de football association (FIFA). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fifa.com/index.html> (дата обращения: 10.11.2017).

## **УДК 338.48**

***Юлия Анатольевна Колесова,***

*канд. пед. наук, доцент,*

*Вятский государственный университет,*

*г. Киров, Россия*

### **Развитие молодёжного туризма в «нетуристском» регионе (на примере Кировской области)**

В статье рассматриваются вопросы молодёжного досуга, особенностей молодёжного возраста, повышения интереса студенческой молодёжи к изучению туристско-рекреационного потенциала города Кирова и Кировской области. Выявлены особенности проектирования молодёжных программ туров по Кировской области.

***Ключевые слова:*** молодёжный туризм, молодёжный досуг, туристско-рекреационный потенциал, программы туров, туристский продукт

*Yuliya Anatolievna Kolesova,  
Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

### **Development of Youth Tourism in the «Non-Tourist» Region (on the example of the Kirov region)**

The article considers the issues of youth leisure, the characteristics of youth, increasing the interest of student youth in studying the tourist and recreational potential of the city of Kirov and the Kirov region. The peculiarities of designing youth programs of tours in the Kirov region are revealed.

**Keywords:** youth tourism, youth leisure, tourist and recreational potential, tour programs, tourist product

В современных условиях туристско-рекреационная система Российской Федерации ориентирована как на внешний, так и на внутренний рынок, однако, качественные рекреационные услуги доступны лишь небольшой части населения, имеющей высокие доходы. В то же время, в нашей стране имеются территории, располагающие значительным туристско-рекреационным потенциалом и возможностью предоставлять рекреационные услуги населению с невысоким доходом, например, студенческой молодёжи.

Молодёжь как одна из социально незащищенных групп в полной мере подвержена воздействию негативных факторов внешней среды. Молодёжный досуг существенно отличается от свободного времяпрепровождения других возрастных групп в силу его специфических духовных и физических потребностей и присущих ей социально-психологических особенностей. В этой связи является актуальной задача разработки системы доступных программ отдыха в рамках организации туристского обслуживания молодёжи на региональном уровне.

В настоящее время большое внимание уделяется развитию внутреннего молодёжного туризма посредством приобщения студенческой молодёжи к природному, историко-культурному, архитектурному, духовно-нравственному наследию Родного края, удовлетворению их туристско-рекреационных потребностей, потребностей в доступных оздоровительных, рекреационных, развлекательных услугах, развитию коммуникативных навыков.

«Молодёжный туризм – это перспективное направление развития сферы отдыха. Необходимость развивать его обусловлена многими социальными качествами молодёжи, такими как актив-

ность, высокий уровень потребности в приемлемых по качеству и недорогих туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, непритязательность, романтизм» [1, с.59].

По мнению Орловской В. П., специфика данного сегмента заключается в том, что он обладает отличными от других сегментов возможностями. Описание этих возможностей поможет охарактеризовать молодёжь как сегмент туристского рынка. Первое, что отличает молодёжь от остального населения это мобильность и выносливость. Молодёжь стремится к активному отдыху, любит занятия спортом и может вынести большие физические нагрузки. Второе – это проявление самостоятельности во время поездки. И третье – желание возвращаться в дестинации, где уже побывал [2].

Таким образом, молодёжь – это особая социальная общность и огромная инновационная сила, находящаяся в стадии становления и формирования своей структуры ценностной системы. Повышение общекультурных и профессиональных требований общества к молодёжи влечет за собой необходимость в ее самообразовании, саморазвитии

Однако на местном уровне отмечается малое количество разработанных молодёжных туров, что является слабой стороной молодёжного туризма «нетуристской» Кировской области. Хочется отметить, что более половины кировских туроператоров, которых на начало 2017 г. насчитывалось 11 занимаются формированием, продвижением и реализацией туристского продукта по территории Кировской области [3]. Тем не менее, молодёжным туризмом занимаются единицы, организуя, например, водные сплавы (ЦАО «Летучий корабль», Федерация оздоровительно-спортивного туризма Кировской области, ТеремТур и др.). Большинство же делает основной акцент на продвижении школьных туров, экскурсий по городу Кирову и области, а также разработке турпродукта на заказ. Свою незаинтересованность данным видом потребителя они объясняют отсутствием возможности «выхода» на них, а также высокой стоимостью турпакета. По их мнению, молодёжи выгоднее самостоятельно без посредника организовать путешествие.

Для решения данной проблемы студентам Вятского государственного университета направления подготовки «Туризм» было предложено разработать проекты молодёжных программ отдыха (программ туров) в рамках выпускных квалификационных работ, а также дисциплин «Туристско-рекреационное проектирование», «Внутренний туризм», «Туроперейтинг». Целью проектов про-

грамм туров выступило повышение интереса студенческой молодёжи к изучению туристско-рекреационного потенциала города Кирова и Кировской области, повышение их гражданской ответственности за сохранение и преумножение природного и культурно-исторического наследия Родной земли, развитие патриотических настроений студенческой молодёжи на основе изучения региона.

Проекты молодежных туров разрабатывались по следующим направлениям: туристско-познавательному, туристско-оздоровительному и специфическому (спортивное ориентирование, квесты, катание на рафтах и т. д.). Также ребята могли предложить свой вариант. Выбор того или иного направления зависел от интересов молодых людей, их предпочтений, мотивов работы по данному вопросу.

Так, проекты в рамках туристско-познавательного направления были ориентированы на удовлетворение потребностей в активном культурно-познавательном отдыхе, художественно-эстетических, духовных, информационных потребностей, а также потребностей в изучении истории, культуры, природы Вятской земли, флоры и фауны заповедных территорий, природных и культурно-исторических ресурсов юга Кировской области, археологии, памятников древности, мест раскопок, и т. д. Проекты туристско-оздоровительного направления – на удовлетворение потребностей в изучении родного края, авантюрно-активном отдыхе и т. д. Специфического направления – на удовлетворение потребностей в активно-познавательном отдыхе, спорте; экологическом просвещении, научно-просветительских потребностей.

Проекты программ туров разрабатывались с учетом специфики молодежного возраста: с использованием активных форм отдыха, насыщенности туродня, применения специальной техники (рафт, байдарка, каноэ) и т. д.

Существенное значение также имеет возможность развития проекта, его перспективность. Проекты программ молодежных туров по туристско-познавательному, туристско-оздоровительному и специфическому направлениям опубликованы в «Каталоге молодежных туров по Кировской области», а также могут быть востребованы в практической деятельности предприятий туристской индустрии, формирующих туристский продукт на основе туристско-рекреационных ресурсов Кировской области.

Таким образом, проведенное исследование позволило наметить перспективы изучения проблем организации молодежного

отдыха, связанных с необходимостью формирования внутреннего туристского продукта, развития рекреационной инфраструктуры, а также активизацией форм отдыха для открытых и закрытых территорий.

*Список литературы*

1. Квартальнов В. А., Федорченко, В. К. Туризм социальный: история и современность. Киев, 1989. 59 с.
2. Орловская В. П. Организационно-экономические условия развития молодежного туризма в дестинации : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2004.
3. Паспорт региона: официальный сайт правительства Кировской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kirovreg.ru> (дата обращения: 19.09.2017).

**УДК 338:468**

***Геннадий Валерьевич Мишечкин,***

*канд. ист. наук, доцент,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

***Светлана Николаевна Голубничая,***

*канд. биолог. наук, доцент,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

**Социальный туризм в ДНР: опыт, проблемы и перспективы**

В исследовании анализируется развитие социального туризма в Донецкой Народной Республике. Подчеркивается важность развития данного направления туризма, обозначаются основные проблемы и определяются перспективы развития социального туризма в ДНР.

***Ключевые слова:*** социальный туризм, Донецкая Народная Республика, социальная политика

**Gennady Valerievich Mishechkin,**  
*Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DPR*

**Svetlana Nikolaevna Golubnichaya,**  
*Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,  
Donetsk National University of Economics and Trade  
named for Mikhail Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DPR*

### **Social tourism in DPR: experience, problems and prospects**

In the study the development of social tourism in the Donetsk People's Republic is analyzed. The importance of developing this direction of tourism is underlined, the main problems are identified and the prospects of social tourism development in DPR are determined.

**Keywords:** social tourism, Donetsk People's Republic, social politics

Современный туризм представляет собой высокодоходное направление человеческой деятельности. Количество туристских прибытий перешагнуло за отметку 1 млрд чел. в год. Тем не менее, возможности для осуществления туристских поездок у представителей различных слоев населения далеко не одинаковые. Как и на заре возникновения организованного туризма, сегодня роль социального туризма представляется достаточно весомой.

Проблема развития социального туризма привлекала внимание специалистов и получила отражение в научной литературе. Среди исследований следует отметить труды О. М. Голиковой, Ю. С. Путрика, Е. Н. Трофимова, а также коллективные работы Ю. И. Карповой и Т. А. Волковой, Н. Е. Кулюшиной и Р. М. Лигидова, О. С. Стрижовой и Н. Н. Праздниковой [2, 3, 4, 6, 8, 9]. В указанных исследованиях констатировалась первостепенная важность развития социального туризма в обществе. Подчеркивалось, что на постсоветском пространстве только начался процесс возрождения данного направления туризма, столь развитого в советский период.

После возникновения Донецкой Народной Республики в 2014 г. и, несмотря на непрекращающийся военно-политический конфликт, на повестку дня стал вопрос о развития туризма в Республике, в том числе социального туризма. Учитывая вышесказанное и приоритетность развития данного направления, в статье постав-

лена цель: проанализировать пусть и небольшой опыт развития социального туризма в ДНР, обозначить проблемы и определить перспективы его развития. В работе речь будет идти в большей степени о детско-юношеском туризме.

В 2015 г. согласно распоряжению Главы ДНР была создана межведомственная комиссия по вопросам оздоровления детей, в состав которой вошли представители министерств и ведомств. Результатом её работы стала договоренность об отдыхе детей в количестве 12 тыс. человек на территории Российской Федерации. В Ростовской области дети направлялись в Детский оздоровительный лагерь (далее – ДОЛ) «Дружба» и ДОЛ «Ромашка». В Краснодарском крае были определены следующие пункты отдыха и оздоровления: ДОЛ «Искра» (г. Новороссийск), ДОЛ «Ейск» (г. Ейск), ДОЛ «Олимпийский» (г. Анапа), ДОЛ «Фламинго» (г. Темрюк). В Республике Крым: Спортивный оздоровительный лагерь (далее – СОЛ) «Алые паруса», Детский лагерь отдыха и оздоровления «Дельфин Адэлантэ» и ДОЛ «Фортуна» (все – г. Евпатория), ДОЛ «Голубая волна» (г. Саки) и т. д. Всего же за 4 смены в 16 детских лагерях оздоровились 11729 человек возрастом от 9 до 14 лет, 91 % из которых составили дети льготных категорий. Максимально старались вывозить детей из наиболее пострадавших городов Республики [5].

Детей направлялись на отдых из следующих городов: Донецк, Макеевка, Горловка, Снежное, Торез, Енакиево, Дебальцево, Докучаевск, Кировское, Ясиноватая. Кроме того, часть детей была из Шахтёрского, Амвросиевского, Новоазовского, Старобешевского и Тельмановского районов.

Дети-инвалиды из ДНР были направлены на отдых в Абхазию. Воспитанники Снежнянского Центра реабилитации детей-инвалидов отправились в город Сухуми. Время оздоровления – 10 дней. Для поездки один из перевозчиков ДНР предоставил ребятам комфортабельный автобус на 50 мест.

Летом-осенью 2016 г. российские здравницы приняли 4800 ребят из Донецкой Народной Республики [1].

В июне 2017 г. в Министерстве образования и науки ДНР состоялось заседание Межведомственной комиссии по организации отдыха и оздоровления детей, подростков и молодежи Республики. Были рассмотрены вопросы утверждения льготных категорий детей, направляемых в оздоровительные лагеря РФ в 2017 г.; приоритетности предоставления услуг оздоровления детям льготных ка-

тегорий, не участвовавшим в оздоровительных кампаниях в 2015–2016 г. г. При поддержке Министерства образования и науки ДНР в 2017 г. был осуществлен выезд 672 обучающихся на территорию РФ (табл.).

Таблица

**Информация о выезде обучающихся Донецкой Народной Республики на территорию Российской Федерации 2017 г.**

<i>Период</i>		<i>Город (район)</i>									
		<i>Комплексе «Снегири»</i>	<i>ВДЦ «Смена»</i>	<i>МДЦ «Артек»</i>	<i>Комплексе «Снегири»</i>	<i>ВДЦ «Орлёнок»</i>	<i>Комплексе «Снегири»</i>	<i>Комплексе «Снегири»</i>	<i>Нижегородская обл. «Лазурный»</i>	<i>ВДЦ «Орлёнок»</i>	
		<i>27.02–13.03</i>	<i>28.03–12.04</i>	<i>04.04–26.04</i>	<i>26.04–12.05</i>	<i>31.05–20.06</i>	<i>06.06–18.06</i>	<i>03.07–17.07</i>	<i>30.07–07.08</i>	<i>10.08–30.08</i>	
1	Донецк	59		29	90	30	89	70	7	17	
2	Докучаевск	5									
3	Дебальцево					5					
4	Горловка	5		10				25			
5	Енакиево	5	5								
6	Ждановка	5									
7	Кировское								6		
8	Макеевка	25	6		20	3			7		
9	Снежное				10				10		
10	Харцызск						20				
11	Торез		4				11				
12	Шахтерск		8								
13	Ясиноватая		2			2			10		
14	Амвросиевский р-н								10		
15	Новоазовский р-н	5									
16	Старобешевский р-н	11		11				25			

17	Тельмановский р-н					10				
	<b>ИТОГО:672</b>	<b>120</b>	<b>25</b>	<b>50</b>	<b>120</b>	<b>50</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>50</b>	<b>17</b>

Как видим, несмотря на небольшой промежуток времени существования ДНР, в Республике уже накоплен положительный опыт развития социального туризма. Однако, на пути дальнейшего развития стоит еще ряд преград, которые необходимо устранить. К сожалению, на данный момент в ДНР отсутствует нормативно-правовая база механизма передачи государственных средств на удовлетворения социальных потребностей. Подготовлен, но не принят проект Закона «О туристской деятельности». Следующий шаг после принятия указанного закона – создание Республиканской программы развития социального туризма.

На территории Донецкого региона находится значительное количество объектов культурно-исторического наследия, весь этот туристический потенциал может быть использован для реализации программы социально-направленного туризма.

Но при этом необходимо использовать и загружать объекты туризма в регионе – демократичные по ценовой политике туристские базы и кемпинги, гостиницы и предприятия питания, детские оздоровительные лагеря и палаточные городки, транспортную сеть, которые компенсируют недогрузку возрастанием цен. В качестве турпродукта могут быть использованы посещение музеев и выставок, других аттрактивных объектов природного и антропогенного происхождения. Развитая современная туристская инфраструктура в регионе, доступная для местного населения, может служить показателем уровня жизни населения данного региона.

Молодёжная политика осуществляется в рамках деятельности Молодёжного совета Федерации профсоюзов ДНР, сформированного из числа молодых профсоюзных лидеров до 35 лет. Одним из основных направлений деятельности Молодёжного совета Федерации профсоюзов ДНР является сохранение и развитие социальной инфраструктуры профсоюзов (санаторно-курортных учреждений, спортивных сооружений и баз, учреждений отдыха и туризма, учебных, досуговых центров, клубов), специализирующихся на работе с молодежью и ее обслуживании. Федерация профсоюзов предлагает доступное летнее оздоровление в детских лагерях [7].

Таким образом, Донецкая Народная Республика накопила большой опыт развития социального туризма. Для более эффек-

тивного развития данного направления туризма нужна более действенная поддержка государства. При этом, ускорить решение многих социальных проблем может окончание военно-политического противостояния.

#### *Список литературы*

1. Главный региональный. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.donbass.glavny.ru> (дата обращения: 10.08.2017).
2. Голикова О. М. Особенности организации оздоровительного детского туризма в российских условиях // Сервис в России и за рубежом. 2012. № 8. С. 10–19.
3. Карпова Ю. И., Волкова Т. А. Перспективы развития социального туризма в России // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 11. С. 676–679.
4. Кулюшина Н. Е., Лигидов Р. М. Организационно-экономический механизм поддержки социального туризма // Фундаментальные исследования. 2015. № 12. С. 591–594. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 18.11.2017).
5. Официальный сайт Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dnr-online.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
6. Путрик Ю. С. Развитие социального туризма в СССР и Российской Федерации (70-е гг. XX в. – нач. XXI в.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.elibrary\\_12883572\\_39261758.pdf](http://www.elibrary_12883572_39261758.pdf) (дата обращения: 12.11.2017).
7. Сайт Федерация профсоюзов ДНР. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fpdnr.ru> (дата обращения: 18.11.2017).
8. Стрижова О. С., Праздникова Н. Н. Социальный туризм в России: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
9. Трофимов Е. Н. Социальный туризм в России и Европе // Вестник РМАТ. 2014. № 3. С. 3–10.

**УДК 379.85**

***Ольга Михайловна Пахомова,***

*канд. геогр. наук, доцент,*

*Вятский государственный университет,*

*г. Киров, Россия*

### **Археологические исследования как основа для развития научного туризма**

В работе рассматриваются вопросы, касающиеся альтернативных и нетрадиционных видов туризма, таких как научный туризм на базе археологических исследований. Обладая огромным природным и историко-культурным потенциалом, Республика Калмыкия имеет прекрасные перспективы для развития научного туризма, предполагающего участие туристов в совместной комплексной работе вместе с учеными-исследователями.

**Ключевые слова:** научный туризм, нетрадиционные виды туризма, археологические исследования, Республика Калмыкия

***Olga Mikhailovna Pakhomova,***  
*Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,*  
*Vyatka State University,*  
*Kirov, Russia*

### **Archaeological Research as the Basis for the Development of Scientific Tourism**

The paper considers issues related to alternative and non-traditional types of tourism, such as scientific tourism based on archaeological research. Possessing huge natural and historical and cultural potential, the Republic of Kalmykiya has excellent prospects for the development of scientific tourism, involving the participation of tourists in joint integrated work together with research scientists.

**Keywords:** scientific tourism, non-traditional types of tourism, archaeological research, Republic of Kalmykiya

Среди видов туризма, которым можно присвоить статус «альтернативный», выделяется научный туризм. Научный туризм представляет собой путешествие с целью внести посильный вклад в исследования отдельных областей науки. Это могут быть археологические и палеонтологические исследования, изучение растительного и животного мира, изучение истории и этнографии и многое другое. Этот активный вид отдыха в последнее время предлагается как туристическими фирмами, так и Российской Академией Наук.

В работе автор опирается на исследования проблем и перспектив для развития данного вида туризма, а также на личный опыт участия в работе археологических и палеонтологических экспедиций, как с позиции туриста, так и с позиции организатора путешествий.

Целью работы является выявить перспективы для развития этого интереснейшего альтернативного вида туризма в Республике Калмыкия на базе археологических работ, проводимых сотрудниками Государственного исторического музея.

Туристская деятельность в данном виде путешествий может осуществляться в трех направлениях. Первое направление, это собственно научно-познавательный туризм, когда во время поездок экскурсовод знакомит туристов научными объектами. Такой вид туров не предполагает участия в исследованиях. Второе на-

правление, это экспедиционный научный туризм. В рамках данного тура предполагается работа в составе научных экспедиций, когда туристы участвуют в археологических или палеонтологических раскопках, изучают флору и фауну в заповедниках, заказниках и национальных парках. Третье направление, это туры самостоятельных путешественников, которые по результатам своих работ составляют описания научных объектов и явлений, снимают видеofilмы, составляют фотоотчеты. По мнению специалистов Русского географического общества, под понятие научного туризма попадают два последних вида туров: экспедиционный научный туризм в составе полевого отряда экспедиции и самостоятельный научный туризм.

Как самостоятельное направление туристской деятельности «научный туризм» возник в СССР в 1980-х г. г. в Географическом обществе Академии Наук СССР. Тогда же была создана Комиссия научного туризма. Её целью было решение научных целей и задач Географического общества. Проводились экспедиционные и исследовательские работы по выявлению перспективных районов и объектов туризма, изучение и описание выявленных объектов и памятников природы и истории. Еще одним направлением работы была разработка новых туристских маршрутов и экскурсий, составление отчетов, создание туристических карт и путеводителей.

Маршруты экспедиций Комиссии научного туризма Русского географического общества, в которых можно принять участие в качестве «научного туриста» разрабатываются и планируются учеными, являющимися одновременно и профессиональными путешественниками. Для волонтеров в основном это творческая работа, связанная с поиском всего необычного или трудно узнаваемого, например, поиск курганов, древних святилищ и поселений, исторических кладов, мегалитических памятников, зарисовка, съемки видеofilмов, фотографирование. Во время нахождения в экспедиции при наличии специалистов волонтеры проходят курсы (тренинги): по выживанию в экстремальных ситуациях, по оказанию первой медицинской помощи, по ориентированию на местности, по радиосвязи, по поиску и распознаванию объектов природного, культурного и исторического наследия, по основам фото и видео съемки.

Большой вклад в развитие научного туризма вносит Российская Академия наук, которая вместе с Российской международной академией туризма создала Агентство научных туров. По мнению

Российской международной академии туризма, где несколько лет назад по инициативе профессора В. А. Квартального началась работа в области теории и практики научного туризма, наиболее привлекательным является экспедиционный туризм [1].

Республика Калмыкия обладает богатым историко-культурным и природным наследием, что является предпосылкой для организации различных видов нетрадиционного туризма и активного отдыха. Наличие туристских ресурсов дает возможность развивать здесь такие виды туризма как конный, экологический, сельский, этнический, экстремальный туризм в аридных зонах, а также научный туризм. Республика Калмыкия является базой для экспедиционных полевых работ археологов, географов, этнографов. В том числе, здесь работала международная экспедиция путешественника Фёдора Конюхова «По следам Великого Шелкового пути». Но, обладая разнообразным животным и растительным миром, уникальным историческим, культурным наследием, выходом к Каспийскому морю и имея благоприятные туристические возможности, нетрадиционный туризм в Калмыкии развит слабо. Основной причиной является отсутствие внимания к данному туристскому направлению. Ощущается дефицит гидов-проводников, отсутствует система научного и рекламно-информационного обеспечения туристической деятельности.

Остановимся на таком перспективном направлении научного туризма, как археологические экспедиции. В настоящее время все больше появляется туристов, не удовлетворенных участием в классических познавательных турах, и имеющих интересом участие в необычных, нетрадиционных, альтернативных видах туристской деятельности. Калмыкия всегда привлекала путешественников, исследователей. Здесь имеется богатейшая история и опыт организации экспедиционной археологической работы. Здесь пролегал Великий Шелковый путь, обитали скифы, сарматы, хазары, стояли города Золотой Орды. Со второй половины 70-х годов 20 века археологические исследования в Калмыкии начинает проводить российский археолог, этнограф и историк географии Евгений Васильевич Цуцкин. В настоящий момент наиболее продуктивно в Калмыкии работают экспедиции, возглавляемые доктором исторических наук Натальей Ивановной Шишлиной, сотрудником Государственного Исторического музея [2]. Поскольку основным объектом раскопок являлись курганы, то полученный этими и другими экспедициями огромный материал охватывает в основном период

от эпохи ранней бронзы до средневековья включительно. Наиболее массовые и зачастую уникальные находки относятся к бронзовому веку. Однако благоприятные условия, связанные с активизацией археологических исследований, не привели в Калмыкии к формированию местной научной археологической школы. Тем не менее, проводимые комплексные исследования обладают большой перспективой для развития научного туризма в Калмыкии. Туры могут включать участие как в чисто археологических исследованиях, так и в ботанико-географических, картографических исследованиях, видео– и фотосъемках. Об интересе туристов к данным исследованиям свидетельствует тот факт, что совместно с учеными есть возможность стать причастным к находкам с мировым именем. Так, в 60 километрах от Элисты ученые наткнулись на кромлех. Это древнее сооружение представляет собой несколько поставленных вертикально в землю продолговатых камней. Открытие окрестили «Степным Стоунхенджем». Ведь, по мнению ученых, этот кромлех на целую тысячу лет старше знаменитого каменного сооружения в Англии. Поскольку в здешних местах такие культовые сооружения крайне редки, то сотрудники Государственного исторического музея во главе с Натальей Ивановной Шишиной, более двадцати лет буквально под микроскопом рассматривающей каждый метр евразийской равнины, приняли решение сохранить его как культовое наследие, создав такой маленький парк под открытым небом в селе Ремонтное. И таких находок немало на просторах калмыцких степей.

Кроме собственно исследовательской деятельности, научный туризм предполагает элементы активного отдыха, экологического туризма, возможности развития коммуникативных качеств туриста, а также раскрытие его творческого потенциала и удовлетворения познавательного интереса. В качестве вывода можно сказать, конечно, современный научный туризм, не даёт тех громких результатов, которые давали путешествия лет двести тому назад. Однако, как и любая научная дисциплина, он стремится не «вширь», а «вглубь». Известный ученый палеонтолог и писатель И. А. Ефремов писал, «что любая наука со временем познаёт всё больше и больше о всё меньшем и меньшем».

#### *Список литературы*

1. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

2. Стоянка Большая Элиста 1. Теория и практика поиска и изучения поселений древних скотоводов в пустынно-степной зоне / Н. И. Шишлина // Известия Самарского научного центра РАН. Т. 17, № 3. Самара: Изд-во СамНЦ РАН, 2015. С. 252–261.

**УДК 379.85**

***Марина Павловна Титова,***  
*канд. филос. наук, доцент,*  
*Забайкальский государственный университет,*  
*г. Чита, Россия*

### **Проблемы и перспективы род**

В статье уделено внимание родильному туризму как одному из направлений медицинского туризма. Рассматриваются проблемы и перспективы родильного туризма в России и ряде других стран.

**Ключевые слова:** родильный туризм, родильные туристы, роженицы, «дети-якоря»

***Marina Pavlovna Titova,***  
*Candidate of Philosophy, Associate Professor,*  
*Transbaikal State University,*  
*Chita, Russia*

### **Problems and Prospects of Maternity Tourism**

The article focuses on maternity tourism as one of the directions of medical tourism. The problems and prospects of maternity tourism in Russia and a number of other countries are considered.

**Keywords:** maternity tourism, maternity tourists, woman in childbirth, “anchor children”

Родильный туризм как одно из направлений медицинского туризма относится к быстрорастущей сфере международного бизнеса, получившего широкое распространение в связи с открытостью международных границ, доступностью средств перемещения, но главным образом за счёт неравенства стран в вопросах стоимости и качества медицинского обслуживания [1]. Женщины приезжают в другое государство беременными, чтобы там произвести на свет ребенка. Так малыш становится путешественником и оказывается в чужой стране ещё будучи новорожденным.

Чаще всего приезжают родильные туристы в США и Великобританию. Но в списке также Франция, Италия, Испания, Германия, Канада, Финляндия, Израиль и другие благополучные страны с высоким уровнем медицины.

Прежде, чем будущая мама окажется по ту сторону океана, за работу принимаются квалифицированные специалисты. Визовый менеджер помогает в получении визы. Лицензированный в США риелтор подбирает жильё. В Штатах женщину встречает и сопровождает при каждом визите к врачу ассистент-переводчик. Оформление документов для новорожденного не доставит маме никакого беспокойства – весь процесс получения ребёнком двух гражданств планируют специалисты.

В США женщина может выбрать роды в клинике, в родильном доме или на дому [7]. Роды в клинике (hospital) рекомендуются женщинам с тяжело протекающей беременностью и тем, кто вынашивает двоих и больше детей. Родильный дом (birthing center) подойдёт будущим мамам, чьему здоровью ничто не угрожает. Лишь 1 % рожениц берёт все риски на себя и выбирает домашние роды. Роды на дому предполагают присутствие акушерки (midwife), контролирующей весь процесс.

Ежегодно от матерей-туристок в Штатах появляется примерно 40 тысяч младенцев. Согласно Поправке 14, все они автоматически становятся гражданами США. В будущем это служит основанием для переезда в Америку на постоянное проживание всей семьёй. Поэтому новорожденных малышей-туристов в США называют «дети-якоря» [2].

Родильный туризм в Штатах – занятие для состоятельных людей. Цена за один тур варьируется в зависимости от компании и услуг, которые она предлагает: от «Оптимального» за \$6,9 тыс. до «Эксклюзивного» за \$49,9 тыс. При этом, по словам организаторов туров, с учётом визы, аренды квартиры на четыре месяца, услуг врача-гинеколога, госпиталя, педиатра, а также транспортных и переводческих услуг итоговый ценник составит не менее \$32 тыс. (около 2 млн руб.) [7].

Немало туристок на последних сроках беременности приезжают рожать в Великобританию. Причём многие поступают в больницы прямо с самолета. По статистике, четверть детей в стране рождаются от иностранок [4]. Прибывают роженицы со всех уголков планеты – из Японии, России, Монголии, Австралии и других точек. Здесь по закону врачи обязаны осмотреть беременную женщину, принять роды и даже провести дальнейшее лечение (если оно потребуется) за счёт государства. Приложить усилия и потратить средства придётся только для получения визы и перелёта. Правда, речь в законе идёт только о тех женщинах, которые на

легальном положении прожили в стране не меньше года, а также тех, кто находится в Великобритании не меньше полугода по студенческой визе. Однако на практике эти правила не соблюдаются.

Родильный туризм процветает и в России. Нашу страну уже открыто называют «родильным домом Средней Азии» [3]. Сюда приезжают жительницы Киргизии, Узбекистана, Таджикистана, для того, чтобы произвести на свет здоровых детей по стандартам европейской медицины, не надеясь на качество медицинских услуг у себя на Родине. От желающих нет отбоя: потому что безопасно и надежно, хороший уход, бесплатное лечение и обслуживание. Столичные родильные дома буквально переполнены роженицами без документов из бывших союзных республик. Нередко они везут с собой и кучу скрытых заболеваний, вплоть до венерических. Чтоб решить проблему, правительство должно выступить инициатором заключения межгосударственных соглашений об оказании медпомощи роженицам с теми странами, чьи гражданки едут рожать в Россию.

У россиянок, собирающихся рожать за рубежом, самое популярное направление – Майами, штат Флорида [5]. Считается, что там наиболее благоприятный климат, хорошая экология и продвинутые клиники. Цена за один тур варьируется в зависимости от компании и услуг, которые она предлагает. Германия, также, стоит на одном из первых мест для родильного туризма. Помимо высокого уровня медицины и сервиса, привлекает сходство климата и сравнительная близость к России: сюда можно добраться, избежав авиаперелёта, на поезде или машине. Обычно россиянки приезжают в Германию примерно за месяц до предполагаемой даты родов. Можно заранее выбрать клинику, познакомиться с акушерками, пройти курсы для будущих мам. Меню в клиниках могут составить по желанию женщины. Посещения разрешены неограниченно, причем для этого не нужна специальная одежда или обувь. Прямо в роддоме проводится фотосессия для мамы с новорождённым, а при выписке от клиники вручается подарок – в него входит спальный мешок, гигиенические средства, обучающие журналы для мам. После родов маму с малышом выписывают через четыре дня, но уехать сразу на родину они не смогут: три недели ребенок и мама обязаны наблюдаться у местных врачей.

Родильный туризм активно процветает и в стране кленового листа. Ребенок, рождённый на территории Канады, автоматически становится гражданином государства. Богатые иностранцы знают

о таком положении канадского законодательства, поэтому готовы платить любые деньги, чтобы младенец стал владельцем «второго паспорта» [6].

Среди приезжающих с целью родить на территории Канады есть немало людей, которые стремятся иммигрировать в страну именно таким образом. Ведь рождённый ребенок позволит своим родственникам на легальном и весьма простом основании переехать жить в Канаду. А так как эта страна считается одной из самых безопасных и комфортных для проживания государств в мире, то понятно, почему иностранцы желают стать её гражданами, пускай даже путем родильного туризма.

Многие канадские врачи выступают против родильного туризма, который имеет весьма определенные цели. Они встревожены увеличением количества женщин, стремящихся родить в стране кленового листа.

Запрет на въезд в какую-либо страну для беременных женщин – явление редкое, но в мировой практике оно всё же встречается. Например, в 2007 г. власти Гонконга закрыли пограничный шлагбаум перед китайками на поздних сроках [5]. И это несмотря на то, что Гонконг – тоже часть Китая. Дело в том, что на острове клиники оборудованы лучше, поэтому многие китайки предпочитают рожать там. Это привело к страшной нагрузке на медицинские учреждения. Теперь беременная дама может попасть в Гонконг, только если у неё на руках имеется договор с одним из китайских роддомов.

Ряд европейских стран при въезде требует у будущих мам предъявить либо страховку, покрывающую расходы на роды и выхаживание новорожденного, либо договор с клиникой [5]. Периодически то же самое просят показать офицеры миграционной службы США. Если подобных документов нет, беременную женщину могут отправить рожать на родину ближайшим самолетом.

Решить проблему родильного туризма вполне возможно. Нужно установить ограничения на въезд в страну женщин, находящихся на определённом сроке беременности. Это не будет считаться нарушением прав человека на свободу передвижения. Каждая страна может устанавливать собственные ограничения на въезд для определённых категорий лиц. Это может делаться на основании актов органов исполнительной власти, например, Министерства иностранных дел или Федеральной службы безопасности,

которая отвечает за пограничные вопросы. Это может быть и меж-  
ведомственный акт. Ограничения должны устанавливаться только  
на федеральном уровне.

#### *Список литературы*

1. Понятие «родильного туризма» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.globustour.com> (дата обращения: 15.11.2017).
2. Поправки к Конституции США [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.state-usa.ru> (дата обращения: 18.11.2017).
3. Родильный дом Средней Азии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.migrant.ru> (дата обращения: 15.11.2017).
4. Родильный туризм в Великобритании [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.rus.tvnet.lv/wo\\_men/turizm.ru](http://www.rus.tvnet.lv/wo_men/turizm.ru) (дата обращения: 16.11.2017).
5. «Родильный туризм» и как с ним бороться [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bnews.kz.ru> (дата обращения: 18.11.2017).
6. Роды в стране кленового листа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.immigrant.today.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
7. Роды в США [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sibmama.ru> (дата обращения: 19.11.2017).

**УДК 338.48-52:798.2**

***Екатерина Витальевна Щербак,***  
*студентка,*

*Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,  
г. Донецк, ДНР*

### **Место и роль конного туризма в современном обществе**

Статья посвящена вопросам развития конного туризма. Показано, что конный туризм является одним из ключевых видов спортивного туризма. Выявлена и обоснована привлекательность конного туризма и конного вида спорта. Исследованы вопросы развития конного туризма в ДНР.

***Ключевые слова:*** спортивный туризм, конный туризм, развитие

***Ekaterina Vitalevna Shcherbak,***  
*Student,*

*Donetsk National University of Economics and Trade  
named for M. Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DPR*

### **The Place and Role of Equestrian Tourism in Modern Society**

The article is devoted to the development of equestrian tourism. It is shown, that equestrian tourism is one of the key types of sport tourism. The appeal of equestrian tourism and equestrian sport is revealed. In the article the problems of the development of equestrian tourism in the DPR are investigated.

**Keywords:** sports tourism, equestrian tourism, development

Спортивный туризм – это вид туризма, основанный на проведении соревнований на маршрутах, включающих преодоление препятствий в природной среде (перевалов, порогов, каньонов, пещер и пр.), и на дистанциях, проложенных на искусственном рельефе и в природной среде. Спортивный туризм – это возможность проявить в себя в разных видах спорта, поучаствовать в командной игре, хорошо отдохнуть, а также проникнуться духом победы.

Спортивный туризм – это активный, а чаще и экстремальный вид путешествий. Он требует от туриста физической силы и обладания различными навыками. Спортивный туризм способствует повышению социальной активности людей, удовлетворения их моральных, эстетических и творческих запросов и развитию дружеских отношений.

Во всём мире спортивный туризм является самым массовым и считается социальным видом туризма. Он имеет многовековую историю и традиции. Спортивный туризм включает в себя множество всевозможных направлений (пешеходный, лыжный, горный, водный, парусный, велосипедный и т. д.) [3].

Во всем мире большую популярность приобретает конный туризм, как вид спортивно-оздоровительного туризма.

Актуальность данной работы определена тем, что современные туристы на сегодняшний день больше отдают предпочтение активным видам отдыха и тем видам туризма, которые способствуют оздоровлению организма. Поэтому исследование вопросов развития конного туризма является важным в современных условиях.

Исследованиям конного туризма посвящены следующие работы – Цветков Д. В. «Место и роль конного спорта в современном обществе», Анастасия Наумова «TREC, или как стать великим пув тешественником», Бобылев И. Ф. «Конный туризм».

Конный туризм – это духовное и физическое развитие личности, приобщение к природе, знакомство с жизнью, историей, культурой, обычаями народов. Это возможность отвлечься от суматохи городской жизни и целиком уйти в природу.

Конный туризм это вид туризма без ограничений. Конечно, маленьких детей не посадят в седло, но подростки могут принимать участие в путешествиях верхом наравне с взрослыми. Опытные инструкторы помогут новичкам – для этого организуются специаль-

ные группы. Хорошие навыки, опыт и умение держаться в седле требуются для сложных и более длительных маршрутов [4].

Основной особенностью конного туризма является то, что он преследует все интересы, присутствующие в других видах туризма: спортивный, оздоровительный, психологический, эстетический, познавательный, коммуникабельный. Конный поход сочетается с рыбалкой, купанием в водоеме и не исключает возможности двигаться пешком [1].

В последнее время значительно выросла роль активного досуга, поэтому и в совершенно новом качестве предстал перед нами и конный спорт и вместе с ним конный туризм. В XXI в. отношения лошади и человека во многом изменились.

Туристические фирмы предлагают услуги в виде конных туров. Туристам при посещении различных стран предлагают маршруты любого уровня подготовки. Туризм на лошадях предоставляет возможность достигать труднодоступных горных вершин и ущелья, глухие районы тайги и джунглей и полнубоваться их прекрасной природой. Конный туризм отодвинул на второй план многие традиционные виды путешествий. По данным Национальной ассоциации конного туризма Франции, этот вид туристских путешествий уже в 1973 г. занимал второе место после лыжных прогулок. Учитывая огромный интерес, проявляемый к конному туризму со стороны различных слоев населения во многих странах мира, Международная федерация конного спорта уделяет этому вопросу самое серьезное внимание. В рамках федерации создана специальная комиссия, которая разрабатывает правила проведения интернациональных конно-туристских путешествий, походов и пробегов [1].

Лошадь участвует в спортивных состязаниях наряду с человеком. Верховая езда оказывает значительное влияние на человека – это общение с лошастью, снятие стресса и тревожности.

Существует специальная лечебная верховая езда – иппотерапия, которая на сегодняшний день приобретает большую популярность [5].

Развитие конного туризма и конного спорта приводят к развитию коневодства. Конный туризм регулирует часть социально-экономических процессов и затрагивает практически все слои населения: от детей до пенсионеров, от новичков до выдающихся спортсменов, людей с умственными отклонениями, инвалидов и других групп населения.

В мире насчитывается 55 стран предлагающих конные туры (таблица). Каждая часть света и каждая страна уникальна разнообразием своей природы и культуры, народами, проживающими в этих странах. И конный туризм предоставляет возможность, путешествуя верхом познакомиться с достопримечательностями и культурой разных стран [6].

Таблица

**Страны, предлагающие конные туры**

<i>Страны</i>	
Канада	Испания
Соединённые Штаты Америки	Франция
Мексика	Италия
Коста-Рика	Исландия
Белиз	Ирландия
Гондурас	Португалия
Доминиканская Республика	Германия
Аргентина	Турции
Бразилия	Великобритания
Чили	Греция
Эквадор	Кипр
Уругвай	Швеция
Индия	Албания
Монголия	Австрия
Казахстан	Болгария
Китай	Финляндия
Таиланд	Венгрия
Марокко	Румыния
Египет	ЮАР
Эфиопия	Кения

За последнее время развились самые разные виды конного туризма. Определенные соревнования существовали и раньше, но только в последние годы их стало так много. Конный туризм стал подобен лихорадке, охватившей человеческую цивилизацию в 60-е годы прошлого столетия, и с тех пор не отпускающей её [2].

Но и сегодня существуют скептики, которые сомневаются в перспективе развития конного туризма. Впрочем, таких осталось

совсем немного, ведь популярность этого спорта только растет. Появляются новые кемпинги, прорабатываются обновленные маршруты, позволяющие туристам знакомиться с большим количеством достопримечательностей, заповедников, природных красот.

В Донецкой народной республике конный спорт переживает тяжелые времена. С началом боевых действий большая часть спортсменов и тренеров выехали. Было вывезено много лошадей. Но, тем не менее, некоторые клубы продолжают жить и работать благодаря самоотдаче фанатам своего дела. В клубах можно совершить прогулки верхом на лошади и экскурсии на конюшню, получить уроки верховой езды для взрослых и детей. В ДНР есть множество природно-рекреационных, культурно-исторических и кадровых ресурсов, которые не только создадут условия для привлечения к спортивным видам туризма население нашей республики и в частности конного туризма, а и окажут стимулирующее влияние на развитие международного конного туризма. Поэтому в Республике нужно создать программы способствующие возрождению и развитию этого вида спортивного туризма.

#### *Список литературы*

1. Анохин А. Ю. Рекреационный эффект спортивного туризма // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Краеведение и туризм в XXI веке». Пушкино, 2004. С. 299–242.
2. Балагурова Н. Конный туризм: организация и развитие в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fb.ru> (дата обращения: 07.11.2017).
3. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. Организация туризма. Москва [и др.]: Питер, 2012. 320 с.
4. Исаев А. Поставить на лошадку // Экспресс К. 2012. № 91.
5. Свинолулов А. Г., Тряпичкина М. В. Факторы влияния иппотерапии на личность ребенка с детским аутизмом // Челябинский гуманитарий. 2010. № 11. 153 с.
6. Цветков Д. В. Место и роль конного спорта в современном обществе // Современная наука: серия наука и право. 2011. № 1.

*Ольга Александровна Лях,  
ст. преподаватель,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

### **Состояние и перспективы развития этнографического туризма в Забайкальском крае**

В статье рассмотрено современное состояние этнографического туризма в Забайкальском крае. Туристские ресурсы для развития данного вида туризма разделены на группы, выявлены наиболее перспективные туристские продукты для развития этнографического туризма.

**Ключевые слова:** этнографический туризм, этнографический тур, Забайкальский край, этнографический фестиваль

*Olga Alexandrovna Lyakh,  
Senior Lecturer,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Current State and Prospects of Ethnic Tourism Development in Zabaikalsky Region**

The article deals with current state of ethnic tourism in Zabaikalsky region. All tourist resources are divided into several groups, and among them most perspective tour products are highlighted.

**Keywords:** ethnic tourism, ethnic tours, Zabaikalsky region, ethnic festivals

В современном мире этнографический туризм приобретает особую популярность, ведь именно этот вид туризма позволяет погрузиться в конкретную среду, а не изучать традиции и культуру различных этносов из книг или телепередач. Забайкальский край – территория особого этнографического значения, обладающая потенциалом для развития этнографического туризма, но в связи с экономическими и другими трудностями, существующими в крае, этнографический туризм развивается локально и довольно медленно.

Чтобы оценить текущее состояние краевого этнотуризма, а также планы и проекты развития на ближайшее время, мы разделим все этнографические объекты и мероприятия, так или иначе интересные туристам, на четыре группы: этнографические туры, маршруты и экскурсии, этнографические фестивали и конкурсы,

музейные комплексы и туристические базы, этнические праздники, события и мероприятия, связанные с сохранением культурных ценностей народов Забайкальского края.

Рассмотрим в рамках данной статьи наиболее перспективные мероприятия, маршруты и объекты. Хотелось бы указать на то, что некоторые объекты и мероприятия не являются сугубо этнографическими, а могут лишь служить потенциалом к развитию этнотуризма в Забайкальском крае.

*Этнографические туры, маршруты и экскурсии.*

Агротуризм в с. Чара «В гости к Белому оленю». Данный тур предполагает приём туристов и туристических групп на оленеводческих стоянках, знакомство с жизнью, бытом, работой оленеводов (туристы питаются и проживают самостоятельно, находясь рядом с хозяйством).

Тур «Друзья Белого оленя» предполагает участие в производственной деятельности хозяйства: работе по уходу за оленями, охоте, рыбалке, сбору дикоросов и даёт возможность туристам почувствовать себя, на короткое время, оленеводом-охотником. Туристам нужно иметь в виду, что туры совершаются в горно-таёжных условиях северного Забайкалья и сопряжены с элементами экстремального характера, но доступны для любого здорового человека без специальных навыков.

Оленеводческие хозяйства, участвующие в обоих турах, находятся на территории Каларского района Забайкальского края. Район связан авиационным (через г. Читу) и железнодорожным сообщениями с другими регионами России [7].

Тур «Тропами эвенков», организатором которого является туристическая фирма Читы «Русь-тур». Это пеший этнографический маршрут, во время которого организовывается встреча с оленеводами из родового хозяйства «Тора», знакомство, загрузка оленей и по нартовской тропе туристы отправляются вверх по долине реки Верхний Сакукан. Проходя мимо Жертвенного дерева (шаман-дерева) каждый турист, по поверьям эвенков, должен оставить возле него какой-нибудь небольшой подарок. Подходя к границе участка, огороженного изгородью, каждый участник группы проходит обряд очищения. Далее путь лежит через реку Верхний Сакукан, которые участники проделывают летом верхом на олене, а зимой по льду реки на нартах [4].

Туры в национальный парк «Алханай» организуют около 90 % всех туристических фирм Забайкальского края. Алханай яв-

ляется одной из трёх основных священных вершин тибето-монгольского буддизма. На территории парка для туристов работает большое количество турбаз и кемпингов. Турбазы обустроены деревянными домиками, местами для костра, умывальниками, столами и скамейками. Можно жить в войлочной юрте или установить палатку, есть бани, где можно попариться после пешего похода и кафе, где можно перекусить.

Тур в Красный Чикой – одно из старейших и красивейших сел Забайкалья – предлагают многие турфирмы города. Приглашая туристов в Красный Чикой и окрестные сёла, организаторы туров предлагают познакомиться с обычаями и традициями, фольклором и настоящей русской кухней семейских (старообрядцев) [5].

Турмаршрут «Калейдоскоп традиций». Тур затрагивает не только старообрядчество, но и буддизм и православие. Во время маршрута туристы посетят Красночикийский историко-этнографический музей им. Н. В. Гладких, музей «Дом-усадебная крестьянина семейского» с. Архангельское, Бурсамонский дуган, Чикойский Иоано-Предтеченский монастырь [5].

#### *Этнографические фестивали и конкурсы.*

Ярким примером сохранения и популяризации нематериального культурного наследия, традиционной культуры является проведение в с. Красный Чикой Межрегионального фестиваля культуры семейских – старообрядцев «Семейская круговая». Фестиваль проводится с 2012 г. В нем принимают участие национальные творческие коллективы из Забайкальского края, Республики Бурятия, КНР (г. Эргуна), в том числе детские. Ежегодно средняя численность участников составляет 30 коллективов. Данный фестиваль обладает наибольшим туристским потенциалом, поскольку имеет сформировавшиеся традиции проведения, межрегиональную и даже международную значимость и входит в число приоритетных проектов государственной программы Забайкальского края «Развитие международной, внешнеэкономической деятельности и туризма в Забайкальском крае (2014–2020 годы)».

Межрегиональный фестиваль казачьей культуры «Забайкальскому краю – любо!» проводится в пгт. Приаргунск Приаргунского района Забайкальского края. Фестиваль проводится в целях сохранения, развития и популяризации самобытной казачьей музыкально-песенной, танцевальной, вокальной, инструментальной, празднично-обрядовой, семейно-бытовой культуры, представляющей исключительную ценность с исторической, художественной и

эстетической точек зрения. Мероприятия в рамках фестиваля направлены на освоение лучших традиций казачества, выявление новых творческих коллективов и солистов, исполнителей, расширение их репертуарного диапазона, обмен опытом творческой деятельности.

Административный центр Ононского района – село Нижний Цасучей приглашает лучшие этнические коллективы на этноэкологический фестиваль «Онон: связь времен и народов». Перед фестивалем стоит несколько задач: развитие интереса к традиционной культуре, укрепление межэтнических и межконфессиональных связей, выявление самобытных коллективов и исполнителей Забайкальского края, привлечение внимания к изучению, защите и сохранению истории, культуры и природы Приононья.

Открытый этнокультурный фестиваль коренных малочисленных народов Севера «Мотивы Севера» в с. Чапо-Олого Каларского района. Жители села, Центр национальной культуры, родовые хозяйства и оленеводческие общины познакомят гостей фестиваля с самобытной культурой и традиционным бытом эвенков. Целью фестиваля является приобщение населения к эвенкийской культуре, формирование уважения и интереса к эвенкийскому языку, традициям и обычаям.

Межрегиональный фестиваль русского городского фольклора «Успенский фестиваль на Нерче» один из немногих фестивалей, в котором задействованы все сферы города – культура и спорт, медицина, образование, железная дорога. Благодаря чему фестиваль приобретает свой неповторимый колорит и уважение к местным культурным и историческим традициям.

*Этнические праздники и события, связанные с сохранением культурных ценностей народов Забайкальского края.*

Праздник Белого месяца – Сагаалган символизирует обновление природы и человека и открывает новый год по лунному календарю. В России Белый месяц широко празднуется в Бурятии, Калмыкии, Туве, в Алтайском и Забайкальском краях.

«День Оленя» в с. Тупик Тунгиро-Олёкминского района. Празднование дня охотников и оленеводов непременно предусматривает: эвенкийские песни и обряды, национальные сувениры, гонки на оленях и снегоходах «Буран», а также другие весёлые состязания.

Большой этнографический диктант позволяет оценить уровень этнографической грамотности населения, их знания о наро-

дах, проживающих в России, а также привлечь внимание к этнографии как науке, занимающей важное место в гармонизации межэтнических отношений.

*Музейные комплексы и туристические базы.*

Этнографический парк «Вместе мы сила!» открывшийся на территории театра национальных культур «Забайкальские узоры» в Чите. На площадке в натуральную величину построены национальные комплексы: «Русское подворье», «Бурятская юрта», «Чайхана», «Чум», «Цыганская кибитка».

Туристско-рекреационный комплекс «Русская деревня» находится в пгт. Забайкальск Забайкальского района Забайкальского края. Туркомплекс в первую очередь предназначен для привлечения китайских туристов, приезжающих в приграничный город Маньчжурию. Согласно данным МИД РФ только 28 тысяч из 5,5 миллиона туристов из центрального и южного Китая отправились в Забайкалье после посещения приграничного города Маньчжурия в 2015г. [3]. Таким образом, при должном внимании со стороны государственных органов данный туркомплекс может стать местом притяжения многочисленных китайских туристов. Туркомплекс находится на этапе строительства, ввод первоочередных объектов намечен на 2017 г. В комплексе туристам предлагаются: гостиницы, концертные залы, художественные галереи, магазины, кафе, рестораны, музей под открытым небом, деловой центр с конференц-залом, построенные за счет внебюджетных средств [6].

Туристический центр «Тропою Чингисхана» создан в селе Курулга Акшинского района – одном из мест обитания хамнеган. В августе 2013 г. здесь открыли вновь построенный буддистский храм. В будущем планируется строительство дощатых гостевых домиков, бревенчатых жилых домов, бани и установка юрт. Сотрудники нового турцентра проводят пешие и конные походы по тропам, где «живут» местные божества.

Туристическая база «Юсэн Туг» в с. Токчин Дульдургинского района Забайкальского края. Турбаза расположена на берегу реки Онон месте, где проходили значимые исторические события монгольской истории XIII в. Особенное исполнение туристического комплекса направлено на отражение историко-культурной уникальности Забайкальского края и Центральной Азии. Турбаза «Юсэн Туг» рассчитана на туристов предпочитающих комфорт и тишину, свежий воздух, купание и пляж, спортивную рыбалку, езду на лошадях, сплав на лодках.

При изучении состояния этнографического туризма в Забайкальском крае мы можем сделать несколько выводов:

туристические фирмы, а также фирмы занимающиеся сохранением и продвижением культурных ценностей определённого народа могут предложить туристам минимальное количество этнографических туров, прежде всего это связано с недостатком денежных средств для развития туристской инфраструктуры;

этнографические фестивали и конкурсы являются наиболее популярными мероприятиями по привлечению туристов в край, их целью является сохранение и популяризация культур местных народов. Большинство фестивалей проводятся на регулярной основе, ежегодно привлекая все большее внимание общественности;

у каждого этноса и субэтноса есть свой календарь праздников и важных событий, но из них лишь единицы сопровождаются массовыми мероприятиями, зачастую проводятся они в рамках фестивалей;

туристических баз и комплексов этнографического профиля на территории края очень мало. Связано это с экономическими проблемами тех, кто организывает этнокомплексы, так и тех, кто желает их посетить, а также географической труднодоступностью некоторых районов края (особенно северных).

Изучив настоящее состояние этнографического туризма в Забайкальском крае, мы можем выделить наиболее перспективные направления.

Направления так или иначе связанные с буддизмом: поездки на г. Алханай и в крупные буддистские дацаны Забайкалья, проведение Праздника Белого Месяца – Сагаалгана. Их перспектива связана прежде всего с тем, что Забайкалье – край народов, относящих себя к буддистской религиозной группе, кроме того здесь находятся старинные святыни буддизма как регионального, так и мирового значения.

Туры и маршруты, знакомящие туристов с культурой и бытом эвенков. Например, фестиваль «Мотивы Севера» и тур «В гости к Белому оленю». Эвенки – коренной этнос Забайкалья, он привлекает своей отдаленностью и труднодоступностью, однако развитие этого направления требует больших финансовых вложений; стоимость подобных туров достаточно высока.

Не менее, а в некоторых аспектах даже более перспективным направлением этнотуризма в Забайкалье являются семейские. Туры в Красный Чикой, фестиваль «Семейская круговая» ежегод-

но привлекают внимание тысяч туристов из различных уголков России и мира, а при правильном подходе к развитию данного направления оно может стать ещё более популярным.

Ещё одним направлением имеющим перспективу развития являются туры, знакомящие туристов с культурой и бытом русских и казаков. Это направление стоит рассматривать со стороны въездного туризма т. к. оно имеет большой интерес у туристов из КНР и других стран Азии. Однако, при правильном позиционировании и продвижении это направление можно сделать интересным и для местных жителей.

Таким образом, мы можем утверждать, что Забайкальский край – это регион с большим количеством природных и культурных (материальных и нематериальных) ресурсов, которые увеличивают потенциал развития этнографического туризма Забайкалья и при правильном их использовании туриндустирию региона может ожидать стремительное развитие.

#### *Список литературы*

1. Зенкова Т., Закаблукковская Н. Семейская круговая // Время культуры. 2014. № 1. С. 70–77.
2. Красный Чикой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.flamingo-tour.com> (дата обращения: 12.11.2017).
3. Лишь 0,51 % китайских туристов посетили Забайкалье после Маньчжурии в 2015 г. МИД [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chita.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
4. Познавательные туры [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.visitchita.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
5. Туризм по реке Чикой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.brizchita.com> (дата обращения: 11.11.2017).
6. Туристско-рекреационный комплекс «Русская деревня» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 12.10.2017).
7. Фестивали и конкурсы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culture/heritage.html.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
8. Центр агротуризма «Белый олень» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.whitedeer.ru/tour2014.html> (дата обращения: 12.11.2017).

УДК 332.122

**Дмитрий Олегович Гольм,**

*канд. геогр. наук, доцент,*

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
промышленных технологий и дизайна,*

*Санкт-Петербург, Россия*

### **Ленинградская область как дестинация для реализации краеведческой составляющей туристской деятельности**

В статье рассматриваются особенности Ленинградской области как туристского региона, характеризуются условия для развития туристско-краеведческой деятельности в области, приводятся примеры разработанных туристских маршрутов, программ и проектов развития различных видов туризма в области.

**Ключевые слова:** регион, дестинация, туризм, краеведение, туристско-краеведческая деятельность

**Dmitry Olegovich Gholm,**

*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*

*Saint Petersburg State University of Industrial Technology and Design,*

*Saint-Petersburg, Russia*

### **Leningrad Region as a Destination for the Realization of the Regional Study Component of Tourism Activities**

The article discusses the features of the Leningrad region as tourist region, the conditions for the development of tourism and local history activity in the region are characterized, the examples of developed tourist routes, programs and projects of the development of different types of tourism in the region are given.

**Keywords:** region, destination, tourism, local history, tourist and local lore activity

Ленинградская область – один из интересных и необычных регионов России. Область расположена на северо-западе страны, на территории, которая исторически была постоянным предметом спора между шведами и русичами и периодически переходила от одних к другим, вследствие чего регион приобрел множество европейских черт, сумев, одновременно с этим, сохранить свою самобытность, что делает очень интересной туристско-краеведческую деятельность в области, обладающей значительным туристско-ре-

креационным потенциалом, который освоен далеко не полностью по многим причинам, в том числе вследствие того, что значительную часть туристов, приезжающих в регион, привлекает, прежде всего, Санкт-Петербург – одна из мощнейших туристских дестинаций нашей страны. При этом, с одной стороны, Санкт-Петербург – административный центр Ленинградской области, с другой – самостоятельный субъект федерации – город федерального значения.

Краеведение, как известно, предполагает комплексное изучение территории, при котором процессы и явления в окружающем мире, под которым подразумевается территория, доступная непосредственному изучению и исследованию, рассматриваются не изолированно друг от друга, а во взаимосвязи и в динамике. Именно поэтому такие понятия, как «туризм» и «краеведение» во многом взаимосвязаны. Туризм, включающий множество направлений, является одним из основных способов познания родного края, страны. Туризм и краеведение способствуют, помимо познания родного края, накоплению опыта регулирования взаимоотношений между туристской индустрией и объектами природного и культурного наследия.

Ленинградская область, как туристский регион, представляет интерес для развития самых разнообразных видов туризма, прежде всего для жителей самой области и Санкт-Петербурга, ведь на её территории сосредоточено более 4700 объектов культурного наследия различного значения, включая уникальные памятники древнерусского зодчества, единственный в России образец средневекового западноевропейского фортификационного искусства в Выборге, монастырские ансамбли, дворянские усадьбы. Особое место занимают мемориалы, такие, как «Зеленый пояс Славы», «Дорога жизни» и др.

На официальном туристском портале Ленинградской области [1] указывается 5 причин посетить Ленинградскую область: прогуляться по усадьбам Ленинградской области; отдохнуть в пансионате на каком-либо из живописнейших озер Карельского перешейка; приобщиться к истории Древней Руси; съездить в Выборг, побродить по старинным мощным улочкам; полюбоваться Гатчиной. Как основные виды туризма в области называются следующие: культурно-познавательный, религиозный, военно-патриотический, событийный, детско-юношеский, водный, рекреационный, активный. Согласно статистике, наиболее посещаемыми в области

являются Выборгский, Приозерский и Волховский муниципальные районы, что связано с аттрактивностью расположенных на их территориях памятников культурно-исторического наследия и различными формами активного отдыха на природе. Большую роль в обеспечении комфортной информационной среды для туристов обеспечивается сетью туристско-информационных центров области.

На территории современной Ленинградской области издавна проживало большое количество различных племён. Многие сохранившиеся народности в настоящее время, возвращаясь к своим истокам, организуют праздники и фестивали с фольклорной составляющей, возрождают ремесла, что способствует развитию этнографического и событийного туризма. В различных поселениях области работают этнографические музеи, создаются этнографические центры, проводятся встречи, концерты, праздники, фестивали.

Большое значение в связке «туризм – краеведение» имеет тот факт, что Ленинградская область обладает значительным потенциалом для развития экологического туризма. Как известно, экотуризм – вид туризма, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой в целях получения об особенностях местности. Побудительными мотивами для данного вида путешествий являются желание людей общаться с природой, знакомство с особенностями жизнедеятельности местного населения, различными природосберегающими технологиями. На территории Ленинградской области сосредоточены многообразные природные ресурсы – лиственные и хвойные леса, разветвленная озерно-речная система, красивейшие ландшафты, гранитные скалы, пещеры, песчаные дюны, разнообразный растительный и животный мир. Большие возможности для развития экотуризма предоставляют 46 особо охраняемых природных территорий области.

Новым брендом российского туризма является туристский маршрут по городам Северо-Запада «Серебряное ожерелье России», включающий самые исторически значимые области и города региона. Одной из самых исторически значимых территорий маршрута является Ленинградская область. В маршрут включены такие объекты, как Шлиссельбург с крепостью Орешек, Гоморовичи с часовней Николая Чудотворца, Лодейное поле, Верхние Мандроги, Гладышевский заказник, Тихвин, Выборг, Старая Ладога, Ивангород, Приозёрск.

В рамках «Серебряного ожерелья России» по территории области разработаны маршруты «Петровские города» (объединен идеей знакомства с городами, образованными по указам императора Петра I), «По святым местам» (в данный маршрут объединены древнейшие, крупнейшие монастыри и святыни Северо-Западного региона), «Деревянное зодчество» (маршрут объединяет уникальные памятники деревянного зодчества XV-XVII веков – храмы, сохранившиеся до настоящего времени на месте их постройки), «По Императорской дороге» (маршрут объединяет исторические достопримечательности по дорогам проложенным по указам русских императоров. Первая – гужевая дорога, соединяющая Новгород и Санкт-Петербург была проложена по указу Петра I к 1718 г. Вторая – Николаевская железная дорога была построена), «Дворянские усадьбы» (маршрут посвящен усадебной жизни и объединяет бывшие усадьбы известных деятелей культуры, искусства, политической жизни России), «Крепостной щит» (маршрут объединяет крепости Карельского перешейка (крепость Корела и Выборгский замок), «Крепости и храмы», «Твердыни Северо-Запада России» (маршрут объединяет фортификационные сооружения), «Дорога жизни» (маршрут пролегает по сухопутным и путям Дороги жизни и пути эвакуации жителей блокадного Ленинграда), «Города воинской славы» [1].

Активно в области развивается социальный туризм, основными потребителями услуг которого являются учащиеся, пенсионеры, ветераны, инвалиды, многодетные семьи, малоимущие слои населения, т.е лица, получающие поддержку от государственных и иных организаций, в том числе в рамках реализации мероприятий подпрограммы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Ленинградской области» государственной программы Ленинградской области «Стимулирование экономической активности в Ленинградской области» [2].

В плане развития образовательного детского туризма в Ленинградской области реализуется проект «Живые уроки», основной целью которого является изучение родной страны и приобщение к национальным, историко-культурным и природным ценностям государства для обеспечения интеллектуального, духовного, творческого развития, а также патриотического воспитания подрастающего поколения. Это уникальный проект по внедрению туристско-экскурсионных мероприятий в учебные программы общего и профессионального образования с целью «визуализации» и

последующего закрепления знаний по школьным предметам и краеведению. Проект призван дополнить и разнообразить образовательный процесс, показать обучающимся практическое применение изучаемого материала и приобщить учащихся к посещению музеев и других учреждений культуры [3].

Ленинградская область вошла в число пилотных регионов, в которых реализуется проект экскурсионно-образовательного туризма «Живые уроки», участие в котором предполагает единые требования к разработке и описанию туристско-экскурсионных мероприятий, формирование региональных и межрегиональных маршрутов, высокий профессиональный уровень туроператоров, их взаимодействие с образовательными организациями.

В заключение следует отметить, что во многом туризм и краеведение – это части одного целого. Как многие виды туризма неинтересны без краеведческой составляющей, так и краеведение сложно развивать в отрыве от туристской деятельности. Точно также представление о петербургском туристском регионе будет неполным без знакомства с окружающими его территориями, в первую очередь, с Ленинградской областью, большое значение для развития туризма в которой имеет краеведческая деятельность.

#### *Список литературы*

1. Официальный туристский портал Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lentravel.ru> (дата обращения: 01.11.2017).
2. Постановление Правительства Ленинградской области от 14.11.2013 г. № 394 (ред. от 22.12.2014 г.) «Об утверждении государственной программы Ленинградской области «Стимулирование экономической активности Ленинградской области» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.11.2017).
3. Проект экскурсионно-образовательного туризма «Живые уроки». Ленинградская область [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uroki-lenobl.ru> (дата обращения: 01.11.2017).

УДК 9.908.527. 656.6.

*Мария Сергеевна Журавлева,*

*студентка,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

*Анастасия Дмитриевна Тарасенко,*

*студентка,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

### **Начало развития быстроходного судоходства на оз. Байкал**

Статья посвящена истории начала развития быстроходного судоходства на озере Байкал. Проанализированы этапы транспортировки быстроходного судна «Комета-4».

**Ключевые слова:** Иркутск, Байкал, быстроходные суда, подводные крылья, «Комета-4», речное пароходство

*Maria Sergeevna Zhuravleva,*

*Student,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

*Anastasia Dmitrievna Tarasenko,*

*Student,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

### **The Beginning of the High-Speed Navigation Development on Lake Baikal**

The article is devoted to the history of the beginning of high-speed navigation development on Lake Baikal. The stages of transportation of the high-speed vessel “Kometa-4” are analyzed.

**Keywords:** Irkutsk, Baikal, high-speed vessel, hydrofoils, «Cometa-4», river shipping

Внимание к Байкалу значительно увеличилось после официального признания его одним из чудес России. Сегодня озеро Байкал стоит в рейтинге самых востребованных маршрутов путешественников, соответственно увеличивается нагрузка на иркутские туристские принимающие организации. Каждый турист желает ощутить свежесть озера, увидеть прозрачность воды, прочувствовать великолепную природу. Особенно яркие впечатления остаются

ся после прогулок по водному зеркалу Байкала, для которых предоставляются различные суда.

Теплоходов, предлагающих свои услуги для прогулки по Байкалу, достаточно много. Но, в основном, они предлагают прогулки на незначительные расстояния, так как имеют небольшую скорость для маршрутов большей протяженности. Туристам, желающим увидеть много байкальских достопримечательностей, нужны быстроходные суда, чтобы сократить время в пути и познакомиться с природой.

Быстроходные суда нужны для передвижения и жителям прибрежных поселений, например, острова Ольхон и Нижнеангарска.

Со временем старые малоэффективные суда заменяются новыми, имеющими более высокие технико-экономические показатели. К таким теплоходам – «ветеранам» относится теплоход «Комсомолец», который передвигался по байкальским водам со скоростью 20 км/ч [5]. По словам первого капитана «Кометы-4» Вальковского Владимира Леонидовича, для Байкала необходимы были морские быстроходные суда, особенно в северные и труднодоступные районы области, где отсутствуют надёжные сухопутные пути. Единственный пассажирский теплоход «Комсомолец» уже не справлялся с перевозкой людей на Байкале [5]. Современное морское судно на подводных крыльях «Комета» было способно развивать скорость до 60 км/ч, поэтому встал вопрос о появлении его на Байкале.

Нужное судно появилось в 70-х годах XX века в Феодосии, на Крымском полуострове на судостроительном заводе. Иркутское судостроение решило приобрести быстроходную «Комету». Её транспортировка заняла два года<sup>1</sup>.

К 1975 г. в России было уже четыре судна на подводных крыльях. По воспоминаниям капитана Вальковского В. Л., одно из них осталось на Черном море, другое ушло за границу, о судьбе третьего он мало что помнит, и четвёртое судно было отправлено на Байкал.

---

<sup>1</sup> Данные о консультанте: *Вальковский Владимир Леонидович* 1939 года рождения (26 января). Место рождения – г. Калуга. Образование - средне-техническое – специальность речной техник; Новосибирский институт речного транспорта; специальность – инженер-эксплуатационник. После окончания высшего учебного заведения выбрал работу на р. Ангаре, где штурманом парохода «Валерий Чкалов», став впоследствии капитаном этого же судна. Затем, в течение 5 лет работал капитаном-дублером на «Метеоре», судне, ходившем по маршруту Иркутск-Братск (1970-1975 гг.).

Путь «Кометы-4» из Феодосии до Байкала происходил в VI этапов.

В июле 1973 г. судно «своим ходом» отправилось с территории завода по Азовскому морю и 60 км по реке Дон до Ростова-на-Дону. Это был I этап доставки судна на Байкал.

II этап транспортировки: от Ростова-на-Дону до г. Архангельск. Путь проходил через Волгоград, Саратов, Самару, Казань, Нижний Новгород, Ярославль, Рыбинское водохранилище, Онежское море, Ладожское озеро, Белое море. Было пройдено два рудоотводных канала: Волго-Донской и Волго-Балтийский.

В Ростове «Комету-4» подняли краном, погрузили на лихтер и с помощью другого теплохода доставили её в город Архангельск [2]. Несмотря на большие размеры, судно перевозили собранным, убраны были только крылья.

III этап транспортировки судна: от Архангельска до бухты Тикси по морям Северно-Ледовитого океана (Белое море, Карское море, море Лаптевых). В Архангельске морское судно взяло на буксир лихтер с «Кометой-4», и дальнейший путь пролегал уже по северному морскому пути, покрытому льдом. Впереди шёл ледокол, который таранил льды и вёл буксир с «Кометой-4». Так добрались до реки Лена.

IV этапом была перевозка «Кометы-4» из бухты Тикси по реке Лена. В поселок Качуг добрались глубокой осенью. Там «Комету-4» ожидал трейлер, на который судно перегрузили и доставили в деревню Косая Степь. Там же остались зимовать до времени, пока не растает лёд на Байкале.

Весной 1974 г. судно погрузили на трейлер, и началась транспортировка в бухту Ая. Это был технически сложный и трудоёмкий V этап. Передвигались по сухопутному пути медленно. Трейлер тянули два трактора. Скорость передвижения была примерно 5 км/ч. Все сопровождающие перевозку судна (примерно 14–16 человек) шли рядом. Они выполняли сложные работы по продвижению трейлера с грузом по труднопроходимым местам. Например, когда груз провозили по мосту, рабочие предварительно устанавливали дополнительные подпорки, так как мост не был рассчитан на такой большой вес. Там, где дорога была труднопроходимой для провоза груза, её дополнительно подсыпали.

В бухте Ая судно встречали корреспондент, руководитель экспедиции перевозки по суше Андрулайтис Каземир и начальник Восточно-Сибирского пароходства Скупов В. Д.

Там же была баржа, на которую была перегружена «Комета-4» для транспортировки её в порт Байкал. Это был VI завершающий этап доставки «Кометы-4» до порта Байкал. Тянул баржу с судном теплоход «Невский». Шли по Байкалу двое суток. В порту смонтировали подводные крылья и опустили на воду.

Подготовка к первому рейсу длилась месяц, а затем «Комета-4» отправилась на север Байкала, где впоследствии вырос город Северобайкальск. С 1975 г. начались регулярные рейсы «Кометы-4» на линии порт Байкал – Северобайкальск протяжённостью 610 км с ночными стоянками в конечных пунктах.

Прослужила «Комета-4» жителям прибайкальского региона 20 лет до 1995 г. Сегодня судно находится в нерабочем состоянии в микрорайоне Солнечный.

В настоящее время по Байкалу ходит «Комета-15». Привезена, по воспоминаниям В. Л. Вальковского, примерно в 1978 г., и на перевозку ушло значительно меньше времени. Строили судно в Грузии в городе Потти.

Олег Иннокентьевич Сизых, работавший капитаном теплохода «Маяк» до 2016 г., рассказал, что сегодня быстроходных судов немного, а именно семь судов на подводных крыльях. Для обслуживания туристов используются и другие суда – значительно меньшей скорости<sup>1</sup>.

Приход быстроходных судов на Байкал был вызван необходимостью реализации федеральной целевой программы по строительству БАМа и обеспечения пассажирских перевозок жителей посёлков. Это было необходимо для перевозки грузов, обеспечения товаров народного потребления прибрежного населения.

В связи с тем, что доставка «Кометы-4» была делом государственной важности, участники сложной перевозки судна в течение двух лет выполняли эту важную миссию вдали от семьи, несмотря на различную погоду и не всегда комфортные условия проживания.

Несмотря на большие временные и финансовые затраты на перевозку «Кометы-4», как показало время они были оправданы. Её появление значительно облегчило перевозку пассажиров по Байкалу за счёт сокращения времени в пути [2]. Это было актуально как в период строительства БАМа, так и в настоящее время – время стремительного развития туристического бизнеса на озере Байкал.

---

<sup>1</sup> Консультант: Сизых Олег Иннокентьевич 1962 г. рождения.

*Список литературы*

1. Попов А. «Комета» на Байкале // Речной транспорт. 1979. № 8. С. 28.
2. Советский арктический лихтеровоз «Севморпуть» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.korabley.net/news](http://www.korabley.net/news) (дата обращения: 15.11.2017).

**УДК 338.486:711.2**

***Оксана Валерьевна Ивлева,***

*канд. пед. наук, доцент,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
г. Калининград, Россия*

***Полина Викторовна Ушанова,***

*студент,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
г. Калининград, Россия*

**Туристско-рекреационный потенциал посёлка  
Железнодорожный Калининградской области**

В исследовании проанализированы культурно-историческое наследие, современное состояние и перспективы развития туристской инфраструктуры в поселке городского типа Железнодорожный (бывший Гердауэн) Калининградской области.

***Ключевые слова:*** туризм, туристская инфраструктура, культурно-историческое наследие

***Oksana Valerievna Ivleva,***

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

***Polina Viktorovna Ushanova***

*Student  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

**Tourist-Recreational Potential of the Urban Type Settlement  
Zheleznodorozhny in Kaliningrad Region**

The study analyzes the cultural and historical heritage, the current state and prospects of the development of the tourist infrastructure in the urban type settlement Zheleznodorozhny (formerly Gerdauen) in the Kaliningrad region.

***Keywords:*** tourism, tourist infrastructure, cultural and historical heritage

Сфера туризма приобретает всё большее значение для Калининградской области. Это уникальный регион не только с точки

зрения геополитического положения, но и с точки зрения сочетания архитектурных стилей. Путешествуя по области, можно столкнуться с готикой, ренессансом, барокко, классицизмом и т. д. Наряду со стилями XV–XIX веков можно увидеть и советскую застройку. Диффузия культур ощущается на каждом шагу. Это уникальное сочетание и привлекает туристов своей разнообразностью и богатой историей.

В Калининградской области насчитывается большое количество населённых пунктов, в которых расположены здания бывших немецких кирх или орденских замков, но самым колоритным из них является посёлок городского типа Железнодорожный, сохранивший как ни один другой городок следы истории.

Территория нынешнего посёлка была заселена еще в IX–XII вв. и находилась в прусской земле Бартия, а в XIV веке здесь появился город Гердауэн. Название населённого пункта происходит от имени знаменитого прусского вождя Гирдава, который, приняв христианство, встал под защиту Тевтонского ордена, тем самым отдав территорию в его владение. С 1325 г., когда рыцарь Тевтонского ордена Генрих фон Айзенберг построил на месте прежних укреплений замок и плотину, город стал расширяться: построена кирха, в 1409 г. открыта школа, в XV веке завершилось обустройство оборонительных сооружений [1].

На начало XVIII в. в Гердауэне насчитывалось 50 пивоваренных заводов. В 1909 г. была построена замковая мельница.

Во время Первой Мировой войны центральная часть города была разрушена (чудом не пострадала кирха), но под руководством архитектора Хайнца Штоффрегена в 1916–1918 г. г. Гердауэн был восстановлен. Поселок почти не пострадал во время Второй Мировой войны, а потому его улицы хранят память прошлых веков.

Посёлок находится на юго-западе Калининградского региона в 76 км от областного центра, в 23 км от районного центра – г. Правдинска, на р. Железнодорожная (бассейн р. Преголя), в непосредственной близости от государственной границы РФ с Республикой Польша [2].

На туристическом рынке Калининградской области существует только 3 фирмы, которые предоставляют экскурсионные туры через посёлок Железнодорожный. Это две похожие экскурсии «Наполеон в Восточной Пруссии» и «По следам Наполеона», в которых туристам показывают основные места сражений армии Наполеона, с посещением городов: Багратионовск, Правдинск,

Железнодорожный, Гусев и Озерск. Третья экскурсия предлагает туристам непосредственно поездку в Правдинск и Железнодорожный, также в рамках этого тура предусмотрена небольшая обзорная экскурсия по калининградским достопримечательностям.

Исходя из вышеизложенного, можно предположить, что посёлок Железнодорожный не рассматривается турфирмами как место, достойное туристического показа, чему служит ряд причин:

- большая удалённость от центра области – города Калининграда;
- неразвитая туристическая инфраструктура;
- отсутствие рекламной компании по продвижению посёлка в туристической индустрии.

Тем не менее, посёлок обладает большим потенциалом для развития его как популярного туристического направления. Для туристического показа могут служить целый ряд исторических достопримечательностей:

1. Замок Гердауэн (XIV века).
2. Замковая мельница.
3. Здание Рагуши (Крайсхауса).
4. Орденская кирха (XV века).
5. Здание пивзавода «Киндерхоф».
6. Водонапорные башни Гердауэна.
7. Историческая застройка посёлка.
8. Больница «Катионов».
9. Шлюз Мазурского канала (пос. Озерки) [3].

К сожалению, в посёлке есть проблема со средствами размещения туристов, функционирует только один гостевой дом – «Старая мельница», который располагается в здании, принадлежавшей бывшей водяной мельнице, и небольшой низине правого берега р. Железнодорожная.

Также сложности для туристов вызывают объекты питания, совершенно не доступна информация о точках питания, таких как: кафе «Татьяна» и кафе-бар «Кристалл». Эти места общественного питания расположены в центре посёлка Железнодорожный, но никакой рекламы в сети Интернет не имеют.

В СССР в Железнодорожном функционировал крупный железнодорожный погранпереход, где европейская узкоколейная железная дорога входила на территорию РСФСР. На сегодняшний день до товарной станции Черняховск узкая колея продолжается, но параллельно ей идёт линия с широкой колеёй. С момента распа-

да СССР значение железнодорожного перехода снизилось, поэтому с 2010 г. пассажирские перевозки прекратились.

В 2017 г. был открыт новый транспортный коридор «Европа – Россия – Китай» через Калининградскую область, который проходит через пос. Железнодорожный, названный «Новый Шелковый путь». Это является главной причиной увеличения транспортных перевозок через посёлок, следовательно, и сам п. Железнодорожный становится объектом повышенного туристического интереса не только для местных жителей, но и для туристов из основной части России и зарубежья.

Подводя итог, можно сделать вывод, что посёлок городского типа Железнодорожный имеет большой туристический потенциал. Но на сегодняшний день туристическая инфраструктура не позволяет его реализовать в полном объеме. С правильной политикой главы муниципалитета и администрации Калининградской области, посёлок станет своеобразной жемчужиной, образцом старого немецкого городка в современной России.

#### *Список литературы*

1. Акунов В. В. История Тевтонского ордена. Сер. История орденов и тайных обществ. Издательство: Вече, 2012. 148 с.
2. Попадин А. Н. Малые города Калининградской области: энцикл. справ. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.gako2006.narod.ru> (дата обращения: 06.11.2017).
3. Рогачевский А. Л. К истории городского землевладения в средневековой Пруссии: грамота Тевтонского ордена г. Гердауэну 1407 г. (из Берлинского архива) // Старая Европа. Очерки истории общества и культуры. Памяти Александра Николаевича Немилова: сб. науч. ст. / под ред. А. Ю. Прокопьева. СПб., 2011. С. 28–33.

**УДК 502.7:574**

*Дмитрий Евгеньевич Раздобарин,*

*магистрант,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

### **Создание туристического ресурса по наблюдению за дикими животными в естественной среде обитания «зоопарк без границ»**

Были проведены работы по выявлению фактической численности и мест обитания диких животных на оз. Байкал (пролив Малое Море), территория НУП Сарма. На основе полученных данных была разработана

концепция – создание комплекса по наблюдению за дикими животными, используя современные технологии.

**Ключевые слова:** сафари, наблюдение за дикими животными, экотуризм, беспилотный летательный аппарат, БПЛА, оз., Байкал, биотуризм

***Dmitriy Evgenievich Razdobarin,***

*Master's Degree Student,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

### **Creation of a Tourist Resource for Monitoring Wild Animals in the Natural Habitat “Zoo Without Borders”**

The work was carried out to identify the actual number and habitats of wild animals on Lake Baikal (Maloye More Strait), the territory of Sarma. Based on the data obtained, the concept was developed – the creation of a complex for monitoring wild animals using modern technologies.

**Keywords:** safari, observation of wild animals, ecotourism, drone, lake Baikal, wildlife tourism

По оценкам правительства Шотландии ежегодные доходы от экологического туризма в экономику страны составляют 65 млн фунтов стерлингов [1]. Согласно исследованиям, проведённым природоохранной организацией Conservation International, число экологических туристов в мире ежегодно увеличивается на 20–30 %, тогда как ряды всех других туристов за это время пополняются только на 5 %.

По прогнозам UNWTO, к 2020 г. число туристов в мире увеличится вдвое, экотуризм охватит уже 25 % всего туристического рынка. По данным Всемирного фонда дикой природы (WWF), в Канаде только прямые налоговые отчисления от экотуристической деятельности (1,7 млрд долларов) в пять раз превышают все расходы этой страны (300 млн долларов) на охрану природы.

К разделам экотуризма относят наблюдение за дикими животными в их естественной среде обитания. Это является одним из наиболее популярных видов деятельности экотуристов [4].

Наблюдение за животными в сегменте экологического туризма широко распространено в Великобритании. Туристов уже не так интересуют зоопарки страны – им любопытно увидеть животных в их естественной среде обитания. Для этого многие отправляются в Шотландию, где появляется все больше возможностей для комфортного наблюдения за дикой природой. Организация Wild Scotland отмечает, что 2008 г. оказался удачным для этой об-

ласти туризма. В экономику Шотландии любители дикой природы внесли свыше 13 млн долларов [1]. Бурно развивается коммерческое наблюдение за морскими млекопитающими.

В 2000 г. около 10 млн человек заплатили порядка 1,25 млрд долл. США, посетив коммерческие туры наблюдений за китообразными. С 1991 по 1998 г. этот вид туризма рос по 12 % в год. Это в 3 раза быстрее, чем весь туристический бизнес в целом.

В США за дикими животными в естественных условиях наблюдают ежегодно 62 миллиона человек, их экономический вклад составляет 29 млрд. долларов. Всего в стране 122 млн охотников-любителей, рыболовов и наблюдателей за дикими животными, которые затрачивают на свои занятия около 90 млрд. долларов ежегодно [2].

Наблюдение в дикой природе, на оборудованных смотровых площадках за животными, в особенности за медведями, а также птицами, привлекают ежегодно в район Кайнуу (Финляндия) фотографов более чем из 30 стран мира.

К главным представителям туризма по наблюдению за дикими животными относят несколько направлений Африки: Кения, Занзибар, Ботсвана, Маврикий, Танзания, ЮАР, Зимбабве, Намибия, Уганда. Также в Австралии есть несколько туристических ресурсов по данной тематике: Национальный парк Какаду, заповедник Эль Квестро, Сиднейский парк диких животных.

Развитие экологического туризма в современной России – это одно из перспективных направлений подвидом которого является наблюдение за фауной. При этом путешественники имеют возможность следить за животными, пребывающими в естественной среде обитания. Данный вид туризма формирует знания о природе, животном мире, учит наблюдательности и терпению.

Озеро Байкал является востребованным местом для посещения туристами. Здесь сосредоточено 7 % российских особо охраняемых природных территорий. Популярностью пользуются наблюдение за птицами, животными и растениями (фотоохота), водные, пешие, велосипедные туры. Биологическое разнообразие озера велико. Флора и фауна эндемична на 65 %, насчитывает свыше 400 видов птиц, не менее 97 видов млекопитающих [3]. Основываясь на мировом опыте, предлагается создать новый туристический ресурс для Байкальского региона.

Первым этапом определено наличие видов животных, обитающих на территории Малого моря от д. Шара-Тогот до д. Курма,

включая территорию научно-учебного полигона «Сарма». Совместно с факультетом охотоведения ИГСХА в течение двух лет проводятся зимние маршрутные учеты (ЗМУ). Цель этой работы – установление реального состояния численности животных и мест их обитания на данной территории. В экспедиции участвуют 10 человек. Во время полевых работ пройдено около 160 километров по 14 охотничьим маршрутам, расположенным на Приморском хребте. Выяснилось, что в этом районе обитает порядка 13 видов промысловых животных, часть из которых сосредоточена вблизи населенных пунктов, от 800 метров до 3-х километров от дорог общего пользования. До большинства мест путешественник сможет добраться без посторонней помощи и особой физической подготовки.

На втором этапе планируется отобрать маршруты наиболее привлекательные и перспективные с точки зрения наблюдения за животными в естественной среде. С этой целью необходимо выявить наиболее удачные позиции для наблюдения, определить места для сооружения засидок и подкормки животных. Оформить собранную информацию как паспорт маршрута. При этом требуется использовать оптические приборы (бинокли, зрительные трубы) и съемку на фото/видео аппаратуру с соответствующими объективами, включая современную технику типа фотоловушек, беспилотных летательных аппаратов. При использовании БПЛА в некоторых местах, туристам, которые не могут преодолевать пересеченную местность по причине недостаточной физической подготовки или ограниченных физических возможностях, достаточно будет запустить дрон, который в реальном времени будет передавать картинку на экран устройства (планшет, телефон) и обеспечит наблюдение за животными. Также беспилотный летательный аппарат можно использовать для разведки того или иного места для наблюдения за животными, чтобы понять есть ли они в настоящее время и стоит ли двигаться в данном направлении.

Третий этап – проведение системной работы для концентрации животных в местах наблюдения. Решение этой задачи возможно несколькими способами: выращиванием зерновых культур, заготовкой кормов (сена, веточного корма), устройством солонцов, ремизов, галечников, порхалищ, привады и т. д. Параллельно данной работе будут осуществляться наблюдения за животными, с фиксацией в полевом журнале времени встречи и вида животного.

Также будут сделаны пробные фотографии/видео для определения необходимой композиции, освещения, и ракурса.

Четвертый этап – систематизировать, интерпретировать и оформить результаты работы как туристический ресурс. При этом необходимо составить паспорт маршрута, в котором будет отображена информация о наиболее благоприятном времени и точках для наблюдения за животными; принципами и методами использования инструментария (фото/видео и т. д.), необходимом снаряжении, сложности маршрута.

Решив ряд поставленных задач, будет предложен новый туристический ресурс для Байкальского региона «Зоопарк без границ».

*Список литературы*

1. Волков С. К. Туристская индустрия Шотландии: отличительные признаки и особенности развития // Известия ВолгГТУ, 2010, № 10. С. 129–135.
2. Голубчиков Ю. Н. Оздоровительная составляющая охотничьего туризма // Современные проблемы природопользования, охотоведения и звероводства. 2012. № 1.
3. Русинек О. Т., Тахтеев В. В., Гладкочуб Д. П. Байкаловедение. Новосибирск: Наука, 2012. С. 266–267.
4. Федорова С. Н. Историко-культурный туризм на особо охраняемой природной территории // Научный журнал КубГАУ – Scientific Journal of KubSAU, 2012. № 79. С. 821–830.

**УДК 9.908**

***Ольга Викторовна Самойлова,***

*магистрант,*

*Забайкальский государственный университет,*

*г. Чита, Россия*

**Информационные издания как основа формирования туристского пространства на примере Забайкальского края**

В статье рассматривается специфика разработки путеводителя, его значение как основного источника информации в туризме.

**Ключевые слова:** туризм, путеводитель, Забайкальский край, тревел-бук

*Olga Victorovna Samoylova,  
Master's Degree Student,  
Transbaikal State University  
Chita, Russia*

### **Information publications as a basis of formation of tourist space on the example of Zabaikalsky Region**

The article considers the specifics of guidebook compiling and its importance as the main source of background information in tourism.

**Keywords:** tourism, a guidebook, Zabaikalsky Krai, a travel book

Туризм в настоящее время является одной из наиболее высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. В таких условиях он не может существовать без использования информационных ресурсов. Одними из важнейших ресурсов для туризма являются информационные издания, в частности путеводители.

Путеводитель – это тип справочного издания, носящий прикладной, практический характер, имеющий систематическую структуру или построенного по алфавиту заглавий статей [3]. В нем содержатся краткие сведения о каком-либо географическом пункте, учреждении или мероприятии, расположенные в удобном для просмотра порядке.

Это определение дополняется и уточняется в ГОСТе «Путеводитель – краткое справочное издание с описанием географических, историко-художественных и других сведений о стране, городе, местных достопримечательностях, путях сообщения и т. п., предназначенное, главным образом, туристам» [1].

Путеводитель – это справочное издание, имеющее познавательный характер, предназначенное для пользования широким кругом читателей. Он необходим не только туристам, впервые приезжающим в определенный город или местность, но и самим жителям этого города.

Необходимо выделить основополагающие функции путеводителя в туризме: информативная; коммуникативная; образовательная; рекламная и экономическая.

Отсчет начала создания путеводителей в мировой практике можно вести с их предшественников, которые появились в Древней Греции. Древнегреческий историк Павсаний построил свою книгу «Описание Эллады» по принципу путеводителя.

В этой книге приводится подробное описание достопримечательностей нескольких городов Древней Греции. В Древнем Риме также встречались прообразы путеводителей.

Они носили название дорожников (*itineraria*). Эти издания были двух разных видов: *itineraria adnotata* или *scripta* – описание дорог, которые содержали географические названия и расстояния до пунктов, находившиеся на известном пути, и *itineraria picta*, в них размещались измерения расстояний и географические карты.

Литературные произведения, послужившие прообразами путеводителей в период Средневековья, содержали чаще всего описания паломнических маршрутов. Выделяют два разных жанра таких произведений – это собственно путеводители (произведения, содержащие практическую информацию и рекомендации) и «хождения», в которых приводились описания совершенных путешествий. Книгу «Бордоский путник» принято считать первым из дошедших до нас средневековых путеводителей. Её написал неизвестный житель французского города Бордо, который в 333 г. посетил Иерусалим и Константинополь. В первой части книги перечисляются населенные пункты на пути от Бордо до Иерусалима и указываются расстояния между ними. Во второй части книги приводится краткое описание святых мест Палестины, некоторых библейских мест, а также указывается их географическое расположение.

В Древней Руси самым первым из известных образцов этого жанра было «Житие и хождение», совершенное игуменом Даниилом в Иерусалим (датируется началом XII в.).

Это произведение уникально по своей исторической ценности. Наверное, самое известное произведение – это «Хождение за три моря» тверского купца Афанасия Никитина. Это выдающееся произведение выходит за рамки путеводителя. «Хождение за три моря» признано памятником литературы Древней Руси, его перевели на многие языки мира.

Современный исторический этап развития путеводителя как жанра географической литературы и как специального вида справочного издания связывают с именем немецкого издателя Карла Бедекера (1800–1859). Он основал в 1827 г. в немецком городе Кобленц издательство путеводителей. Путеводители Карла Бедекера стали очень популярны в странах Европы, затем их перевели на многие языки. Именно «бедекеры» с их основательным подхо-

дом к подбору и отображению информационного материала стали образцами для лучших путеводителей, изданных в России в середине XIX – начале XX вв.

Наряду с переводными «бедекерами» и другими подобными изданиями в России появились и свои высококачественные красочные путеводители по зарубежным странам, которые назывались «Русский бедекер». В них подробно описывались страны и города, прилагались различные многокрасочные планы и карты.

Дальнейшее становление путеводителя было тесно связано с появлением и развитием туристской и транспортной инфраструктуры. Туризм и путешествия стали доступны не только для привилегированных слоев общества, но также и людям со средним достатком. Отвечая требованиям нового времени, появились путеводители для новых путешественников, не располагавшим большими доходами. Как правило, в них не было той полноты информации, большого количества прилагаемых карт и схем, они не отличались высоким качеством полиграфии. Но в этих путеводителях по доступной цене можно было найти необходимый путешественнику набор полезных практических сведений[2].

Вместе с тем, определенная утилитарность жанра остается, несмотря на все различия в изданиях подобного рода. Принадлежность того или иного произведения к жанру путеводителя заключается в стремлении автора указать дорогу, объяснить, как добраться до того или иного пункта назначения, рассказать о достопримечательностях.

Говоря о специфике разработки путеводителя, следует выделить его характерные особенности. Для путеводителя является характерным сокращенный объем информации, материал располагается в форме, наиболее удобной для быстрого получения справочных сведений. Также особенностями путеводителя являются популярное изложение, значительная адаптация, наличие многочисленных иллюстраций. Учитывая, что эти издания выполняют не только информативную, но и рекламную (побудительную) функцию, в путеводителях используются, как правило, элементы занимательности, непринужденные формы речи, текст изобилует эпитетами [3].

Другой ресурс для туризма – Travelbook (трэвел-букс англ. Travel– путешествие, book– книга) – книга заметок путешественника, книга для творчества – это давний способ записывать свои мысли, пережитые эмоции и впечатления прямо в дороге. Записи, про-

изведенные во время путешествия в дорожный блокнот (так его называли в старые времена), одним людям позволяли создавать увлекательные книги о незабываемых местах, а другим – осмыслить жизненные позиции и приоритеты.

С появлением и развитием фотографии, блокноты стали наполняться не только записями, зарисовками пейзажей, памятными мелочами из поездки (открытками, мини сувенирами, почтовыми марками и конвертами, брошюрами, картами посещенных мест, мини справочниками путешественников), но и фотокарточками, фото-коллажами и мгновенными снимками.

Всевозможные виды бумаги с тематическим рисунком; специальные наклейки и карточки; фоновые штампы; металлические, гипсовые, пластиковые и бумажные украшения, – всё это позволяет превратить дорожный блокнот, из простого отчёта о путешествии, в уникальный дизайнерский арт-объект. А архивное качество этих специальных материалов, позволяет сохранить такие произведения на многие годы, и даже передавать их по наследству [4].

Мы предлагаем создать информационное издание представляющее собой путеводитель с элементами тревел-бука «Блокнот путешественника. Уникальное Забайкалье». Цель книги – популяризация объектов культурного, природного наследия, повышения интереса к познанию историко-культурного, природного наследия путем внедрения нового формата организации творческого досуга, содействие развитию культурно-познавательного туризма.

Задачами «Блокнота путешественника. Уникальное Забайкалье» являются, во-первых, повышение интереса к изучению объектов культурного и природного наследия Забайкальского края и самостоятельной творческой деятельности, во-вторых, вовлечение читателей в творческий процесс, формируя позитивное мироощущение и любовь к историко-культурному достоянию Забайкальского края и, в-третьих, способствовать обучению техникам творчества и развитию навыков использования компьютерных технологий.

Для того чтобы выяснить необходимость реализации творческой книги о Забайкалье, мы провели опрос 150 человек в возрасте от 20 лет. С помощью опроса мы выяснили, что 55 % респондентов не знают, что такое книга для творчества. Но 62 % опрошенных встречали (покупали, заполняли) такие книги, как «Уничтожь меня!», «1 страница в день» и «Я, ты, мы», которые являются книгами для творческих людей.

Только 21 % респондентов читали (встречали) книги, журналы о Забайкальском крае. На вопрос, «Хотели бы вы иметь у себя книгу для творчества, посвященную Забайкальскому краю?», 67 % опрошиваемых ответили: «Да».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что путеводитель – это один из важнейших источников справочной информации в туризме. Его создание способствует решению проблемы удовлетворения потребности в информации туристов и путешественников.

#### *Список литературы*

1. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу // ГОСТ 7.60–2003.
2. Жулина М. А., Карасев А. С., Манухов В. Ф. Использование информационных технологий в процессе разработки и реализации туристского продукта // Геодезия и картография. Ежемесячный научно-технический и производственный журнал. 2013. № 2. С. 32–36.
3. Жулина М. А., Кильгишова М. С. Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информационного издания в туризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru> (дата обращения: 11.11.2017).
4. Тревел-бук – книга путешествий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.creativetherapy.ru> (дата обращения: 05.11.2017).

**УДК 379.851**

*Лиана Ринатовна Муллагалимова,  
студентка,  
Уфимский государственный нефтяной технический университет  
г. Уфа, Россия*

### **Перспективы использования туристского потенциала Абзелиловского района Республики Башкортостан**

В статье рассматривается проблема развития туризма в Абзелиловском районе. Сделан обзор состояния туризма на сегодняшний день и предложены методы по развитию туризма.

**Ключевые слова:** туризм, туризм в Абзелиловском районе, проблемы развития, методы продвижения, рекреационные ресурсы, спортивный туризм, познавательный туризм

*Mullagalyamova Liana Rinatovna,*  
*Student,*  
*Ufa State Petroleum Technological University*  
*Ufa, Russia*

### **Perspectives of Using the Tourist Potential of the Abzelilov District of the Republic of Bashkortostan**

The article considers the problem of tourism development in the Abzelilov district. The review of the state of tourism for today is made and methods for the development of tourism are proposed.

**Keywords:** tourism, tourism in Abzelilov district, development problems, promotion methods, recreational resources, sports tourism, cognitive tourism

Потребность в отдыхе – одна из важнейших для человека, особенно учитывая наряженный ритм жизни современного человека. Все больше человек задумывается об отдыхе не как таковом, а о том, как провести его дома, но более активно провести свои выходные. Исходя из этого, создание туристической базы или базы отдыха на территории Абзелиловского района Республики Башкортостан является вариантом удовлетворения данной потребности у жителей республики. Оснащённая современной техникой, всеми удобствами и необходимой инфраструктурой, туристическая база может быть более бюджетным способом отдыха в условиях современного экономического кризиса.

При проектировании туристической базы следует учитывать вид туризма, которому она будет соответствовать. Выбор места чаще всего определяется целью и специализацией будущего средства размещения: база для семейного отдыха, специализированная (охотничья /рыболовная база), санаторий или пансионат, детский лагерь, круглогодичная или сезонная база отдыха, гостиница для туристов, мотель и т. д. При выборе места для строительства базы необходимо принимать во внимание следующие критерии:

1. Удобство подъездных путей.
2. Наличие озера, водоема.
3. Расположенность вблизи посещаемых городов или наличие часто посещаемых достопримечательностей.
4. Экологичность и чистота места, его красота и уникальность.
5. Отсутствие конкурентов на близком расстоянии.

Рассмотрим транспортную инфраструктуру и доступность данной территории. По территории Абзелиловского района проходит сеть железнодорожного и автомобильного транспорта, а также на расстоянии 19 километров от райцентра расположен аэропорт г. Магнитогорск. Протяженность дорог в районе составляет 615,5 км, а из них относится 291,9 км асфальтобетонным и 291,2 км щебеночным покрытиям. Плотность сети автомобильных дорог составляет 143,5 км / тыс. кв. км. Абзелиловский район соединен г. Уфой автодорогой Аскароро – Серменево – Уфа асфальтовым покрытием протяженностью 360 км.

В районе имеются следующие субъекты туриндустрии. Санаторно-курортные учреждения:

ГУП санаторий «Якты-куль» – бальнеогрязевой и климатический реабилитационный курорт, вместимость – 209 койко-мест. Санаторий находится в 300 км от г. Уфы и расположен на юго-востоке Башкирского Зауралья, на берегу оз. Якты-куль.

Оздоровительный комплекс «Уральские Зори» на озере Банное (Башкирия) – замечательный вариант как для зимнего так и для летнего отдыха, находится в 40 км от г. Магнитогорска и расположен на берегу удивительного по чистоте и красоте оз. Якты-куль, в живописном месте у подножья горы Крыты-Гау, в 500 м от горнолыжного центра «Металлург-Магнитогорск».

ООО Горнолыжный центр «Металлург-Магнитогорск» – молодой, стремительно развивающийся курорт, привлекает любителей экстремального вида спорта, расположен в 40 км от г. Магнитогорска. Склоны спусков обращены на восток. Семь действующих трасс горнолыжного центра рассчитаны на разные уровни спортивного мастерства. Протяженность трасс в среднем составляет порядка 2500 м, перепад высот 450 м.

МБУ ДОД КСШ «Юрга» в с. Аскароро, построенная в 2007 г. за счет средств муниципального бюджета. Площадь манежа школы составляет 832 кв. м, зимника для лошадей – 416 кв. м. На сегодняшний день в учреждении насчитывается 10 лошадей башкирской породы.

Кроме указанных санаторно-курортных организаций Абзелил – излюбленное место дельта- и парапланеристов РБ и РФ. Здесь проводятся чемпионаты Башкортостана и России.

Сегодняшнюю жизнь Абзелиловского района нельзя представить без уникальных памятников природы, которые играют боль-

шую роль при развитии туризма. К ландшафтными рекреационными ресурсам относят естественные или искусственные ландшафты, представляющие познавательный или спортивный интерес. Туристско-рекреационные ресурсы Абзелиловского района представлены речной сетью притоками реки Урал – Большим и Малым Кизилом и Янгелькой, в горно-лесной части берет начало р. Сакмара. В районе более 30 озер общей площадью 7027,6 га. Самое большое – оз. Чебаркуль, площадью 1678 га.

Лесные территории представлены лесами смешанного типа, которая занимает большую часть территории. Район можно разделить на горную и степную зоны. Горную зону представляют хребты Ирандык, Кырктыгау и Уралтау. Наивысшая точка в районе – горная вершина Караташ.

Вместе с тем, на территории района расположены охраняемые природные территории:

- популяция горицвета у с. Аскароро, заказник, – объект охраны заказника являются эталонные типы растительности (лиственничники, степи), популяция горицвета весеннего;

- оз. Мулдак-куль, площадь 620 га, расположено в 12 км от г. Магнитогорска, гидрологический памятник природы – имеет научное, лечебное, рекреационное значение, является местообитанием фоновых и редких видов животных (огарь, пеганка, пелядь и др.);

- оз. Якты-куль (Банное), гидрологический памятник природы, имеет тектоническое происхождение. Озеро имеет важное оздоровительное, рекреационное, экологическое значение, является местом обитания фоновых и редких видов животных (малая южная колюшка, пелядь, турпан и др.);

- памятник природы – гора Куркак – расположена между верховьями рек Малый Кизил и Миндяк. Охраняются лесостепные ландшафты, фоновые и редкие виды животных и растений;

Всего в Абзелиловском районе по состоянию на 01.01.2016 г. насчитывается 15 особо охраняемых природных территорий.

Хребты гор представляют большой интерес для спортивного и познавательного туризма как, труднодоступные для прохождения, так и самые живописные территории.

Для всех рекреационных ресурсов имеет значение следующий ряд характеристик:

- живописность
- уникальность;

- транспортная доступность туристического объекта;
- условия обслуживания.

Следует также учитывать, что степень рентабельности туристической базы зависит от уровня комфорта, особенностей архитектуры и от удобства планировки. Зоны массового кратковременного отдыха следует располагать с учетом их доступности. Территория, на которой предполагается нахождение турбазы, должна соответствовать следующим критериям: близкое расположение санаторно-оздоровительных комплексов, автомобильных и железных дорог.

Исходя из ряда характеристик рекреационных ресурсов следует сделать акцент на том, что район обладает живописными и уникальными территориями, которые при качественном обслуживании могли принести туристам познавательную, оздоровительную, а также эстетическую насыщенность. Транспортная доступность также хорошо развита на территории Абзелиловского района, отсюда следует, что до природных туристических объектов проложена дорога. Если не до конкретного природного объекта, то до населенного пункта, на территории которого расположен потенциальный туристический интерес, что также не мало важно. Однако что касается качества обслуживания, то его состояние в районе оставляет желать лучшего.

Кроме того, развитие туризма не поддерживается на муниципальном уровне, что очень тормозит развитие района в целом. Вообще не учитывается статистика прибывших в район туристов. Отдельные туристические услуги оказываются некоторыми индивидуальными предпринимателями, который пытаются развить туристический потенциал района. Муниципальные органы выступают пока только в роли заказчика туристского паспорта Абзелиловского района Республики Башкортостан. Но этого явно не достаточно для достойного развития в районе. Необходимо создание муниципального подразделения, которое не только будет вести учет туристов, но и заниматься организацией и координацией туристской деятельности, а также продвижением туристско-рекреационного потенциала Абзелиловского района Республики Башкортостан.

#### *Список литературы*

1. Абзелиловская энциклопедия. Село Аскарково. Уфа: Башкирская энциклопедия, 2015.
2. Бикметов М. А. Край родимый. Абзелил. Уфа, 2004.

3. Величко И. А. Проблемы социального туризма в Республике Башкортостан // Жизненный потенциал региона: социально-демографические проблемы современного общества: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Уфа, 2015. С. 177–180.

4. Официальный сайт Абзелиловского района [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.abyalil.ru> (дата обращения: 18.11.2017).

5. Туристский паспорт муниципального района Абзелиловский район. Республики Башкортостан, с. Аскарово. 2011.

**УДК 338.48–53:908:379.822**

***Эльвина Фаизовна Файзутдинова,***  
*студентка,*  
*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*  
*г. Уфа, Россия*

### **Новые формы туристско-краеведческой деятельности**

Статья посвящена рассмотрению взаимосвязи туризма и краеведения. Краеведческие исследования способствуют выявлению привлекательных для туристов мест. Особую роль в знакомстве туристов с краеведческим материалом играют дома-музеи. Интересен опыт сотрудничества мемориального дома-музея им. С. Т. Аксакова и Уфимского училища искусств. В результате партнёрства дома-музея и училища искусств были созданы новые формы организации культурных вечеров, которые привлекли новых посетителей.

***Ключевые слова:*** потребности, туризм, краеведение, мемориальный дом-музей, культурные акции, училище искусств

***Elvina Faizovna Faizutdinova,***  
*Student,*  
*Ufa State Petroleum Technical University,*  
*Ufa, Russia*

### **New Forms of Tourism and Local Lore Activities**

The article is devoted to the study of the interrelation between tourism and local history. Local history studies contribute to the identification of attractive places for tourists. Home-museums play a special role in acquaintance of tourists with local history material. There is an interesting cooperation experience between the memorial S. T. Aksakov's house-museum and the Ufa Art College. As a result of the partnership between the house museum and the art college, new forms of organizing cultural evenings were created and that attracted new visitors.

***Keywords:*** needs, tourism, local history, memorial house-museum, cultural events, art school

Ежегодно по миру путешествуют миллионы людей. Это могут быть выезды в дальние страны или ближайшие регионы, но все они находятся за пределами основного места жительства путешественника. По своей сути основой путешествий являются потребности: познавательные, коммуникативные, рекреационные и др. На удовлетворение этих потребностей человека и работает туризм. Именно туризм открывает возможности для расширения границ общения, познания различных культур, восстановления психического и физического здоровья.

Во время своих путешествий люди не только восстанавливают свои силы и трудоспособность, но и рационально используют свободное время, совмещая отдых с познанием жизни. Поэтому, практически любое путешествие содержит групповые или индивидуальные экскурсии, а также многочисленные прогулки по месту пребывания туриста. К примеру, люди всегда интересуются историей и архитектурой местности, в которой они оказываются. Многим любопытно посетить дом прошлых веков, в котором жил знаменитый писатель, певец или общественный деятель. Во время посещения такого дома можно более подробно ознакомиться с жизнедеятельностью и бытом прошлых веков. Но для того, чтобы люди знали, где этот дом находится, нужно предварительно провести тщательное исследование архивных данных об этом объекте.

Подробным изучением особенностей определенной местности занимается краеведение. Задачи этой деятельности очень обширны, к примеру, краеведение ориентировано на изучение диалектов местных жителей, архитектуры, истории улиц и хозяйства местного края и т. д. То есть краеведение объединяет все знания в географии, лингвистике, биологии и истории. Но отличительной чертой краеведения от других наук является то, что свой вклад в изучение местности могут внести также и люди, которые не занимаются данным предметом. Это приучает людей интересоваться тем, что их окружает.

К примеру, в городе Уфе благодаря краеведческим исследованиям и усилиям местных жителей были созданы музеи в домах, где жили выдающиеся личности. Зачастую таким домам присваивают статус «мемориальный» для увековечения памяти об этих людях.

В городе Уфа расположены пять мемориальных домов-музеев, которые посвящены различным деятелям: В. И. Ленину, Ш. А. Худайбердину, М. Н. Гафури, А. Э. Тюлькину и С. Т. Акса-

кову. Они являются привлекательными для посещения, как местных жителей, так и туристов из других городов. Такие музеи работают круглогодично, но особенно интересно посещать эти мемориальные дома во время проведения культурных акций, таких как «Ночь музеев» или «Ночь искусств».

Хотелось бы более подробно рассмотреть одну из акций. «Ночь искусств» проходит на всех площадках музеев, театров, выставочных залов и библиотек. Данное событие проходило относительно недавно, 4 ноября 2017 г. Интересен был опыт проведения акции в мемориальном доме-музее им. С. Т. Аксакова. До начала проведения акции можно было пройти по всему дому с экскурсоводами и узнать историю жизни русского писателя, чиновника и общественного деятеля Сергея Тимофеевича Аксакова и его семьи, окунуться в атмосферу быта конца 19-го – начала 20-го века. В момент начала акции и на протяжении всего вечера выступали студенты и их педагоги из Уфимского училища искусств с произведениями, которые могли бы звучать при жизни Сергея Тимофеевича. Благодаря обстановке дома конца 19-го века и выступающим, которые были одеты в платья и костюмы, соответствующие тому времени, зрители концерта погрузились в атмосферу прошлых столетий.

Примечательно, что студенты училища искусств выступают не в первый раз на площадке дома-музея им. С. Т. Аксакова в рамках различных культурных мероприятий. Такое сотрудничество позволяет не только привлечь местных жителей, но и туристов из других регионов. Стоит подчеркнуть, что наши музейные работники постоянно ищут новые оригинальные формы работы с посетителями и им удается заинтересовать многих.

Таким образом, опыт взаимодействия Уфимского училища искусств и мемориального дома-музея им. С. Т. Аксакова может быть использован другими культурными и образовательными учреждениями. Такое партнерство имеет ряд достоинств, главное из которых – это привлечение новых туристов. К тому же, посещение подобных мероприятий способствует развитию духовности, любви к родному краю, а также более глубокому пониманию собственной культуры и расширению национального самосознания.

*Список литературы*

1. Болтушкин В. В. Краеведение: учеб. пособие. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2013. С. 8–9.
2. Величко И. А., Зарипова Д. Ф., Хайретдинова О. А., Хисамутдинова А. Ф. Целесообразность внедрения экскурсионной деятельности в вузе // Наука сегодня: теория и практика / сб. науч. трудов II Междунар. заоч. науч.-практ. конф. Уфа, 2016. С. 40–43.
3. Куйперс Йос. Культурно-познавательный туризм. Экономика успеха. СПб., 2013. С. 27–30.
4. Плисецкий Е. Е. Приоритетные направления развития туристской сферы как важного элемента стратегии развития региона (на примере Тульской области) // Российский научный журнал Вестник национальной академии туризма. 2013. № 4. С. 52–53.

## ЭКОЛОГИЯ И ТУРИЗМ

УДК 910.3

**Ольга Витальевна Безгодова,**  
студентка,

Национальный исследовательский  
Томский государственный университет,  
г. Томск, Россия

**Юлия Константиновна Козлова,**  
студентка,

Национальный исследовательский  
Томский государственный университет,  
г. Томск, Россия

**Эдуард Аюрович Батоцыренов,**

канд. геогр. наук,  
Байкальский институт природопользования СО РАН,  
г. Улан-Удэ, Россия

### **Рекреационные нагрузки на территории Энхалуцкого заказника (Республика Бурятия)<sup>1</sup>**

В работе представлен анализ рекреационных нагрузок на основе методики предельно допустимых изменений в Энхалуцком заказнике и итоги социологического опроса отдыхающих. Предложены рекомендации по улучшению территории заказника.

**Ключевые слова:** рекреационные нагрузки, Энхалурский заказник, озеро Байкал

---

<sup>1</sup> Исследование проведено при частичной финансовой поддержке гранта РФФИ № 15-06-07870

***Olga Vitalievna Bezgodova,***

*Student,  
National Research Tomsk State University,  
Tomsk, Russia*

***Julia Konstantinovna Kozlova,***

*Student,  
National Research Tomsk State University,  
Tomsk, Russia*

***Eduard Ayurovich Batotsyrenov,***

*Candidate of Geographical Sciences,  
Baikal Institute of Nature Management of the SB RAS,  
Ulan-Ude, Russia*

### **Recreational Loads in the Territory of the Enkhaluk Wildlife Sanctuary (Republic of Buryatia)**

The paper presents the analysis of recreational loads on the basis of the technique of maximum permissible changes in the Enkhaluk wildlife sanctuary and the results of sociological survey of tourists. Recommendations for improving wildlife sanctuary territory are proposed.

***Keywords:*** recreational loads, Enkhaluk wildlife sanctuary, lake Baikal

На территории Энхалукского заказника активно развивается туризм и рекреационная деятельность. Туристический поток, в основном, приходится с 10 июля по 10 августа, но в зависимости от климатических условий данный промежуток времени может незначительно варьироваться. Здесь расположен первый пост администрации бюджетного учреждения (БУ) «Бурприрода» (структурное подразделение Министерства природных ресурсов Бурятии, ведающее региональными ООПТ), где находятся дома для сотрудников, беседки, туалеты и организованные кострища. Ведется постоянный контроль и учет за посетителями, с которым взимается плата в размере двухсот рублей в сутки. Также администрация ведет регулярный уход за территорией. Мусор вывозится регулярно 1–2 раза в неделю.

В ходе прохождения производственной практики студентов геолого-географического факультета Национального исследовательского Томского государственного университета выявлено 12 беседок, 62 организованных кострищ, 23 туалета и 32 мусорных бака. Несмотря на природоохранный статус территории, наблюдались значительные нарушения: мусор (возле беседок, на берегу), вырытые ямы для разведения кострищ, ободранная кора деревьев,

поломанные ветки, разветвленная тропиночная сеть, размытые грунтовые дороги. Для изучаемой территории была проведена оценка пляжа водоемов для пляжно-купального отдыха и применен метод пределов допустимых изменений (Калихман и др., 1999 г.).

Исследуемый участок имеет удобную и подходящую территорию для развития туризма, что обуславливает большую рекреационную нагрузку на охраняемую территорию. При оценке водных объектов, для данного вида отдыха рассматривались условия доступности берега, наличие пляжной полосы, характер дна, скорость течения (реки), преобладание слабого волнения на крупных водоемах (скорость ветра), температурный режим. Можно сделать вывод, что на территории Энхалукского заказника на восточном побережье озера Байкал берега сухие террасированные, без крутых спусков, пригодные для освоения в естественном состоянии, подходы к воде открытые, имеет песчаный пляж, отмель достигает 20–50 метров, дно песчаное, скорость течения менее 0,3 м/с при благоприятных климатических условиях и санитарно-гигиенические условия соответствуют нормам. 7 из 8 критериев оценки получили отметку «благоприятно» и лишь 1 критерий, характеризующий температуру воды – «неблагоприятно». Исходя из проанализированных данных, можно сделать вывод, что территория имеет все благоприятные условия для развития туризма, поэтому были так же проведены расчеты пределов допустимых изменений в связи с активной рекреационной нагрузкой на охраняемую территорию. При подсчете ПДИ использовались следующие критерии: растительный покров, состояние почвы, мусор, боковые тропы, повреждение кустарников, повреждение деревьев, человеческие отходы, кострища, перемещение камней, отходы, насекомые и вредители.

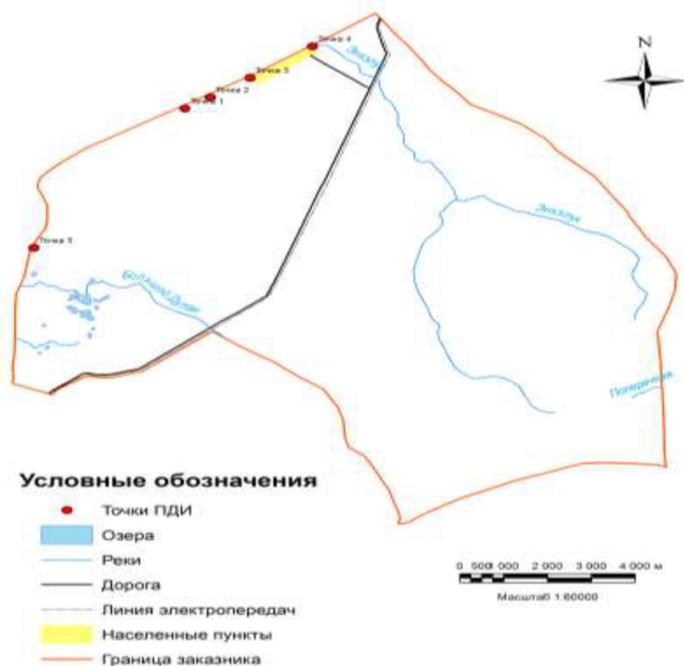
Нами проведены расчеты на 5 выбранных точках (рис.1), которые выступают основными рекреационными ядрами и соответственно, места с заметными рекреационными нагрузками.

В данной методике существует шкала, которая подразделяется на 4 категории: 25–37 баллов – «отлично», 38–62 – «хорошо», 63–87 – «удовлетворительно», 88–100 – «плохо». Соответственно этой шкале, 2 из 5 точек получили отметку «удовлетворительно», так же 2 точки получили – «хорошо», и 1 точка получила оценку «плохо».

Выбранные точки, получившие отметку «удовлетворительно», это точка 5 и точка 3. Здесь отсутствуют беседки, мусорные

баки и организованные кострища, поэтому на данном участке идет активное воздействие на ландшафты. Туристы вырывают ямы для костров, ломают ветки, обдирают кору деревьев, так же на территории наблюдается большое количество мусора в виде окурков, пластиковых бутылок, консервных банок, использованных рыболовных сетей и другое. Данный участок получил 82 балла.

Точка 3, получившая 63,5 баллов, имеет менее значительное влияние на ландшафты в сравнении с 5-й точкой. Здесь наблюдаются небольшие повреждения деревьев и кустарников, так же разбросаны окурки и небольшой мусор.



*Рис. 1.* Выборочные точки для расчетов пределов допустимых изменений на территории Энхалукского заказника

Точка 4 получила самую максимальную оценку 95,5 баллов, что соответствует категории «плохо». Участок находится в пределах поселка Новый Энхалук возле истока реки Энхалук. Территория сильно загрязнена бытовыми отходами, пластиковыми бутыл-

ками, целлофановыми пакетами, окурками, испорченными продуктами и многим другим. Здесь наблюдается деградация почвенного покрова, а также повреждения деревьев. На этом участке развито промысловое рыболовство, что негативно сказывается на ландшафтах.

1-я и 2-я точка получили отметку «хорошо» с 56-ю баллами. Здесь наблюдается незначительные нарушения: небольшие повреждения деревьев, выкопанные ямы. В целом, участок хорошо ухожен и чистый, мусор практически отсутствует.

Также нами проведен социологический опрос среди отдыхающих. Целью анкетирования было узнать мнение туристов об организации отдыха и рекомендаций по его улучшению. Всего было опрошено 37 человек. По результатам анкетирования была проведена следующая статистика: в основном, доминирующим большинством опрошенных оказались женщины (57 %). Основной возраст туристов составил 25–39 лет (41 %), наименьшим количеством оказались молодые люди возрастом 18–24 (16 %). Большая часть имеет высшее образование, составляющая 62 % отдыхающих, 70 % имеют средний доход, и ни один человек не имеет высокий доход.

Туристы прибыли из городов России: Иркутска, Новосибирска, Красноярска, Ангарска, Тулуна, Читы, Томска, Челябинска, Уфы, а также из Бурятии – г. Улан-Удэ, г. Гусинозерска, п. Селенгинска, с. Кабанска,. В подавляющем большинстве – отдыхающих из Республики Бурятия. Опрошенные приехали отдыхать, в основном, на 2–9 дней, на личном автотранспорте, с целью пляжного отдыха (57 %) и рыбалки (35 %). В основном, туристы уже были здесь несколько раз (41 %), но есть и те, которые первый раз (35 %). Люди приезжают отдыхать в основном с семьей. 73 % опрошенных ответили, что проживают в палатках, 19 % ответили «другое». Отдыхающие узнали о заказнике от родственников и друзей (62 %). Большинство приехали сюда из-за красивой природы (49 %), наименее актуальным фактором оказался хороший сервис, также респонденты отметили хорошую рыбалку и удобные пляжи.

Для полноценного отдыха у отдыхающих есть необходимость в костровых площадках (27 %), тем более, что в северной и в северо-западной части слабо развита инфраструктура.

Респонденты хотели бы использовать во время отдыха следующие виды транспорта для активного отдыха: яхта (23 %), катер (21 %) и верховая лошадь (20 %). На вопрос об использовании ус-

луг экскурсовода опрошенные ответили, в основном, нет (78 %). Если бы на территории находились услуги экстремальных туров, то туристам был бы наиболее интересен водный туризм, включая сплавы (46 %).

В заключении отметим, что территория Энхалукского заказника, особенно северная и северо-западная часть, сильно подвержены антропогенному воздействию. Наблюдается деградация, как растительного покрова, так и почвенного, замусоривание, поврежденные древесно-кустарниковой растительности, необорудованные кострища.

В северо-восточной части заказника располагается поселок Новый Энхэлук, административно входящий в состав охраняемой территории, но фактически не контролируемый БУ Бурприрода. Здесь территория наиболее загрязнена бытовыми отходами, поэтому необходимо ввести контроль, увеличив количество мусорных баков, и регулярный вывоз.

В северной части территории, где происходит скопление наибольшего количества туристов, необходимо увеличить число оборудованных костровых площадок и мусорных баков.

В северо-западной части преобладает «дикий» туризм и рыболовство. Территория также сильно загрязнена, так как находится в отдалении от первого поста БУ Бурприроды, вследствие чего не оказывается должный контроль. На территории наблюдались брошенные старые рыболовные сети, снасти, консервные банки, пластиковые бутылки и другой мусор. На участке отсутствуют организованные кострища и отдыхающие, выкапывая ямы, нарушают почвенный покров. Здесь также необходимо увеличить число кострищ оборудованных кострищ и мусорных баков.

*Марина Валерьевна Третьякова,*  
студентка,  
Омский институт водного транспорта,  
г. Омск, Россия

*Динара Биляловна Газизова,*  
ст. преподаватель,  
Омский институт водного транспорта,  
г. Омск, Россия

### **Экологические аспекты в области организации туризма**

Исследование основ влияния экологии в области организации туризма. Отрицательное влияние туризма на природную среду и методы решения их. Положительные стороны туризма в экологии. Взаимосвязь между природой и туризмом.

**Ключевые слова:** экологичность туризма, ресурсный потенциал территории, охраняемый ландшафт, исследование основ влияния экотуризма

*Marina Valeryevna Tretyakova,*  
Student,  
Omsk Institute of Water Transport  
Omsk, Russia

*Dinara Bilyalovna Gazizova,*  
Senior Lecturer,  
Omsk Institute of Water Transport  
Omsk, Russia

### **Ecological Aspects in the Field of Tourism Organization**

The article studies the influence of ecology in the field of tourism organization and the negative impact of tourism on natural environment and methods of solving them. The positive aspects of tourism in the environment and the relationship between nature and tourism are regarded.

**Keywords:** tourism ecology, resource potential of the territory, protected landscape, study of ecotourism influence bases

Если смотреть на туризм с точки зрения экологии то, можно сказать, туризм является одним из видов природного пользования. Становление и развитие туризма требует вовлечения природных ресурсов, а так же территорий, что приводит к появлению особого вида ландшафта – рекреационный. Во многих развитых государствах территории, применяемые для отдыха и туризма, занимают третье место по площади после сельскохозяйственных и лесных земель.

Быстрые темпы развития туризма делает рекреационное использование территорий многообещающим, что вытесняет иные виды землепользования на данных территориях. Вместе с сельским и лесным хозяйствами рекреационное использование земель делает «фон», где появляются и другие виды хозяйственной работы. В ряде мест формируются культурные ландшафты: курорты, лесные зоны, парки, пляжи и другое, где рекреационное использование считается приоритетным.

Рекреационные ландшафты легко уязвимы и хрупки, а рекреационные ресурсы исчерпаемы, невозобновляемы, а главное имеют ограничения в использовании. Их стихийное и нерациональное внедрение формирует ряд экологических проблем в районах усиленного туристического освоения, как в экономически развитых государствах, так же и в развивающихся. По мнению директора ЮНЕП Фрица Флингеманна: «Размеры неблагоприятного влияния туризма, которое чувствуют сейчас на себе почти все развивающиеся страны, не владеющие необходимыми техническими и экономическими возможностями для восполнения использованных туристами ресурсов и утилизация выработанных ими отходов, нередко во много раз превосходят ущерб, наносимый окружающей среде и местному населению».

Отрицательное влияние туризма на природную среду в современных условиях является объектом пристального внимания международного сообщества. Проблемы деградация природных ландшафтов, загрязнение природных объектов, застройка земель, опасность для дикой природы и мест обитания, а вследствие этих проблем потеря биоразнообразия; нарушение местных традиций и социальных структур. Так же стоит проблема конфигурации элементов природной среды, которые остро проявляются на таких территориях отдыха, как парки, заповедники и пригородные лесные зоны, где при высокой посещаемости уничтожаются зеленые насаждения (листья, ветки, то есть компоненты, имеющие важные питательные вещества и свойства), что приводит к нарушению естественного процесса лесовозобновления, понижается биологическая энергия почв, уничтожается подлесок. В итоге интенсивно развиваться злаковый покров, который вытесняет лесной травяной ярус, ухудшается структура почвы, понижается скважность (на 18–20 %), снижается микробиологическая энергичность (в 2–3 раза).

Часто губительно воздействуют на окружающую среду развитие туризма и формирование его инфраструктуры в рекреацион-

ных землях, а именно постройка объектов туристического назначения. На средиземноморском побережье между Испанией и Сицилией 3/4 песочных дюн практически прекратили существовать в результате отведения земель под застройку сооружений, специализированных для сервиса туристов. Теперь уже вместо очертаний линии берега, стоят новые силуэты – порты для яхт и катеров и городские здания и сооружения.

Динамично развивающаяся отрасль туризм, является как источником неблагоприятного влияния на природу, но при этом оказывает и положительное влияние, а главное часто содействует устойчивому развитию и повышению благосостояния территорий. Комплексный подход к созданию туристического кластера на территории, учитывающий национальный колорит и специфику региона, а главное бережное отношения к своей природе позволит привнести большой вклад в сохранение и развитие территории поселения, региона и страны в целом. Благодаря развитию туризма за последние 50 лет на порядок возросла численность природных заповедных ареалов (сейчас насчитывается практически 10 тыс. парков и заповедников).

Туризм – мощнейший и важный катализатор для создания водоочистных механизмов, правильной утилизации мусора и других отходов, так как основанная масса туристов считают наилучшим как раз, то пространство отдыха, где отсутствуют промышленное производство, минимизация влияния транспортных средств на окружающую среду, а подходящая экологическая обстановка остается главным компонентом, определяющим выбор туристов. [2]

Развитие туристического кластера на территории – это потенциал для создания рабочих мест, что важно для развивающихся стран, для которых это способ борьбы с бедностью, предоставления рабочих мест для молодежи, женщинам и стимул роста предприятий малого бизнеса. Виды занятости в сфере туризма многочисленны и многообразны, начиная с работы в хостелах и гостиницах, заканчивая экскурсоводами и работниками такси. В развивающихся государствах туризм считается движущим рычагом буквально во всех секторах экономики: строительстве, индустрии моды, в области образования, спорта и культуры, инфраструктуры развлечений.

Между туризмом и находящейся вокруг природой имеется и наблюдается отчетливая взаимозависимость. За положительное состояние природы отвечает правильная организация туристиче-

ской работы. В то же время ни одна отрасль мировой экономики не находится в такой прямой зависимости от таких компонентов, как наличие чистой воды, песка, воздуха и в целом от безупречного состояния окружающей среды, как туризм. Первозданная природа для одних гарантирует хорошее качество жизни, а для нас – потенциальных туристов является катализатором путешествий по миру, чтобы посмотреть интересные места, природные явления, национальные и культурные обычаи. Туристический кластер может благополучно развиваться только при оптимальном, устойчивом эффективном и бережном использовании территории и природных ресурсов.

*Список литературы*

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. М.: 2004. 326 с
2. Котляров Е. А. География отдыха и туризма. М.: 1978. Т. 1. 157 с.
3. Кусков А. С, Голубев В. Л, Одинцова Т. Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. М.: МПСИ, 2005. 496 с.

**УДК 911.9:502**

***Клим Сергеевич Савченков,***

*студент,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

***Любовь Федоровна Матвеева,***

*канд. геогр. наук, доцент,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

**К проекту Байкальского геопарка ЮНЕСКО: научная составляющая экскурсионных маршрутов**

Статья посвящена анализу потенциала проекта Байкальского геопарка. Рассмотрен зарубежный опыт создания аналогичных парков и представлены возможные пути использования научных ресурсов в рамках проектируемого геопарка.

**Ключевые слова:** Байкал, Сибирь, геопарк, наука, туризм, ЮНЕСКО, геология, экология, природа

***Klim Sergeyevich Savchenkov,***

*Student,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

***Lubov Feodorovna Matveeva,***

*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

## **The Project of Baikal UNESCO Geopark: Scientific Part of Excursion Routes**

This article analyzes the potential of the Baikal Geopark project. The article considers the foreign experience of creation of similar parks and presents possible ways of using scientific resources in the framework of the projected Geopark.

***Keywords:*** Baikal, Siberia, Geopark, science, tourism, UNESCO, Geology, ecology, nature

Байкальский регион обладает огромным научным потенциалом. Здесь находятся все типы ресурсных составляющих, которые позволяют изучать Байкал в достаточной мере. В качестве примера сюда можно отнести геологические, археологические и гидробиологические составляющие байкальской территории, которые представляют собой особую научную ценность для учёных и открывают новые перспективы для развития научно-познавательного туризма.

На сегодняшний день данные составляющие представляют собой разрозненные и несистематизированные ресурсы, что сильно затрудняет их изучение. Чтобы решить эту проблему, Иркутский научный центр СО РАН подготовил проект Байкальского геопарка ЮНЕСКО, который учёные предлагают разместить в Ольхонском районе.

Цель такого геопарка – это развитие познавательного, образовательного и научного туризма в Прибайкалье. Геопарк будет представлять собой сеть научно-образовательных центров в поселках на побережье Байкала и несколько природных полигонов. Учёные смогут изучать историю Байкала, а у туристов появится возможность наглядно увидеть процессы формирования природных ландшафтов, горных пород и месторождений.

Сейчас, по данным ЮНЕСКО, в мире 127 геопарков, расположенных в 35 странах. Большинство таких геопарков представляют

собой музей под открытым небом. Глобальный парк ЮНЕСКО призван показать геологическое наследие территории в связи с другими аспектами жизни, включая культурные, для повышения понимания ключевых проблем, стоящих перед современным обществом, такими как: смягчение последствий изменения климата, бережное использование природных ресурсов, сокращение рисков, связанных с природными катастрофами. Парки также должны создавать новые рабочие места для местного населения за счёт геотуризма, при этом сами природные объекты будут находиться под охраной.

По плану проекта в поселке Бугульдейка разместят центр по геофизике, его научным куратором выступит Институт земной коры СО РАН; в посёлке Еланцы – центр по географии, куратор – Институт географии СО РАН; в селе Черноруд – центр геологии; в селе Сахюрта – центр археологии. На острове Ольхон, в поселке Узуры, организуют центр по изучению воды и гидробионтов, куратором которого будет Лимнологический институт СО РАН.

Прототипом геопарка на Байкале стал французский геопарк «Шабле» – один из первых геопарков ЮНЕСКО в Европе. Учёные подчёркивают, что процесс создания парка займёт не один год, т. к., например, «Шабле» создавали семь лет. Байкальский геопарк будет сформирован в рамках специальной программы ЮНЕСКО по поддержке всемирной сети национальных геопарков (Global Network of National Geoparks).

Территория будущего Байкальского геопарка хорошо и всесторонне изучена, что должно способствовать быстрой реализации проекта. Благодаря международному сотрудничеству и обмену опытом с Францией будет разработан адаптированный для условий Байкальского региона план по созданию уникального геопарка, как нового направления развития познавательного и образовательного туризма на Байкале.

К главной составляющей научных ресурсов следует отнести историю возникновения озера Байкал; физико-географическую характеристику Байкальской котловины (географическое положение, параметры озера, геологическое строение, сейсмичность территории, взгляды на механизм формирования котловины, рельеф, история формирования, эволюция стоков озера, полезные ископаемые, климат); водные ресурсы (характеристика основных притоков, прибрежные зоны, течения и прозрачность вод, температура воды на глубине, ледовый режим); биоту (биологическое разнообразие

животного и растительного мира, происхождение и эволюция биоты, её уникальные явления); экологические проблемы (присвоение Байкалу статуса объекта Всемирного природного наследия, создание сети ООПТ, принятие закона о Байкале, основные источники антропогенного воздействия). Одной из наиболее значимых научных составляющих является Байкальская рифтовая система.

Байкальская рифтовая система возникла и развивалась совместно со всей рифтовой системой мира. Под самой впадиной Байкала и под всей площадью рифтовой зоны произошел сильнейший разогрев земных недр. Легкое нагретое вещество, всплывая, подняло над собой земную кору, местами взломав ее и образовав основу современных хребтов, окружающих Байкал. Разогретое вещество растекалось под корой в разные стороны, что способствовало созданию горизонтальных сил растяжения [3].

Растяжение коры вызвало раскрытие древних и образование новых разломов, опускание по ним отдельных блоков и оформление межгорных впадин, рифтовых долин во главе с гигантской впадиной Байкала [2].

По мнению некоторых геофизиков, Байкал можно считать зарождающимся океаном, ибо наряду с активными движениями земной коры в его районе отмечены значительные магнитные аномалии вдоль его оси, по масштабам сравнимые с такими же аномалиями в районе срединно-атлантического разлома [1].

Байкал является огромным структурным комплексом, который обладает научным потенциалом, как в сфере исторических реалий развития нашей планеты, так и в сфере своей уникальной геофизики. Создание Байкальского геопарка позволит развить дальнейшие перспективы изучения Байкальской рифтовой зоны. На данный момент существует множество конструктивных точек зрения на происхождение Байкальского рифта, однако ни одна из них не может быть признана как единственно верная. Для конкретизации уже имеющихся знаний необходимо провести множество различных научных исследований структуры Байкальского рифта. Реализуемый проект Байкальского геопарка откроет новые возможности к дальнейшему изучению имеющихся ресурсов. Новые знания помогут научно обосновать существующие на данный момент предположения об истории и структуре озера, а также выявить будущие тенденции поведения Байкальской рифтовой зоны.

### *Список литературы*

1. Кузванова Е. Н., Сергеева В. Н. Байкаловедение. Байкал с древних времен до наших дней. Иркутск, 2014. С. 56–57.
2. Логачев Н. А. История и геодинамика Байкальского рифта // Геология и геофизика, 2003. Т. 44. № 5.
3. Савченков К. С., Матвеева Л. Ф. Возможности применения учебного курса Байкаловедения при проектировании экскурсионных маршрутов в сфере научного и активного туризма // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации: II Междунар. науч.-практ. интернет-конф.: сб. материалов. Чита: ЗабГУ, 2016. С. 148–151.

**УДК 338.48**

***Светлана Андреевна Устинова,***

*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

### **Взаимодействие человека и природы в аспекте экологического туризма**

В статье рассматриваются вопросы взаимодействия человека и природы в рамках экологического туризма, преимущества и полезность эколого-ориентировочных путешествий для туристов и государства, а так же трудности развития экологического туризма в России.

***Ключевые слова:*** экологический туризм, охрана окружающей среды, экология

***Svetlana Andreevna Ustinova,***

*Student,*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

### **The Interaction of a Man and Nature in the Aspect of Ecological Tourism**

The article examines the interaction of a man and nature in the framework of eco-tourism, the advantages and usefulness of eco-orienting travel for tourists and the state, as well as the difficulties of ecological tourism development in Russia.

***Keywords:*** ecological tourism, environmental protection, ecology

Воздействие антропогенных факторов на природный комплекс имеет значение колоссального масштаба, ведь человек по своему существу неразрывно с ним связан. Являясь стабильным жителем природы, человек в среде обитания является не только

объектом действия экологических факторов, но и сам оказывает огромное влияние на окружающую среду. Постоянное взаимодействие человечества и природы заставляет задуматься о полезности совершаемых действий, требующих тщательного рассмотрения и анализа дальнейших последствий, которые могут как положительно, так и отрицательно сказаться на состоянии нашей планеты [5].

Сегодня, в эпоху непрерывного развития и освоения практически всех природно-климатических зон, важнейшая задача для человека, государства и общества в целом состоит в том, чтобы минимизировать отрицательное воздействие на все природные сферы человеческого существования. Именно поэтому страны всего мира задумываются о сохранении природных компонентов во многих сферах экономической деятельности, для которых экологические и гигиенические факторы для развития играют далеко не последнюю роль. К такому виду деятельности относится экологический туризм – вид туризма, способствующий развитию охраны окружающей среды и организующий свои туры в нетронутые природные богатства [1]. Такой туризм отражает представления о том, что путешествия природно-ориентированного характера должны реализовываться с ответственностью по отношению к существующим природным территориям с целью наблюдения и изучения естественных, природных и культурных достопримечательностей, содействовать охране окружающей среды, а также оказывать экономическую и другую пользу участникам данного вида деятельности.

Кроме того, экологический туризм имеет хорошую перспективу развития и вероятность успеха, ведь Россия, всегда славившаяся своими просторами, имеет уникальные по своему разнообразию природные ресурсы, привлекательные для миллиардов людей памятники и достопримечательности живой природы, многочисленные леса, водные ресурсы и многое другое. Нередко осуществляется эколого-просветительская и туристическая деятельность на территории государственных природных заповедников и национальных парков по Российской Федерации, численность которых достигла 153 ед. (103 ед. и 50 ед. соответственно).

Несмотря на то, что в Российской Федерации туристические фирмы и агентства пропагандируют поездки не по родной стране, а за границу, с каждым годом число желающих отправиться в эколого-культурное путешествие возрастает [4]. Это объясняется следующими преимуществами экологического туризма [2]:

1. Он предполагает путешествия в места настоящей природы: заложенная в человеке любовь к природе, способствует к стремлению изучать не только ее величие, впитывать культуру российского природного наследия, но и познавать себя, создавать чувство внутреннего комфорта и улучшать эмоционально-психологическое состояние. Многие исследования, проводимые в этой области, устанавливают четкую связь психического здоровья человека с природой. Примером тому может служить исследование, проведенное Университетом Эссекса, при котором выяснилось, что клинические показатели депрессии снизилась на 71 % у людей, которые каждый день совершают прогулки на природе.

2. Экологический туризм всегда подразумевает под собой воспитание экологического сознания: для эффективного путешествия необходимо наличие образования туристов, жителей местного региона, а так же сотрудников турагентства. Очень важно обеспечивать путешественников до отправления уместной информацией об окружающей среде, культуре проживающих на территории народов, формальных и неформальных институтах. С хорошо подготовленными гидами, все экологические туры будут способствовать общей образованности туристов.

3. Ориентированность такого туризма заключается также в минимизации негативных воздействий человека на природу во время тура. Это может достигаться улучшением организации тура, созданием сооружений и зданий, учитывающих особенности окружающей среды и местной культуры, использование переработанных или альтернативных материалов и безвредная для экосистемы переработка отходов. Необходимо так же следить за уровнем посещаемости и поведением туристов во избежание негативных последствий.

4. Любая форма туризма способствует экономическому развитию страны, экологический туризм же кроме этого направлен на получение финансовых выгод для защиты и охраны природы. Получение средств достигается путем осуществления различных финансовых механизмов, включающих в себя от уплаты входа в парки до добровольных пожертвований.

В России достаточно много регионов, которые обладают высоким потенциалом для развития экологического туризма. Однако существует ряд сдерживающих проблем, таких как инфраструктура, высокий дефицит квалифицированных специалистов, слабо

развитая предпринимательская среда в сфере туризма и несовершенства в законодательстве для привлечения инвестиций в отрасль [3].

Для преодоления существующих трудностей необходимо реализовать комплекс мероприятий направленных на выявление барьеров и сдерживающих развитие туризма факторов, разработка и тщательная подготовка экотуристических проектов регионов, проведение образовательных программ по экологическому туризму, а также маркетинг экологических туристических продуктов природных регионов как внутри, так и вне государства.

#### *Список литературы*

1. Дайнеко Д. В. Современный подход к экологическому туризму в регионах России // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. География. Геология, 2017. № 1. С. 57–68.
2. Макарова К. А. Территориальная сеть национальных парков России как объект экологического туризма. М., 2015. 247 с.
3. Стимулирование развития туризма в российских регионах – новые возможности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gtmarket.ru> (дата обращения 16.11.2017).
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 15.11.2017).
5. Храпова Е. В., Храпова Е. В., Кычанов Б. И. Развитие туризма как резерв улучшения финансового состояния сельских муниципальных образований // В сборнике: II Манягинские чтения: уникальный туристско-рекреационный потенциал «Московско-Сибирский тракт» («Золотое кольцо Прииртышья») как элемент устойчивого развития региона» материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, преподавателей, теоретиков и практиков. 2013. С. 217–219.

*Александра Андреевна Хи́жяя,*  
магистрант,

*Севастопольский экономико-гуманитарный институт – филиал  
Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского  
г. Севастополь, Россия*

*Ольга Викторовна Парубец,*  
ст. преподаватель,

*Севастопольский экономико-гуманитарный институт – филиал  
Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского  
г. Севастополь, Россия*

### **Экологические проблемы акватории Севастопольского региона**

В статье рассматриваются существенные экологические проблемы, касающиеся акватории не только Севастополя, но и Черноморского побережья в целом.

**Ключевые слова:** Крым, Севастополь, экология, туризм, прибрежная зона

*Alexandra Andreevna Khizhaya,*  
Master's Degree Student,

*Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch) of the Crimean  
Federal University named after V. I. Vernadsky  
Sevastopol, Russia*

*Olga Viktorovna Parubets,*  
Senior Lecturer,

*Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch) of the Crimean  
Federal University named after V. I. Vernadsky  
Sevastopol, Russia*

### **Ecological Problems of the Water Area of the Sevastopol Region**

The article deals with a significant ecological problems concerning the water area not only of Sevastopol, but also of the Black Sea coast as a whole.

**Keywords:** the Crimea, Sevastopol, ecology, tourism, coastal zone

**Постановка проблемы:** туризм Севастопольского региона неразрывно связан с экологической ситуацией местности. Экология – туризм – экономика представляют собой взаимосвязанную систему, где каждая составляющая влияет друг на друга. Без устойчивого развития территории рекреационные системы не смогут приносить доход. Рассматривая вопросы развития туризма, важно

уделить внимание такому ресурсу, как морские системы. Именно экологическое состояние морских и прибрежных систем играет огромную роль в формировании туристско-рекреационной привлекательности Севастопольского региона.

Выделим основные, по мнению авторов, экологические проблемы акватории Севастопольского региона.

1. Неконтролируемый сброс сточных и очистных вод в бухты Севастополя;

2. Устаревшая система водоснабжения;

3. Неконтролируемое судоходство в акватории Севастополя;

4. Увеличения вирусных заболеваний в купальный сезон.

5. Застройка прибрежной зоны.

**Цель статьи:** выявить и охарактеризовать экологические проблемы акватории Севастопольского региона.

**Актуальность** данной статьи в том, что люди неразрывно связаны с морем: вода породила живой организм, который в течение долгих лет эволюционировал и появился Homo sapiens. Хозяйственная деятельность человека не должна наносить ущерб окружающей среде.

**Изложение основного материала.** Природа воспринимается, как нечто данное и всегда существующее, независимо от нашего воздействия на нее. Человечество рассчитывает, что даже после разрушительного воздействия на природу и экологию, в частности, в будущем, свойства воздуха и моря сохранятся на хорошем уровне, но это не так. В данной статье речь пойдет об акватории города Севастополя, а именно об экологических проблемах прибрежной акватории, присущих не только Крыму, но и России.

В мировой практике в настоящее время активно проводятся эксперименты по сохранению акваторий Мирового океана, например в Канаде в безжизненных акваториях, проводят выгрузку чистого железа, что увеличивает количество водорослей, и при их цветении растет масса фитопланктона, что снижает концентрацию пагубного углекислого газа, акватории при этом оживают [3].

Во многих регионах Российской Федерации существуют экологические, причинами которых является человек. Так, из-за загрязнённости акватории под Невольском гибнут сивучи [1]. Зачастую несовершенство законодательства и лёгкое наказание за противозаконные действия приводят к данным ситуациям. Военные склады, что базируются на побережье, посредством сточных вод загрязняют акваторию [7].

Усилиями человека, была уничтожена популяция тюленя монаха у берегов Крымского полуострова. Активное истребление происходило в конце 19 века – начале 20 века и в 1910 г/ на территории полуострова не осталось ни одного представителя этого вида. Сейчас тюленя-монаха можно встретить у берегов Болгарии и Турции не многочисленными группами. Они защищены Красной книгой, но их настолько мало, что они находятся под угрозой исчезновения [4]. Промышленное производство в отношении тюленей-монахов привело к их исчезновению, а дельфинов белобочек и азовок поставило под черту исчезновения. Промышленный промысел в отношении дельфинов прекращён в 1950-х годах. Но из-за снижения кормовой базы и накопления поллютантов посредством пищевых цепей, происходит снижение их численности [6].

В Севастополе уже в течение нескольких лет происходит массовое исчезновение мидий, которые являются природными фильтрами воды. Причиной этого является загрязнённость акватории Севастополя. Уровень кадмия в Южной бухте превышает норму в 8 раз, ежедневный сток в Мартынову бухту составляет 50 кубических метров в сутки. Сточные воды поступают с Корабельной стороны, Центра города. Дополнительно урон наносят подземные воды, которые просачиваются в Южную бухту с мыса Херсонес, Первомайской балки. Из-за разницы высоты над уровнем моря, сточные воды попадают в акваторию города. Так же подземным водам дополнительную наполняемость даёт устаревший водопровод. В Мартыновой бухте расположена станция КНС-1 коммунального предприятия «Севгорводоканал», начиная с середины 1990-х годов, систематически сбрасывает неочищенные сточные воды в море. Количество сбрасываемых вод увеличивается в весенне-летний период. Несмотря на многочисленные жалобы в городскую администрацию, а также СЭС, от сотрудников Института биологии южных морей, Севгорводоканал отрицает факт сброса загрязненных вод. Тем не менее, научные исследования, проведённые институтом, подтверждают гибель моллюсков и рыб, а также нарушение их эмбрионального развития в условиях существования в водах бухты [5].

Так же следует обратить внимание, что сброс сточных вод осуществляется непосредственно в береговой приближенности, что не соответствует нормам, поскольку сточные воды необходимо сбрасывать не менее, чем за 80 метров от береговой линии. В реальности же коллекторы находятся в непосредственной близости от берега.

Согласно проекту стратегического развития Севастополя до 2030 г. будет обращено внимание властей на правила застройки прибрежных зон, а также будет проведена модернизация систем очистки стоков и его сбросов [2].

Актуальной остаются проблемы, вызванные устаревшим водопроводом, ведь потеря от количества подаваемой воды составляет 50 %, вследствие чего повышается расход воды, а водохранилище и город испытывает дефицит воды.

Требуется усовершенствование и развитие очистных сооружений, согласно новым технологиям, на подобие используемых в Санкт-Петербурге на Неве, где качество воды, сбрасываемой в залив, контролируется посредством значений показателей, при несоблюдении которых моментально принимаются действия по устранению аварии.

В активный туристический период наблюдается активное судходство малых судов, которые проводят морские экскурсии по акватории. Катера, движущиеся по городским маршрутам Севастополя, военные корабли и корабли гражданского флота способствуют увеличению загрязнённости акватории Севастопольского региона. Поэтому необходимо внедрение технологий очищения акватории и морского дна, разработанных Институтом морских биологических исследований имени А. О. Ковалевского РАН.

Каждый сезон с повышением температуры воздуха и температуры воды, население региона сталкивается с всплеском вирусных заболеваний, рассадником которых становится море. Из-за высокой температуры воды, в ней себя очень комфортно ощущают, различные вирусы и бактерии, что приводит к росту числа инфекционных заболеваний. Отчасти эта проблема связана и с неконтролируемым сбросом сточных вод.

При отсутствии действий со стороны власти для реализации решений данных проблем, появляется угроза высокому туристическому сезону. Если в Севастополе будет загрязнена акватория, городские пляжи не будут востребованы, а туристы остановят свой выбор на экологически благоприятных пляжах.

Снижение турпотока в регион из-за экологической ситуации может отразиться на экономике. Уменьшение отчислений в бюджет города приведёт к невозможности выделить средства на проведение мероприятий по реконструкции водопроводных коммуникаций, на реализацию технологий, нацеленных на устойчивое развитие.

Севастопольский регион, это не только удивительное пейзажное разнообразие, но и уникальная по природным характеристикам территория. Важно сохранить природные богатства региона, бережно к ним относиться и применять технологии устойчивого развития.

#### *Список литературы*

1. Жизнь регионов в зеркале СМИ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.salt.zone/category.ru> (дата обращения: 22.11.2017).
2. Инвестиционный портал Севастополя [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.investsevastopol.ru> (дата обращения: 21.11.2017).
3. Природа Новости науки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vivovoco.astronet.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
4. Тюлень-монах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kimmeria.com> (дата обращения: 28.11.2017).
5. Ученые видят загрязнение Мартыновой бухты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.blackseafleet-21.com.net> (дата обращения: 25.11.2017).
6. Черноморская белобочка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.delfinariy.info.ru>
7. Экологическая вахта Сахалина [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ecosakh.ru> (дата обращения: 24.11.2017).

## **УДК 796.5**

***Оксана Юрьевна Чистова,***

*студентка,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

***Андрей Игоревич Таничев,***

*канд. географ. наук, доцент,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

### **Профилактика опасностей на этапе планирования туров по территории Прибайкальского национального парка**

В статье рассматриваются проблемы, которые могут возникнуть при прохождении наиболее опасных маршрутов, располагающихся на территории Прибайкальского национального парка.

**Ключевые слова:** маршрут, Прибайкальский национальный парк, Приморский хребет, Олхинское плато, обледенения, наледы

***Oksana Yurievna. Chistova,***  
*Student,*  
*Irkutsk State University,*  
*Irkutsk, Russia*

***Andrey Igorevich Tanichev,***  
*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*  
*Irkutsk State University,*  
*Irkutsk, Russia*

### **Prevention of Hazards at the Stage of Planning Tours around the Territory of the Baikal National Park**

This article examines the problems that can arise when passing the most dangerous routes that are located on the territory of the Baikal National Park.

**Keywords:** route, Baikal National Park, Primorsky ridge, Olhinskoe plateau, icing, ice

Отделом туризма объединенной дирекции охраняемых природных территорий «Заповедное Прибайкалье» подготовлен список маршрутов по территории Прибайкальского национального парка (ПНП) с их краткой характеристикой. После утверждения списка научно-техническим советом «Заповедного Прибайкалья» и составления паспортов маршрутов их можно считать официально действующими. Из представленных 14 маршрутов 4 – пешие и лыжные, частично или полностью проходящие по горному рельефу. В зависимости от сезона их участки не безопасны для пешеходов и лыжников. В этом аспекте следует уделять внимание профилактике рисков не только на этапе проведения туров, но также на этапе их планирования.

Олхинское плато – низкогорный массив, переходный участок между Восточными Саянами (отроги хребта Тункинские Гольцы) и Приморским хребтом.

Горы Олхинского плато представляют собой возвышенности с куполовидными, либо уплощенными вершинами. Максимальные высоты 900–970 м (до 500 м. над уровнем озера Байкал). Горы покрыты лесом, по поймам рек и на плоских участках рельефа обычны заболоченные участки, поросшие травянистой растительностью, мхом, редколесьем и кустарниками. Склоны пологие, за исключением тех, что формируют борт южной байкальской котловины – берега озера здесь крутые, нередко представляют собой скальные обрывы. На территории Олхинского плато расположено множество скал – останцов.

Приморский хребет – горный хребет, линия которого протянулась субмеридионально вдоль западного берега озера Байкал от мысов Лиственничный и Сытый до верховий рек Чанчур и Качерикова; общая его протяженность более 300 км. Приморский хребет с Олхинским плато образует западный (сбросовый) борт Южнобайкальской, а с горами острова Ольхон – Среднебайкальской котловин. Береговые склоны крутые, часто обрывистые. Преобладающие высоты 900–1000 м (около 500 м. над уровнем озера Байкал), максимальная – 1728 метров (Трехголовый Голец). На склонах хребта обычны смешанные и хвойные леса, лесостепи и степи. На всем протяжении хребта встречаются многочисленные скальные обнажения кристаллического известняка, галечно-песчаниковых конгломератов, сланцев и др. [1].

Отделом туризма Прибайкальского национального парка было составлено и охарактеризовано 14 маршрутов. Прохождение минимум 4 в определенные сезоны года сопряжено с рисками для здоровья и жизни туристов. Это маршруты, участки которых проходят по горам и скалам Приморского хребта, Олхинского плато, а также по береговой линии озера Байкал.

Маршрут «оп. Переезд – р. Бол. Крутая Губа – КБЖД». Дистанция 13 км, по территории Прибайкальского национального парка 11 км. Весной, летом и осенью действует как пешеходный, в зимнее время здесь проходит лыжная трасса. Как пешеходный доступен практически всем туристам, кроме людей с ограниченными возможностями опорно-двигательного аппарата. Маршрут проходит по лесным массивам Олхинского плато. По живописному ущелью реки Бол.Крутая Губа тропа выводит к старой дороге с разрушенным деревянными мостами и далее к Байкалу. Недалеко от берега находится небольшое захоронение, даты на памятниках совпадают со сроками строительства Кругобайкалки.

Маршрут «Олхинские скальники – Камни Потайные». Дистанция 27 км, по территории Прибайкальского национального парка 12 км. Летом и осенью действует как вело– и пешеходный маршрут, зимой проходится пешком; во время весеннего таяния снега прохождение затруднено. Доступен физически подготовленным туристам. Маршрут проходит по Олхинскому плато от о. п. «Орленок» к популярным среди туристов скальникам – Витязю, Идолу и др. (вне территории национального парка) и далее к расположенному уже в границах национального парка скальнику «Камни Потайные». С вершины скальника хорошо просматривает-

ся долина реки Большая Половинная, видны горы Хамар-Дабана, обрамляющие юго-восточный берег Байкала.

Маршрут «ББТ-1» пос. Листвянка – п. Большие Коты – п. Большое Голоустное. Дистанция 50 км. Один из самых популярных пешеходных маршрутов Прибайкалья, проходит по горам, скальным массивам и берегу озера Байкал. Живописные скалистые утесы Чаячий, Скрипер имеют статус памятников природы. Леса и участки степей представлены разнообразными видами широко распространенных и редких растений. Есть здесь и исторические объекты – золотоносные прииски, разработка которых велась в 19 – первой половине 20 веков, а также сохранившиеся кладки печей для обжига извести.

Маршруты первой на Байкале экологической тропы – Большой Байкальской Тропы – один из самых популярных маршрутов на Байкале. Опасности при прохождении маршрутов «ББТ-1» и «ББТ-3» связаны с обледенением участков троп на обрывистых склонах и береговой полосы, особенно каменистой. Прохождение каменистых береговых участков, кроме того, не безопасно при штормовой погоде, когда высокая волна проходит береговую линию полностью. Профилактикой перечисленных опасностей является изменение части маршрута, как на этапе планирования (с учетом обледенений, стабильно присутствующих в период с ноября по апрель), так и во время прохождения при штормовой погоде.

В связи с этим участок маршрута «ББТ-1» от п. Листвянка до пади Черная с ноября по февраль, до ледостава, рекомендуется заменить безопасным в этот период маршрутом п. Листвянка – падь Крестовая – пер. Черный – падь Черная, также официально действующим.

Участок маршрута «ББТ-1» от утеса Скрипер до мыса Соболев проходит по линии берега, заваленной обломками скал. При обледенении береговой полосы в период с ноября по февраль (до ледостава) следует использовать альтернативный маршрут – конную тропу, которая между утесом Скрипер и мысом Соболев идет по горному склону параллельно береговой тропе на 100–150 м. выше уровня Байкала. Эту же тропу рекомендуется использовать внеплано, при штормовой погоде.

Участок маршрута «ББТ-1» севернее пади Малая Кадильная в период с ноября по февраль (до ледостава), а также при шторме летом и в первую половину осени остается проблемным, так как обходного маршрута здесь не предусмотрено. Участки береговых наледей следует проходить в шипах.

Прохождение береговых участков маршрута «ББТ-3» в период с ноября по февраль (до ледостава) так же безальтернативно. Особенно опасны участки берега, заваленные скальными обломками севернее мыса Дыроватый и в районе Красного Яра. На этот период маршрут «ББТ-3» лучше вообще не планировать.

Маршрут «о. п. Переезд – р. Бол. Крутая Губа – КБЖД» популярен как среди пеших туристов, так и среди лыжников. Участок лыжного маршрута, проходящий по ущелью реки, небезопасен, так как на протяжении его встречаются крутые спуски с серпантинами. Наиболее рискованно проходить этот маршрут во второй половине марта – апреле, когда снег на южных и юго-западных склонах, по которым проходит лыжная трасса, тает и, замерзая повторно, образует на спусках участки обледенений. В связи с этим рекомендуется планировать прохождение этого маршрута во второй половине февраля (с момента установления на Байкале прочного льда) – первой половине марта. Учёт ледостава связан с тем, что лыжники, достигнув берега Байкала, обычно продолжают маршрут до Слюдянки уже по льду озера.

На маршруте «Олхинские скальники – Камни Потайные» риск связан в основном с тем, что участники похода, не имеющие ни опыта, ни снаряжения поднимаются на людей на скалы, нередко требующим опыта и снаряжения. В связи с этим следует выбрать наиболее легкие варианты, исключив таким образом самые опасные (Идол, Старуха и др.). В связи с тем, что подъем на скалы наиболее опасен при снеговом покрове, планировать маршрут лучше в период лета – первой половине осени [3].

Обрывистые берега и скалы в районе Приморского хребта во многих случаях сформированы неустойчивыми (осыпными и обвальными) горными породами – конгломератами (утесы Скрипер, Чайчий и др.), кристаллическими известняками (скалы Малой Кадильной) и др. В связи с этим планирование остановок, и тем более стоянок групп должно быть проведено с учетом расположения этих опасных участков [2].

#### *Список литературы*

1. Логачев Н. А., Антощенко-Оленев И. В. Нагорья Прибайкалья и Забайкалья. М.: Наука, 1974. 359 с.
2. Русинек О. Т., Тахтеев В. В., Гладкочуб Д. П. Байкаловедение. Новосибирск: Наука, 2012. 646 с.
3. Краткий путеводитель по территориям «Заповедного Прибайкалья». Иркутск, 2017. С. 23–30.

## ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 379.851

**Саяна Аюровна Батоева,**

*канд. ист. наук, доцент кафедры социокультурного туризма  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

**Татьяна Юрьевна Синёва,**

*студентка,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

### **Квест-экскурсия как инновационная форма музейной деятельности**

В статье рассмотрена квест-экскурсия как инновационная форма организации музейной деятельности. Авторы выяснили, что в настоящее время в Забайкальском крае музейных квест-экскурсий не существует, поэтому разработали и предложили свою.

**Ключевые слова:** музеи, квест, квест-экскурсия, инновация

**Sayana Ayurovna Batoeva,**

*Candidate of Historic Sciences, Associate Professor  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

**Tatiana Yurievna Sineva,**

*Student,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Quest Excursion as an Innovative Form of Museum Activity**

In the study quest tour as an innovative form of organization of museum activity is regarded. The authors found that at present time there are no museum quest tours in the Trans-Baikal region, so they developed and proposed their own.

**Keywords:** museums, quest, quest tour, innovation

У людей всегда большой интерес вызывали игровые или приключенческие виды деятельности, поэтому неудивительно, что в последнее время в России одной из новых тенденций на рынке туристических услуг стало появление квест-экскурсий.

Квест (от англ. «quest» – поиск) – командная игра, в которой задействованы не только выносливость и эрудиция, но и сообрази-

тельность, креативность и нестандартное мышление [4]. Команды игроков выполняют различные задания, которые связаны между собой и последовательно подводят игроков к решению загадки или задания.

Квест-экскурсия – это услуга по организации посещения специально подобранных объектов экскурсионного показа индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов посредством наблюдения, общения с другими субъектами и решения логических задач под руководством квалифицированного специалиста – экскурсовода, продолжительностью менее 24 часов без ночёвки [1].

В настоящее время это новшество стали использовать музеи для привлечения посетителей. Например, успешный опыт в освоении квест-экскурсий имеют Русский музей (Санкт-Петербург), Третьяковская галерея (Москва), Исторический музей (Москва), Музей Дарвина (Москва) и т. д. В связи с этим возникает необходимость в определении такого понятия, как «музейная квест-экскурсия».

Музейная квест-экскурсия – это сравнительно новое направление, позволяющее совместить игру и экскурсию для изучения объектов экспозиции в музее. Но, прежде всего, это услуга по организации посещения специально отобранных объектов экскурсионного показа посетителям музея и памятников природного и культурного наследия, заключающаяся в ознакомлении и изучении конкретных объектов или музейных коллекций посредством наблюдения, общения с другими субъектами и решения логических задач под руководством квалифицированных работников музея, продолжительностью менее 24 часов, без ночёвки [2].

Характерными признаками музейной квест-экскурсии являются:

- продолжительность менее 24 часов;
- осмотр и ознакомление с музейными объектами;
- наличие четко определенной и сформулированной темы (легенды), которая является основой организации мероприятия;
- есть конечная цель, к которой нужно придти, преодолев препятствия и выполнив все задания на маршруте;
- маршрут и задания подготовлены квалифицированным специалистом-экскурсоводом.

Так, участие в музейной квест-экскурсии – командной игре, которая заключается в движении по заданному маршруту в музее и выполнению различных заданий в пути, позволяет в развлекательной форме настроить экскурсантов на командную работу, выявить скрытые таланты каждого и поощрить на проявление творческого подхода к решению ежедневных задач [3].

Работа экскурсантов при прохождении такой экскурсии отличается особой активностью, ведь часть знаний участникам приходится добывать самостоятельно, используя лишь подсказки экскурсовода. Известно, что условия задачи, которую человек долго решает, запоминаются произвольно и прочно.

При разработке музейной квест-экскурсии в первую очередь ставятся цели и задачи (для чего нужна и что в результате получат от нее экскурсанты).

Затем выбирается тема (идея), то есть определяется, в какой тематике будет проводиться квест-экскурсия. Это может быть военно-историческая квест-экскурсия, либо природоведческая – все зависит от того, какими экспозициями обладает музей.

После выбора темы разрабатывается легенда квест-экскурсии, которая представляет собой некий рассказ, в основе которого лежат реальные события или придуманные истории, чтобы экскурсантам было легче окунуться в атмосферу квест-экскурсии. Легенда должна быть настолько увлекательной, чтобы поддерживать азарт экскурсантов на протяжении всего маршрута.

После этого идет подготовка сценария и заданий разного уровня сложности. Нужно определиться по какому принципу будут выдаваться задания: выдается все сразу и команда сама определяет очередность их выполнения или задания поступают последовательно и без выполнения одного задания не будет возможности двинуться к следующему.

Задания могут быть ориентировочными (найти подсказку в книге или в тайнике), информационными (найти или вспомнить информацию, связанную с легендой), творческими (нарисовать, изобразить), интеллектуальными (решить ребус, кроссворд, головоломку).

Что касается сложности заданий, то нужно выбрать оптимальный вариант, подходящий для группы экскурсантов, потому что квест-экскурсии могут быть для взрослых, молодежи, школьников, а также для начинающих или опытных.

Потом составляется общая карта маршрута прохождения квест-экскурсии. На карте будут отмечены места, где нужно будет выполнить задания. Определяется состав участников и сотрудников, ответственных за маршруты, которые могут направлять игровой процесс в ту или иную сторону. Они могут помогать, или наоборот, мешать выполнять задания.

Мы провели анализ рынка туристских услуг г. Читы, который показал, что наши музеи предлагают только классические экскурсии различных тематик. Музейных квест-экскурсий в Забайкальском крае в настоящее время не существует. Поэтому мы разработали и предлагаем музейную квест-экскурсию «Культура народов Забайкалья» для Забайкальского краевого краеведческого музея имени А. К. Кузнецова.

Данная квест-экскурсия рассчитана на школьников 5–11 классов.

Продолжительность – 1,5 часа.

Цель музейной квест-экскурсии – формирование этнокультурных ценностей и ценностных ориентаций; формирование положительной этнической идентичности; формирование личности, способной к конструктивному, толерантному взаимодействию и общению с представителями разных этносов и культур.

Задачи:

- изучить историю и культуру народов Забайкалья и России;
- на основе сравнения культур и традиций народов, выделить общечеловеческие и этнические особенности и ценности;
- сформировать навык поиска необходимой информации;
- развить интеллектуальные способности и стимулировать творческую инициативу.

Тема: этнографическая музейная квест-экскурсия «Культура народов Забайкалья». Легенда состоит из рассказа о хозяйственной деятельности и бытовой культуре традиционно проживающих в пределах нынешнего Забайкальского края эвенков и бурят, а также представителей особой этноконфессиональной группы – старообрядцев (семейских).

Вначале квест-экскурсии экскурсовод проведёт экскурсию по залу этнографии, расскажет о культуре эвенков, бурят и семейских. После будет проведён квест для закрепления прослушанного экскурсионного материала. Участников мероприятия разделят на три команды (эвенки, буряты и семейские), и им будут выданы марш-

рутные листы с изображением карты музея. На карте будут отмечены места, где нужно будет выполнить задания.

Задания выдаются последовательно, и без выполнения одного задания нет возможности двинуться к следующему заданию. На каждой станции ребята отвечают на вопросы, по описанию находят музейные экспонаты и тайники, отгадывают загадки и ребусы. Все задания составлены по теме экскурсии.

Окончанием игры является прибытие последней команды на конечный пункт.

Сотрудники музея, которые будут участвовать в мероприятии, будут одеты в традиционные костюмы эвенков, бурят, семейских и будут помогать командам в прохождении квеста.

По результатам выполненных заданий, будет выявлена команда победителя. Призовой фонд – книги, издаваемые музеем; сувенирные предметы (магниты, ручки, блокноты); сладкие подарки; билеты в кино.

Таким образом, музейная квест-экскурсия – это познавательная игра, в которой происходит воспроизводство и обогащение социального опыта предшествующих поколений, освоение норм и правил человеческой жизнедеятельности через добровольное принятие игровой роли, виртуальное моделирование игрового пространства, условий своего собственного бытия в мире.

Хотя в музеях г. Читы квест-экскурсии ещё не проводят, мы считаем, что применение такого нового перспективного направления в экскурсоведении позволит повысить качество и конкурентоспособность экскурсионных услуг, а также обеспечить получение дополнительной прибыли на туристском рынке в регионе.

#### *Список литературы*

1. Алексеева Н. Д., Никитина Н. В. Особенности организации и проведения квест-экскурсии // Россия – Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Вып. 1. Самара, 2016.
2. Свистунов А. В., Афанасьева Н. В. Квест-экскурсия как инновационное направление развития регионального туризма // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 11. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru> (дата обращения: 20.11.17).
3. Столяров Б. А. Педагогические аспекты образовательной деятельности музея: учебное пособие для музейных педагогов и студентов гуманитарно-художественных вузов. СПб.: ГРМ, 2013. 316 с.
4. Тактика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.taktika-nn.ru> (дата обращения: 20.11.17).

**Яна Александровна Вилинская,**  
студентка,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
Санкт-Петербург, Россия

### **Новые формы организации литературного туризма в Санкт-Петербурге**

В исследовании рассматриваются варианты развития литературного туризма в Санкт-Петербурге. Рассматривает опыт проведения событийных мероприятий в литературной сфере и возможность их реноваций или создания новых.

**Ключевые слова:** туристско-ресурсный потенциал территорий, туристский интерес, инновационные технологии, литературный туризм, светское паломничество, культура, литературное наследие, Санкт-Петербург

**Yana Aleksandrovna Vilinskaya,**  
Student,  
Saint Petersburg State University of Industrial Technology and Design,  
Saint Petersburg, Russia

### **New Organizational Forms of Literary Tourism in St. Petersburg**

The study discusses options for the development of literary tourism in St. Petersburg. Experience of events in the literary sphere and the possibility of their renovation or creating new ones is considered.

**Keywords:** tourist resource potential of the territories, tourist interest, innovative technologies, literary tourism, secular pilgrimage, culture, literary heritage, St. Petersburg

Одним из направлений культурного туризма является литературный, который в последнее время приобретает все большую популярность. Этому способствует, в том числе, использование новых технологий организации таких поездок. Основными центрами литературного туризма в России, безусловно, являются Санкт-Петербург и Москва. Вся жизнь государства всегда была сосредоточена в столицах.

Литературный туризм в Санкт-Петербурге имеет давние традиции. Город и пригороды располагают емкими и разнообразными литературными ресурсами: усадьбы, квартиры, памятники, музеи, школы и училища писателей и поэтов, места действий описываемые в прозаических и поэтических художественных произведениях. Туроператоры предлагают разнообразные литературные экскурсии.

Наиболее популярны экскурсионные программы, связанные с жизнью и творчеством А. С. Пушкина, А. Крылова, А. С. Грибоедова, Н. В. Гоголя, Н. А. Некрасова, М. Ю. Лермонтова, Ф. М. Достоевского, А. И. Куприна, А. А. Блока и С. А. Есенина.

Традиционен интерес туристов к «Пушкинской» тематике (и это не только конкретные адреса, где бывал и жил поэт, но и сама историческая эпоха, с которой связана судьба Александра Сергеевича, недаром названная «Золотым веком Петербурга»). Экскурсионные программы, посвященные Н. В. Гоголю, туристы выбирают реже, но для жителей города, особенно школьников, разработаны интересные экскурсии.

Однако в литературных экскурсиях все таких преобладают варианты «классических» по технологии организации и проведению экскурсий. Возможно, для экскурсий, посвященных жизни и творчеству такого писателя как Гоголь, требуется более смелые, инновационные решения, в том числе с использованием, например, Instagram технологий (положительный опыт подобных экскурсий в С.-Петербурге уже накоплен).

Иностранные туристы предпочитают программы в Петербурге, связанные с произведениями Достоевского. Особой популярностью пользуются экскурсии (нередко проводимые в квест-формате) «По местам действия романа «Преступление и наказание».

За последнее время памятные даты, связанные с жизнью писателей и поэтов становятся отличным поводом для event-путешествия в Санкт-Петербург. Самой популярной формой стали фестивали (принимают в них участие не только туристы, но и горожане). Оценим наиболее популярные.

Любимому писателю России тоже отведены дни фестиваля. С 4 по 10 июня в Санкт-Петербурге, проводят Пушкинские Дни. Праздничные программы проходят в старинном особняке «Дом Кочневой», Государственной академической капелле Санкт-Петербурга и в Софийском зале Художественного музея.

Новый фестиваль «ПушкинFest» был открыт выставкой «Времен минувших небылицы...»: «Руслан и Людмила». Сказка для взрослых». Это произведение молодого поэта, которое называют шуткой гения, не перестает удивлять читателей всех возрастов новыми и весьма неожиданными гранями.

В программе фестиваля были – выставка шедевров театрально-декорационного искусства, мультимедийные и арт-проекты, среди которых эротические рисунки поэта, квесты с «эффектом

присутствия», интерактивные сюжеты, а также посещение постоянных экспозиций музея по новым маршрутам – «Лицейское братство», «Прелестная дача в Царском Селе», «Дом Державина», «Актуальный Пушкин».

Даниила Хармса нередко называют одной из самых необыкновенных, веселых и трагических личностей отечественной литературы. Первый «Хармс – фестиваль» состоялся в Санкт-Петербурге в 2000 г. (традиционное время проведения вторая половина июня). Активно в организации фестиваля принимает участие Международное товарищество друзей Хармса. В программе фестивалей обычны праздник Дома Хармса с карнавальным шествием героев его произведений, вечер переводов произведений писателя на языки мира, вернисажи, концерты и театрализованные представления. Творчество Хармса популярно в США, Германии, Японии. Это важно учитывать при проектировании программы фестиваля и привлечения иностранных гостей.

Очень интересно проходит фестиваль «День Д», посвященный С. Довлатову (возможно потому, что в нем принимают участие и люди, которые лично были знакомы с писателем). Впервые проведенный в начале сентября 2016 г., он стал уже традиционным. «День Д-1967» прошел в этом году на разных городских площадках и был посвящен теме «второй оттепели». Программа фестиваля включила более 50 разных событий: «круглый стол», творческие встречи с В. Войновичем, С. Соловьёвым, Т. Толстой и др., спектакли, квесты, экскурсии, кинопоказы, дискотеки и уличный праздник на Рубинштейна, 23, с показом мод, парадом фокстерьеров, инсталляциями, стрит-артом, мастер-классами, выступлением симфонического оркестра. В баре «ORTHODOX» (ул. Рубинштейна, 2) прошёл мастер-класс по приготовлению коктейлей в духе довлатовской эпохи.

В июне 2017 г. в рамках XXI Международного фестиваля искусств «Сергей Осколков и его друзья» в «Театральной долине» (Васильевский остров, 13 линия) состоялся Вечер ОБЭРИУ (Объединения Реального Искусства). В программе вечера произведения ОБЭРИУтов были произведения Д. Хармса, Н. Олейникова, А. Введенского. Интерес у публики вызвала пьеса «Некоторое количество некоторого количества разговоров».

Ресурсный потенциал для развития литературного туризма в С.-Петербурге огромен. Например, Н. В. Гоголь дает огромную основу для творчества экскурсионных маршрутов, фестивалей, кве-

стов, конференций. Это могут быть и маршруты с дистанционным управлением по типу квестов или же стандартный вид экскурсий. Но самое интересное, это фестиваль, который мог бы стать центром событийных фестивалей в Санкт-Петербурге. Тем более на сегодняшний день интерес к этому писателю возрастает. Странный и загадочный Н. В. Гоголь может послужить поприщем для таинственных экскурсий, что так любят гости Санкт-Петербурга. Интересным вариантом может стать фестиваль на древнерусский праздник Ивана Купалы 7 июля. Он как раз может соединить главные Преимущества города: белые ночи, которые еще не кончились, тепло, залив Балтийского моря или же река Нева.

Никто и не вспоминает, что все мухи, тараканы, Мойдодыр были поселены в городе Ленинграде. Книги К. Чуковского читают и любят все дети, а так же их родители, которые и выросли на этих книгах. Возможно, создание парка развлечений. Причем ценность такую парк будет нести огромную, культурно-познавательную, развивающую и даже экономическую. Парк может включать, помимо аттракционов и те же экскурсионные программы, сказочные представления, кружки и программы для развития детского творчества.

Некоторые литературные мероприятия пока не получили широкой известности, иные уже хорошо известны. Так, в 2017 г. прошел XIV ежегодный открытый международный фестиваль «Петербургские мосты» (с 30 июня по 2 июля). Программа фестиваля включала выступления петербургских и зарубежных поэтов, встречи, обсуждения и презентации новых книг. К фестивалю так же приурочен финал конкурса им. Н. С. Гумилева «Заблудившийся трамвай». В рамках фестиваля стали традиционными поездки в поселок Комарово. Однако, фестиваль малоизвестен «широкой публике», ориентирован на литературную элиту. Это не совсем справедливо, ведь заявленная цель проведения мероприятий фестиваля: «Сохранение и развитие культурных традиций Петербурга».

С 2015 г. в Санкт-Петербурге запущен проект «Книжные аллеи». Летом 2017 г. книжные аллеи посетило около 750 тыс. горожан и гостей города, (было представлено около тысячи наименований книг). Интересным направлением стал городской буккросинг (бесплатный книгообмен). Количество участников буккросинга на Книжных Аллеях достигло 5 тыс. человек.

На сегодняшний день Санкт-Петербург может стать столицей литературного и событийного туризма в России. Большое количе-

ство неиспользуемого материала, задерживает это развитие. Фестивали могут стать тем магнитом, который объединит не только любителей чтения, но и туристов и жителей города. Главное направление, в котором следует работать событийному туризму это популяризация и общедоступность.

*Список литературы*

1. Новый вид путешествий – литературный туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.interfax.ru> (дата обращения: 10.11.2017).
2. Раков Ю. А. Петербург – город литературных героев. СПб.: Химиздат, 2015. 218 с.
3. Силаева Т. А. Литературный туризм как специализированный подвид культурно-познавательного туризма // Вестник Российского нового университета. № 2. 2013. С. 201–204.
4. Фирсова А. В. Литературный туризм как продукт культурного картирования // Вестник Удмуртского университета. 2012. № 2. 142 с.

**УДК 821.161.1**

*Дарья Александровна Ермолина,*  
*студентка,*

*Иркутский государственный университет,*  
*г. Иркутск, Россия*

*Любовь Федоровна Матвеева,*  
*канд. геогр. наук, доцент,*

*Иркутский государственный университет,*  
*г. Иркутск, Россия*

**Литературно-биографическая тематика в экскурсионном  
региональном продукте**

В статье отражены возможности использования литературно-биографической событийной тематики при проектировании регионального экскурсионного продукта. Убедительность экскурсионного материала обеспечивается отбором наиболее важных биографических фактов, использованием литературных источников, исследовательским элементом восприятия объектов, живым и жизненным изучением прошлого.

**Ключевые слова:** Иркутск, Байкал, писатель, Усть-Уда, Ангара, деревенская проза, туризм, маршрут

***Dariya Alexandrovna Ermolina,***

*Student,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia*

***Lubov Feodorovna Matveeva,***

*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia*

## **Literary and Biographical Themes in a Regional Tour Product**

The article reflects the possibilities of using the literary-biographical event-related topics in the design of a regional excursion product. The persuasiveness of the excursion material is ensured by the selection of the most important biographical facts, the use of literary sources, the research element of the object perception, and the living and vital study of the past.

**Keywords:** Irkutsk, Baikal, writer, Ust-Uda, Angara, village prose, tourism, route

Региональный экскурсионный продукт в Прибайкалье представлен широким спектром обзорных и тематических экскурсий, где значительное место отводится историко-краеведческой тематике. Разработка литературно-биографических экскурсий, посвящённых широко известным в нашей стране и за рубежом поэтам, писателям, драматургам Марку Сергееву, Евгению Евтушенко, Валентину Распутину, Александру Вампилову и др. могли бы занять достойное место в региональном экскурсионном продукте.

Одна из проектируемых экскурсий посвящена памяти Валентина Григорьевича Распутина – публициста и писателя, обладавшего уникальным талантом, богатым и образным языком. Его произведения пронзают до глубины души и заставляют переживать за героев его произведений.

15 марта 2017 г. писателю, публицисту, прозаику Валентину Григорьевичу Распутину исполнилось 80 лет. По всей России проходят литературно-биографические уроки, посвящённые творчеству Распутина. В Иркутской области запланировано около 30 праздничных мероприятий, посвящённых этой юбилейной дате.

Произведения Распутина выделяются в общем потоке современной литературы яркой самобытностью. Интерес к его книгам огромен во всём мире. Повести, рассказы, очерки и статьи В. Г. Распутина переведены на 40 языков. Многие произведения поставле-

ны в театрах страны, экранизированы. Наиболее известными произведениями стали: повести «Деньги для Марии» (1967), «Последний срок» (1970), «Живи и помни» (1974), «Прощание с Матёрой» (1976), «Уроки французского» (1973), «Век живи – век люби» (1981), книга очерков «Сибирь, Сибирь...» (1991) и др. В Иркутской области его произведения входят в региональную школьную программу по внеклассному чтению.

В наше время проблема нравственности становится особенно актуальной: очень часто можно наблюдать утрату человеческих качеств – совести, долга, милосердия, добра. В обществе назрела потребность говорить и размышлять об изменяющейся человеческой психологии, о взаимоотношениях между людьми; наконец, о том смысле жизни, который так неустанно и так мучительно постигают герои и героини повестей и рассказов Валентина Распутина. Отсюда актуальность темы проектируемой экскурсии: «Коснись душой Сибирской Атлантиды» (памяти В. Г. Распутина). Цель экскурсии: формирование у молодежи интереса к изучению истории родного города, малой родины; удовлетворение духовных потребностей и ностальгического интереса старших поколений иркутян; знакомство с памятными местами, связанными с жизнью и деятельностью знаменитого писателя, нашего земляка, Валентина Григорьевича Распутина. Продолжительность экскурсии – 8 часов, протяженность – около 53 км. По содержанию экскурсия – историко-литературно-биографическая. Маршрут экскурсии: Музей В. Г. Распутина (г. Иркутск), Знаменский монастырь (могила В. Г. Распутина), Байкальский тракт вдоль Иркутского водохранилища, архитектурно-этнографический музей под открытым небом «Тальцы», посещение спектакля «Прощание с Матёрой» в Иркутском драматическом академическом театре им. Охлопкова.

Первая подтема экскурсии – «Иркутск Валентина Распутина». Открывшийся в Иркутске Музей В. Г. Распутина призван стать российским центром по сохранению и изучению наследия писателя, по просвещению и воспитанию подрастающего поколения на примере жизни, творчества и личности писателя. В экспозиции музея представлены личные вещи писателя, фотоархив родных и друзей, книги из личной библиотеки [2].

Имя Валентина Распутина в сознаниях читателей долгое время неотделимо было от доброго десятка имен его сверстников, которые все почти в одно время появились на страницах художественной периодики. Излюбленным жанром их стала повесть,

жизненным материалом – деревня – как правило, за уральским хребтом и на севере – вологодская, архангельская, костромская области. Героём – человек этой деревни – тот, что и доселе живёт на земле своих дедов, и тот, что в силу разных, объективных и суетных причин покинул родную землю, ушел в город и домой наезжает не часто и ненадолго.

*«И от этих благодарных в устах чародея языка слов как-то естественно выстроился мостик к признанию, тоже сыновнему, исполненному любви уже не только к ангарской отчине, но ко всей России: «... в этой неказистой деревне жила часть русского народа, пусть очень малая часть, но той же кости, того же духа, сохранившегося ещё лучше, чем в людных местах, на семи ветрах.*

*Да и что такое «полусонная» деревня, если этот народ жил в беспрестанных трудах, играл свадьбы, рождал детей и воспитывал их, хранил традиции и держался вместе?! И когда говорят о природной лени русского человека, уверяют, что он работать способен только из-под палки, – не к ним, не к клеветникам, хочется обратиться, а к небу, которому они поклоняются: вразуми ты их, бесчестных, – разве знают они русского человека? Кто кормил их, кто защищал их от гибели, пока они напивались ядом?» В. Распутин [1].*

Вторая выездная часть экскурсии посвящена малой родине писателя – Приангарью, «Сибирской Атлантиде».

Родился Валентин Григорьевич Распутин 15 марта 1937 г. в семье крестьянина в поселке Усть-Уда Иркутской области, расположенном на берегу реки Ангары. Детство его пришлось на войну и голодные послевоенные годы. *«Первые мои впечатления связаны с Ангарой, потом с матерью и бабушкой. Я понимаю, что должно быть наоборот, ведь не Ангара же вспоила меня грудным молоком, но, сколько ни веду я в себе раскопки, ничего прежде Ангары не нахожу. Вероятно, присутствие матери было настолько естественным и необходимым, сращенность была настолько полной, что я не отделял себя от неё. Ангара же поразила меня волшебной красотой и силой, я не понимал, что это природа, существующая самостоятельно от человека миллионы лет, мне представлялось, что это она принесла нас сюда, расставила в определённом порядке избы и заселила их семьями. Это представление могло связаться с картиной разлившейся Ангары, затопившей деревню, по которой мы, ребята, плавали на плотиках, и прине-*

*сённой на стремнине на каком-то помосте коровы; слышу и сейчас чей-то голос: «Это матушка-Ангара бедным детушкам по-несла»... – писал В.Распутин [1].*

В 2009 г. по инициативе Валентина Распутина была предпринята поездка по Ангаре, с целью запечатлеть судьбу деревень и их жителей, переселенных с мест затопления Братской ГЭС, и деревень, которые затапливали при пуске Богучанской ГЭС. Под водой оказались сожженные дома, школы; земля, кормившая людей, со скрытой в ее недрах древнейшей культурой, а вместе с землей и оторванными от нее людьми – традиции русского народа. Фильм о судьбе «изумрудной красавицы Ангары» – «Река жизни» (режиссёр С. Мирошниченко, 2011 г.) – поучился трагическим, прощальным.

Два десятка деревень, ушедших под воды Ангары при запуске Иркутской ГЭС в 1956 году, теперь недоступны ни изучению, ни памяти. Одной из таких затопленных деревень оказалась деревня Тальцы – следующий объект в проектируемой экскурсии [2].

В третьей части проектируемой экскурсии – посещение спектакля «Прощание с Матерой». Герои повести Распутина – это жители острова-деревни Матера, которые вынуждены покинуть свою малую родину из-за предстоящего затопления. Это история одной семьи, но на её основе мы можем вывести общую формулу смысла жизни человека [3].

В заключительной части экскурсии необходимо подчеркнуть, что творчество Валентина Распутина – явление в мировой литературе, и, как всякое явление, оно единственно, уникально. Живя в единении с природой, писатель глубоко и искренне любил Россию, свой родной край и Байкал. К его произведениям будут обращаться не одно поколение россиян еще многие годы.

#### *Список литературы*

1. Анашкин Э. Из глубин памяти. (Критика) // Наш современник. 2016. № 9. С. 272–283.
2. Матвеева Л. Ф., Ермолина Д. А. К проекту литературно-биографической экскурсии «Коснись душой сибирской Атлантиды» (памяти В. Г. Распутина) // Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты: Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск: ЦентрНауч-Сервис, 2017. С. 96–103.
3. Спектакль «Прощание с Матерой» покажут на сцене иркутского драмтеатра [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.irk.kp.ru> (дата обращения 01.11.2017).

*Антон Сергеевич Касанов,  
канд. ист. наук, доцент,  
Вятский государственный университет,  
г. Киров, Россия*

### **Учебные заведения Вятки и экскурсионные практики в начале XX в.**

В статье исследуется экскурсионная деятельность в учебных заведениях Вятки в начале XX в., выявляется характер экскурсий, их специфика в различных образовательных учреждениях губернского центра.

**Ключевые слова:** экскурсии, прогулки, туризм, Вятка, учебные заведения

*Anton Sergeevich Kasanov  
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

### **Educational Institutions of Vyatka and Excursion Practice in the Beginning of the XX Century**

The article explores the excursion activity in the educational institutions of Vyatka at the beginning of the 20th century, reveals the nature of the excursions, their specificity in the various educational institutions of the provincial center.

**Keywords:** excursions, walks, tourism, Vyatka, educational institutions

Несмотря на рост интереса современного российского общества к вопросам внутреннего туризма многие аспекты дореволюционных экскурсионных практик остаются малоизученными. История проведения и организации экскурсий в Вятке в начале XX в. до сих пор не стала предметом отдельного обстоятельного исследования. В ряде работ данный вопрос рассматривался лишь в контексте изучения истории системы образования в Вятской губернии [4; 5]. В то же время сохранившийся в Государственном архиве Кировской области массив документов позволяет исследовать данный вопрос обстоятельно и всесторонне.

Первые упоминания об организации экскурсий в учебных заведениях Вятки относятся к началу XIX в. Тогда это была частная инициатива тех или иных педагогов, желавших разнообразить учебный процесс. После Великих реформ с оживлением общественной жизни на рубеже XIX–XX вв. в России происходит

всплеск интереса к экскурсионной деятельности. В этот период педагоги увидели в экскурсиях «хорошую возможность отойти от классического российского обучения, носившего преимущественно теоретический характер, и значительно улучшить преподавание естественных предметов, приблизив учащихся к самой природе всех вещей» [1]. В. Б. Помелов, анализируя учебный процесс в Вятском епархиальном училище, указывает, что «особое внимание обращалось на разумное сочетание классных и внеклассных занятий с отдыхом. Проводились экскурсии по реке Вятке, посещение музеев и выставок, учебных мастерских, ферм, заводов, метеорологической и сельскохозяйственной опытной станции и т. д.» [5].

Если в других губернских городах главным драйвером экскурсионной работы зачастую становились общественные организации, то в Вятско-Камском регионе экскурсионная деятельность осуществлялась преимущественно учреждениями системы образования при поддержке земских органов.

Широко развиты в Вятке начала XX в. были природоведческие экскурсии, которые проводились в большинстве учебных заведений губернского города. В частности, подобный тип прогулок доминировал в экскурсионной практике одного из крупнейших образовательных центров Вятско-Камского региона в дореволюционный период – Вятской мужской гимназии. Большая часть таких экскурсий была посвящена знакомству учеников с природой в разные временные периоды, изучению растений и зеленых насаждений. Наиболее распространенным типом экскурсий были походы в гимназический сад. Здесь воспитанники учебного заведения «соревновались в распознавании различных пород деревьев и кустарников» [3]. Совершались регулярные прогулки на реку Вятку, где «разбирался вопрос о замерзании воды и ее значении в экономике земного шара», осматривались овраги и ключи [3]. Проводились и более длительные экскурсии в пригороды Вятки, ученики знакомились с работой сельскохозяйственной фермы, теплиц общества садоводства, посещали конюшни государственного коннозаводства. Такие прогулки проводили чаще всего для учеников I, II и III классов гимназии преподаватели природоведения. Количество подобных экскурсий колебалось от 6 до 14 в разные годы.

Популярностью у учеников пользовались экскурсии на производство. Воспитанники учебных заведений посещали железнодорожные мастерские, электрическую станцию, епархиальный свеч-

ной завод, кондитерскую фабрику, дрожжевой завод Смолянинова и т. д. Подобные экскурсии не только давали детям знания по технической части, но и сильно впечатляли чисто житейскими зарисовками, как воспитанников гимназии, так и преподавательский состав. Так, сопровождавший учеников IV класса 2-ой Вятской мужской гимназии на экскурсии по льнопрядильной фабрике Булычева преподаватель Павлов характерно описал свои впечатления: «...Выйдя из фабрики, мы вздохнули полной грудью свежим воздухом. Не отрадное впечатление осталось у учащихся от посещения фабрики. Работающие, главным образом, состоят из женщин и детей. В прядильне и ткацкой воздух насыщен влажностью и смазочным маслом, в сортировочной мельчайшая пыль стоит туманом, несмотря на действие вентиляторов. И вот в такой-то атмосфере среди шума и гама работают женщины и дети» [3].

Отчеты об экскурсиях на производство печатались в вятских газетах («Вятские губернские ведомости», «Вятская речь») и в каком-то роде не только являлись красочным описанием экскурсии, но и рекламой самим предприятиям, администрации которых весьма любезно относились к экскурсантам. Так, «Вятская речь» при характеристике экскурсии воспитанников коммерческого училища на деревообделочный завод Петухова указывает, что специально для визитеров была разработана особая экскурсионная программа. Она длилась с 10–00 до 18–00, для удобства демонстрации остановлены были станки, гостей кормили завтраком, дарили сладости и даже выделили транспорт для трансферта обратно в учебное заведение [3]. Та же газета писала в 1911 г., что администрация писчебумажной фабрики Первушина в с. Медяны специально приурочила запуск работы предприятия к экскурсии учениц Вятской женской гимназии [2]. К услугам экскурсантов были специальные сотрудники фабрики, которые организовали пикник с горячим чаем из самоваров.

Экскурсии культурно-познавательной и религиозной направленности также представляли большой интерес для учеников, являлись инструментом их нравственного воспитания. Распространенной практикой был осмотр достопримечательностей города, посещение вятских храмов – Александро-Невского и Кафедрального Троицкого соборов, мужского и женского монастырей и т. д. При этом воспитанников учебных заведений не просто знакомили с историей православных святынь, но и пытались показать, как устроены изнутри процессы в монастырях и храмах, как проходит

их хозяйственная и экономическая жизнь. Например, в документах женской гимназии за 1902 г. указано, что ученицы VIII класса 28 ноября 1902 г. не просто изучали историю Преображенского женского монастыря, но и осматривали рукодельные и живописные мастерские, изучали, как проходит «чеканка икон» и т. д. [3] Часто экскурсии в храмы заканчивались молебном, совмещались с православными праздниками.

Практиковались администрацией учебных заведений выезды с экскурсионными целями за пределы Вятской губернии. Такие поездки могли быть разными по временной протяженности и содержанию. В женской гимназии воспитанницы имели возможность в каникулярное время посетить Казань или Санкт-Петербург. Цели таких поездок были разными, в столицу ученицы отправлялись, чтобы осмотреть достопримечательности, в Казани же часто проводились кустарные и промышленные выставки, которые посещала вятская молодежь. В мужской гимназии разрабатывали более сложные по организации поездки. Например, в 1913 г. 34 ученика V, VI, VII и VIII классов под руководством инспектора Суханова, преподавателя природоведения и географии Филиппова и врача Завалихина совершили экскурсию по России. Они посетили Пермь, Казань, Астрахань, Баку, Тифлис, Батуми, Ялту, Севастополь, Одессу, Киев и Москву. «Вятская речь» сообщала, что «из своей поездки гимназисты вынесли огромную массу впечатлений, знаний и наблюдений. Многие вели дневники и записывали в них все достойное внимания из встреченного на таком огромном пути. Хотя экскурсия продолжалась более 40 дней, каждый участник издержал за всю поездку всего около 40 рублей» [2]. В 1914 г. удалось повторить это масштабное турне по России и даже добавить в экскурсионную программу новый город – Санкт-Петербург.

С началом Первой мировой войны экскурсий в учебных заведениях стало проводиться значительно меньше, а где-то они и вовсе прекратились. Однако администрация женской гимназии в этот период решила обратиться к формату подобному «виртуальной экскурсии». Так, в «Отчете женской гимназии за 1915 г.» указывалось: «образовательных экскурсий в отчетном году не было... 15 февраля для учениц гимназии была прочитана членом императорского географического общества М. П. Преображенской лекция со световыми картинками о Кавказе и о восхождении на вершину Казбека» [3]. Пример учительницы Владикавказского женского епархиального училища Марии Преображенской должен был вдохно-

вить юных воспитанниц гимназии и привить им любовь к туризму. Интересно, что Преображенская рассказывала про свои экскурсии на Кавказ не только гимназисткам, но и ученикам коммерческого училища, на молодежь лекция путешественницы произвела сильное впечатление.

Таким образом, экскурсии в начале XX в. проводились во всех учебных заведениях города Вятки. В каждом из них имела своя специфика проведения подобных мероприятий. Например, в мужской гимназии большая часть экскурсий носила природоведческий характер, а в женской гимназии ученицам всего чаще организовывали прогулки для обзора городских достопримечательностей и на производство. Количество проведенных экскурсий также разнилось. В мужской гимназии только за 5 лет (1905 – 1906, 1908, 1911, 1913 гг.) была организована 51 экскурсия. В тоже время в женской гимназии всего в период с 1900 по 1915 гг. воспитанницы посетили лишь 32 экскурсии. Количество экскурсантов также различалось, обычно составлялись группы в несколько десятков человек. Самым масштабным выездом стала в 1911 г. прогулка учениц, педагогического состава и родительского комитета Вятской женской гимназии в село Медяны. В этом мероприятии приняло участие 430 человек, они отправились в путешествие на пароходе «Отец». Важно отметить, что владевшее судном «Товарищество Вятско-Волжского пароходства» предоставляло ученикам право бесплатного проезда, что положительно сказалось на интенсивности экскурсий в отдаленные от губернского центра местности.

Экскурсии способствовали сплочению воспитанников учебного заведения, расширению их кругозора, получению дополнительных практических знаний. Общество позитивно восприняло идею ученических экскурсий, поэтому, в частности, промышленники способствовали прогулкам на свои предприятия, власть не препятствовала развитию экскурсионного дела, пресса активно освещала экскурсии самых разных вятских учебных заведений, тем самым, работая на популяризацию экскурсионного дела в губернском центре.

#### *Список литературы*

1. Баталова Л. В. Туризм в Удмуртии: история и современность. Монография. Ижевск, 2012. 438.
2. Вятская речь. 1911. № 106. 19 мая.
3. Государственный архив Кировской области (ГАКО). Ф. 211. Оп. 1. Д. 545. Л. 22.

4. Дворецкая Т. А. Школа на переломе эпох: (из истории Вятской 2-й женской гимназии) // Герценка. Вятские записки. Киров, 2013. С. 135–149.

5. Помелов В. Б. Региональные особенности развития народного образования в российской провинции со второй половины XIX по октябрь 1917 г.: На материалах Вятской губернии и сравнительном анализе проблемы в соседних с ней регионах. Москва, 1998. 514 с.

**УДК [005.336.3:338.48-32]:640.4**

***Алла Вениаминовна Полякова,***  
*канд. техн. наук, доцент,*  
*Донецкий национальный университет*  
*экономики и торговли им. М. Туган-Барановского,*  
*г. Донецк, ДНР*

### **Исследование уровня качества экскурсионных услуг**

Статья посвящена исследованию показателей, влияющих на формирование уровня качества предоставления гостиничными предприятиями экскурсионных услуг для потребителей. Результаты исследований позволят прогнозировать итоги процесса экскурсионного обслуживания и обеспечивать запланированный уровень качества оказываемых услуг.

**Ключевые слова:** экскурсионные услуги, уровень качества, иерархическая структура показателей качества, удовлетворение потребителей

***Alla Veniaminovna Polyakova,***  
*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,*  
*Donetsk National University of Economics and Trade*  
*named for Mikhail Tugan-Baranovsky,*  
*Donetsk, DNR*

### **The Study of the Level of Tour Services Quality**

The article is devoted to the study of the parameters influencing the formation of quality level of providing tour services for consumers by hotel companies. The research results will allow to predict the results of excursion service process and ensure the planned level of quality of services.

**Keywords:** tour services, quality level, hierarchical structure of indicators of quality, customer satisfaction

Традиционно предприятия гостиничной индустрии предлагают достаточно широкий спектр дополнительных услуг, которые позволяют разнообразить отдых туристов, в максимальной степени удовлетворить возникающие потребности отдыхающих, а также обеспечить для себя большую конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг. Важно при формировании ассортимента

дополнительных услуг четко сформулировать концепцию функционирования гостиничного предприятия с учетом существующего спроса и уже имеющихся предложений от хозяйствующих объектов сферы услуг. Следующим важным шагом является обеспечение определенного уровня качества услуг, что в настоящее время представляется как основополагающий фактор неценовой конкуренции, в котором заинтересованы обе стороны процесса обслуживания. Достижение лидирующих позиций на рынке услуг невозможно без планомерной систематической деятельности предприятия направленной на создание продукта, обладающего наивысшим полезным эффектом по отношению к суммарным затратам потребителя. В связи с этим каждый вид услуг необходимо рассматривать через призму присущих им характеристик, позволяющих обеспечивать установленный уровень качества, а также разрабатывать совокупность мер постоянного воздействия на процесс создания продукта, т. е. управлять его качеством.

Целью работы является исследование процессов управления качеством экскурсионных услуг, как вида дополнительных услуг гостиничной сферы, для обеспечения планируемого уровня качества данного продукта и эффективности в удовлетворении потребностей туристов.

Экскурсионные услуги – это туристские услуги по разработке, организации и проведению экскурсий – посещения объектов экскурсионного показа индивидуальными туристами или туристскими группами, деятельность, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода [1]. Для достижения главной цели – создания качественного экскурсионного продукта для потребителя необходимо учесть все особенности (признаки), которые обусловлены сущностью данного объекта. Свойства, характеризующие экскурсионную услугу, как конечный продукт, зависят от качества процессов предварительной подготовки, непосредственно организации и проведения. Каждый из указанных этапов нуждается в тщательном исследовании, прогнозировании, анализе и контроле. Для успешного понимания особенностей экскурсионных услуг и дальнейшего управления их качеством необходимо представить характеристики данного объекта как совокупность показателей, объединив их в иерархическую структуру (таблица).

**Иерархическая структура показателей качества  
экскурсионных услуг**

<i>Показатели</i>		
<i>1 уровень</i>	<i>2 уровень</i>	<i>3 уровень</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Показатели назначения	Информационная составляющая	Содержание
		Тематика
		Возрастная категория
		Уровень современности информационных источников
	Насыщенность программы	
	Ценность экскурсионных объектов	Уникальность
		Экзотичность
		Известность
	Количество охваченных программой объектов	Возможность самостоятельного выбора
		Продолжительность осмотра каждого объекта
		Длительность экскурсии
	Маршрут	Темп движения по маршруту
		Пути следования от объекта к объекту
		Последовательность
Выбор точек обзора		
Комплектация экскурсионного пакета	Наличие договоров с партнерами	
	Регламентация НДС	
Показатели безопасности	Вид используемого транспорта	воздушный
		водный
		железнодорожный
		автомобильный
	Наличие страхования	Индивидуальное
		Групповое
	Экологическая безопасность	Пропускной потенциал местности
		Санитарно-гигиеническое состояние района
	Проведения инструктажа по безопасности	

Показатели безопасности	Предупреждение утомляемости экскурсанта	
	Техническое состояние объекта посещения	
	Оперативность персонала при оказании необходимой помощи	
Показатели эргономичности	Комфорт транспортного средства	Люкс
		Первый класс
		Туристический класс
		Экономический класс
	Скорость передвижения от объекта к объекту	
	Продолжительность тура	
	Наличие времени для отдыха в ходе экскурсии	
	Наличие дополнительных услуг	
	Максимальное количество экскурсантов	
Оперативная связь с экскурсоводом		
Организация и проведение	Общий уровень обслуживания	
	Методическое обеспечение экскурсии	

Окончание табл.

1	2	3
Организация и проведение	Методические приемы рассказа, стиль	Экскурсионная справка
		Характеристика, описание объекта
		Цитирование
		Литературный монтаж
	Темп изложения текста	
	Техническое оснащение	Использование новых технологий
Использование видео-, аудио-материалов		
Аккредитация турфирмы, аттестация экскурсовода		
Организация и проведение	Профессионализм экскурсовода	Умение вести экскурсию
		Знание темы (объектов)
		Опыт работы
		Применение индивидуального подхода
		Коммуникабельность
		Знание иностранных языков
		Квалификация, образование
Сервисные показатели	Вежливость персонала	
	Соблюдение профессиональной этики	
	Возможность бронирования	
	Наличие рекламной информации	Информационный листок к путевке
		Карты-схемы путешествий
	Предоставление скидок, льгот	Программа лояльности
Одноразовые скидки		

Известно, что в комплексе качество экскурсионных услуг складывается из следующих составляющих: 1) качества использу-

емого экскурсионного пакета (маршрута); 2) безопасности; 3) эргономичности и эстетичности; 4) методического обеспечения всех этапов и его использования; 5) сервиса и комфорта.

Представленная иерархическая структура показателей качества экскурсионных услуг (табл. 1) является не законченной. В ней представлены четыре группы показателей: назначения, безопасности, организации и проведения, сервисные показатели. Каждая из указанной группы включает показатели второго и далее третьего порядков. Возможно продолжение формирования данной структуры для большей детализации характеристик объекта с целью исследования его качества. На последнем уровне иерархической структуры должны быть расположены показатели, которые можно измерить или каким-либо другим способом установить их численное значение [2]. Данный вид работы является первым этапом для дальнейшей количественной оценки уровня качества экскурсионных услуг, что позволит иметь четкое представление о том, как формируется качество, на какие особенности объекта необходимо обратить внимание и каким образом воздействовать на него, чтобы достичь ожидаемого уровня качества.

Таким образом, изучение факторов влияющих на формирование качества экскурсионных услуг позволяет в дальнейшем выработать определенный механизм действий, учитывающий потенциальные риски снижения уровня качества данного объекта. Оценка качества услуги с использованием современных методик способствует усовершенствованию процесса производства, достижения лучших результатов и повышения конкурентоспособности предприятия в целом.

#### *Список литературы*

1. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. М.: Стандартинформ, 2012. 15 с.
2. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 392 с.

*Ирина Ивановна Старкова,*  
канд. социол. наук, доцент,  
Бурятский государственный университет,  
г. Улан-Удэ, Россия

### **Квест-экскурсия как одна из инновационных технологий в экскурсионной деятельности**

В статье рассматриваются вопросы создания и использования квест-экскурсии как одной из инновационных технологий в экскурсионной деятельности. Рассмотрена сущность, виды, формы и признаки квест-экскурсий, а также изучен опыт проведения квест-экскурсий в России и Республике Бурятия.

**Ключевые слова:** экскурсия, квест-экскурсия, квест

*Irina Ivanovna Starkova,*  
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,  
Buryat State University,  
Ulan-Ude, Russia

### **Quest-Excursion as one of the Innovative Technologies in Excursion Activities**

The article examines the creation and use of quest-excursions as one of the innovative technologies in the excursion activities. The essence, types, forms and characteristics of quest-excursions are regarded, and the experience of quest-excursions organization in Russia and the Republic of Buryatia is studied.

Keywords: excursion, quest tour, quest

Общеизвестно, что экскурсионная деятельность является одной из основных составляющих туристского продукта, но инновации в данной области проводятся реже всего. Современный туристский рынок требует нового подхода к организации экскурсионной деятельности, и исследование квест-экскурсии как инновационной технологии в экскурсионной деятельности, получившей в настоящее время широкое распространение на западе, является актуальным.

Понятие «квест» («quest») с английского языка переводится как «поиск, предмет поисков, поиск приключений, исполнение рыцарского обета». Квест – это жанр компьютерной игры, представляющий интерактивную историю, где присутствует главный герой, управляемый игрок, это поиск чего-либо, путешествие к определенной цели через преодоление определенных препятствий.

«Квест-экскурсия – это комбинация классической экскурсии и игры (Квеста). Экскурсия – это организованное посещение достопримечательностей. Квест – это игра, где участники должны решить различные логические задачи, найти необходимую информацию, научиться работать с информационными ресурсами, осуществлять поиск необходимой информации и грамотно её применить.

Определение квест-экскурсий наиболее точно сформулировали Алексеева Н. Д. и Рябова Е. В. в своей научной статье «Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности». В более ранних источниках по данной теме не дается чёткого определения термину квест-экскурсия. «Квест-экскурсия – это услуга по организации посещения специально подобранных объектов экскурсионного показа индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов посредством наблюдения, общения с другими субъектами и решения логических задач под руководством квалифицированного специалиста – экскурсовода, продолжительностью менее 24 часов без ночевки» [1].

Сущность квест-экскурсии

Квест-экскурсия – это инновационное направление в экскурсионной деятельности, которое совмещает в себе одновременно игру и экскурсию. Это экскурсия без обычных гидов-экскурсоводов, комбинированный вид квеста и экскурсии, в процессе прохождения которого исторические события и повествования о людях, создававших историю города или местности, чередуются с увлекательнейшими загадками и головоломками. Город/местность представляются то хорошо знакомыми, как на открытках, то в неожиданном ракурсе, участники квест-экскурсии познают город/местность, узнавая новые факты его биографии.

Квест-экскурсии – это отличная возможность проверить самого себя, взглянуть по-новому на обычные вещи и события и получить драгоценный опыт. Помимо этого, – это отличный тренинг, где участник может примерить на себя амплу героя, который иногда не очень не похож на его социальную роль, которую он выполняет в обществе. Это позволяет человеку узнать то, насколько ему экскурсии и данная роль, ощутить себя в другой ситуации. Условия игры – достижение своей цели, незнание своих напарников и желание разобратся в тайне – заставляют героев, путем наводящих вопросов и анализа приобретенных данных, разгадывать мотивы, решать поставленные задачи, анализировать способности других участников

и работать в команде. Это превращает квест-экскурсию не просто в приятное времяпровождение, но и дает участникам попробовать незнакомые роли, понимать и предсказывать поведение другого игрока, принимать и понимать участников, отличных от них.

Виды, типы и формы квест-экскурсий

В зависимости от индивидуальных физических возможностей и особенностей экскурсантов, квест-экскурсии могут проводиться как пешеходные, так и с использованием различных видов транспорта: велосипедного, автомобильного или иного транспортного средства.

Некоторые организаторы квест-экскурсий составляют разные по сложности варианты одной экскурсии, учитывая индивидуальные способности участников, так, что один и тот же маршрут могут проходить различные категории экскурсантов. Это означает, что квест-экскурсии могут быть разными в зависимости от уровня сложности. Так, существуют квесты: для взрослых, молодежи, школьников, детей. Опытные участники могут проходить одну и ту же квест-экскурсию по несколько раз, и каждый раз открывать для себя что-то новенькое [3].

Разной бывает и форма выдачи заданий. Квест-экскурсия может проводиться в следующих формах:

а) квест-экскурсии с участием экскурсовода, где каждое задание экскурсовод (ведущий) выдает лично сам;

б) безличная квест-экскурсия, где участникам выдают сразу весь пакет-легенду (квест-маршрут);

в) квест-экскурсия, где задания выдаются дистанционно, т. е. участники получают задания на смартфон/планшет, или ищут заданную точки при помощи GPS-навигатора (мобильные квесты) [2].

Отдельный вид от прочих квест-экскурсий представляет собой квест-маршрут, отличительной особенностью которого является то, что участнику выдается маршрутный лист с текстом и заданиями. После чего организатор не принимает никакого участия в прохождении экскурсантами данного маршрута. Данный вид квеста не совсем соответствует понятию «экскурсия», потому что в этом случае отсутствует ее главный признак – наличие экскурсовода, который проводит экскурсию. Но так как этот квест-маршрут все-таки подготовлен экскурсоводом, то необходимо упомянуть его, тем более что такие нестандартные экскурсии имеют интересные особенности:

1. Экскурсанту не надо подстраиваться под время организованной группы.

2. Есть возможность пройти маршрут в кругу близких людей без участия в экскурсии незнакомых людей.

3. Возможность пройти маршрут в своем режиме, не догонять и не ждать никого, вплоть до того, что можно проходить его несколько дней или пройти достаточно быстро.

4. Нет доплаты отдельно за каждого участника.

5. оплата за экскурсию не пропадет в случае, если участник не смог пойти в указанное время.

Экскурсионный квест включает в себя обязательные признаки квеста и экскурсии:

- протяженность по времени – от академического часа до 24 часов;

- наличие группы экскурсантов (5–50 человек);

- подготовка маршрута и заданий квалифицированным экскурсоводом;

- определенная тема, сюжет, легенда, которая является главной составляющей этого осмотра, диктует его направление;

- осмотр экскурсионных объектов, первичность впечатлений зрителя;

- знакомство с объектами в процессе движения и во время остановок;

- присутствие заданий/препятствий;

- цель, к которой надо прийти, преодолев препятствия и выполнив задания.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что квест-экскурсия – это продукт, который отвечает потребностям современного человека, который будет востребован в современном обществе. Также квест-экскурсия имеет большой потенциал развития в будущем. А работа над теоретическими аспектами и становлением квест-экскурсий как отдельного вида экскурсионной деятельности только начинается.

В России квест-экскурсии находятся ещё на стадии развития, а в некоторых регионах только на стадии зарождения. Сейчас посетить данный вид экскурсий могут жители и гости Москвы, Санкт-Петербурга, Ярославля, Сочи, Анапы, Екатеринбурга, Смоленска, Казани, Пензы, Калининграда и Новосибирска.

Следует отметить, что в последнее время экскурсионный квест-туризм на территории России развивается достаточно актив-

но, но неравномерно. Среди квест-экскурсий, предлагаемых московскими компаниями, преобладают обзорные, исторические и литературоведческие экскурсии по городу с большим количеством логических задач. На втором месте по количеству предложений – музейные квест-экскурсии, а также несколько вариантов экологических квестов. Имеются варианты квест-экскурсий на английском языке. В северной столице также наиболее популярны городские квест-экскурсии различных тематик – обзорные, литературоведческие, военно-исторические, архитектурные – с преобладанием заданий на логику и внимательность. Однако, немало предложений и пригородных экскурсионных квестов, прохождение которых связано с активной физической деятельностью на свежем воздухе. Количество предложений и тематика экскурсионных квестов на территории России весьма различна: в крупных городах преобладают обзорные и исторические квест-экскурсии, реже музейные квесты, а в отдаленных районах страны преобладают квест-экскурсии природоведческой тематики, требующие физической активности. На экскурсионном рынке Самарской области имеется не так много предложений экскурсий в стиле «квест» – одна городская обзорная квест-экскурсия по Самаре и ряд загородных квестов на территории села Ширяево с большим количеством активных заданий, нежели логических. Кроме того, есть возможность индивидуального заказа экскурсионных геокешинг-туров по Самаре [5, с. 4], но массовые предложения по данному виду экскурсии отсутствуют.

В настоящее время в России проводятся событийные квест-экскурсии – разовые или ежегодные, чаще всего бесплатные экскурсионные квесты, приуроченных к каким-либо событиям или годовщинам. Организаторами данных экскурсий выступают общественные организации или органы государственной власти. Также получило развитие такое направление, как экскурсионный геокешинг. Его идея состоит в том, что одни участники прячут тайники, с помощью GPS определяют их географические координаты и делают оповещение о них в Интернете, в социальных сетях. Другие участники используют эти координаты и свои GPS-приёмники для нахождения тайников. Часто тайники располагаются в таких местах, которые представляют собой природный, исторический, культурный, географический интерес. Поэтому такая игра представляет собой активный и познавательный процесс. В геокешинг можно играть всей семьёй, компанией или вдвоём. На первый

286

взгляд, представляется, что найти тайник с помощью GPS-приёмника не сложно. Но точность, с которой прибор указывает позицию, составляет от нескольких метров до нескольких десятков метров. Это даёт возможность только «очертить» небольшой район местонахождения закладки тайника. Для более точного поиска тайника необходимо пользоваться подсказками из описания тайника, проявить наблюдательность, смекалку и опыт. Изначально, геокешинг развивался стихийно. Однако не так давно в Новосибирске на базе Сибирского государственного университета геосистем и технологий, доцентом кафедры кадастра и территориального планирования А. В. Дубровским, был предложен геокешинг архитектурных или исторических достопримечательностей в качестве альтернативной формы обучения будущих геодезистов.

В Республике Бурятия на данное время развивается только направление музейных квестов, которые направлены в основном на детей дошкольного и младшего и среднего школьного возрастов. В туристических фирмах Бурятии по результатам моего анализа данный продукт практически не представлен.

По словам работников некоторых турфирм, предложения квест-экскурсий в турфирмах находится только на стадии планирования и разработки. На наш взгляд, в нашем регионе есть все условия для успешного развития квест-экскурсий и квест-туризма в целом.

Таким образом, появилась возможность уйти от привычных стереотипов экскурсии, сделать её более насыщенной, увлекательной, полезной и запоминающейся. Использование данного направления, даёт перспективы для развития экскурсоведения, повышает качество и конкурентоспособность экскурсионных услуг, обеспечивает приток дополнительных финансовых ресурсов на туристском рынке региона.

#### *Список литературы*

1. Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
2. Николаева Н. В. Образовательные квест-проекты как метод и средство развития навыков информационной деятельности учащихся [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vio.fio.ru> (дата обращения: 12.11.2017).
3. Свистунов А. В., Афанасьева Н. В. Квест-экскурсия как инновационное направление развития регионального туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru> (дата обращения: 12.11.2017).

*Кристина Аркадьевна Новоселова,*

*магистрант,*

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,*

*г. Кострома, Россия*

### **Организация и проведение анимационных программ в семейном туризме на примере Костромской области**

В контексте исследования современного семейного туризма рассматриваются преимущества применения анимационных программ в целях сочетания интересов взрослых и детей и укрепления семьи. Выявляются потребности семьи в совместной досуговой деятельности.

**Ключевые слова:** семейный туризм, анимация, квест-экскурсия, сохранение семейных ценностей

*Kristina Arkadyevna Novoselova,*

*Master's Degree Student,*

*St. Petersburg State Institute of Culture,*

*Kostroma, Russia*

### **The organization and Implementation of Animation Programs in Family Tourism on an Example of Kostroma Region**

The benefits of using animation programs for combining the interests of adults and children and strengthening the family are discussed in the context of the study of modern family tourism. The needs of the family are identified in joint leisure activities.

**Keywords:** family tourism, animation, quest-excursion, preservation of family values

Семейный туризм является одним из самых сложно организуемых видов отдыха. В семейном досуге особенно важным является удовлетворение потребностей каждого члена семьи [2]. В связи с этим, проблемой данного исследования будет ответ на вопрос: «Каковы особенности организации и проведения анимационных программ в семейном туризме?». В ходе исследования будут разработаны рекомендации по использованию анимационных программ в совместном отдыхе родителей и детей.

Семейный туризм был и остается предметом специальных исследований. По этой теме было написано много трудов российских и зарубежных ученых и теоретическую основу исследования составили работы таких авторов, как И. М. Асанова, Ю. В. Гранильщикова, Н. А. Зайцева, И. Ф. Игнатова, Т. Г. Киселева и интернет источников.

Туроператоры не в полной мере используют преимущества применения анимационных программ в современном семейном туризме, что делает необходимым дальнейшее изучение данной темы. Путешествия с детьми требуют особого подхода, строгой организации и правильного распределения времени, серьезное внимание должно уделяться самой программе путешествия.

Семейный туризм представляет собой особый вид туризма – и как форма проведения семейного досуга, и как комплексный и финансово выгодный сегмент потребления на рынке [2].

Особое место организации развлекательной или культурно-познавательной части путешествия обусловлено тем, что целью семейного туризма ставится не только само путешествие, но и укрепление семьи, развитие детей, формирование новых знаний и отношений в семье. Сложностью для организаторов является сочетание интересов взрослых и детей, что требует обеспечения гармоничного использования в семейном туре программ, рассчитанных только на детей, только на взрослых и совместных мероприятий, интересных всем.

В семейном туризме следует активно использовать анимационные программы, в ходе которых туристы будут вовлечены в активное действие. Анимационная деятельность должна быть тщательно спланирована и организована. Программа должна содержать сюрприз и предлагать одновременно несколько мероприятий, чтобы соответствовать различным интересам и пожеланиям всех членов семьи.

В настоящее время наблюдается тенденция разобщенности в семьях. Дети и родители проводят мало времени вместе в силу занятости, все реже имеют общие семейные заботы, и с взрослением детей все больше отдаляются друг от друга. И все чаще не понимают друг друга. А когда есть общее свободное время, не могут найти способ провести его совместно так, чтобы всем было интересно. Дети школьного и подросткового возраста в большинстве случаев проводят много времени со сверстниками, с учителями и очень мало со своей семьей. Выезжают на экскурсии, как правило, тоже со школой. А ведь именно экскурсия как раз и может стать важным объединяющим событием. Она оставляет общие впечатления и воспоминания, которые мы, взрослея, бережно храним в себе. Именно поэтому очень важно, с кем ребенок ездит в такие поездки.

Все это мне не раз приходилось наблюдать в своей практической работе и в туризме, и в сфере дополнительного образования. Работая гидом в Турции от туроператора «Интурист», в отелях и в сопровождении туристических групп на экскурсиях, постоянно отмечала для себя, что большинство анимационных программ построены на разобщении детей и родителей. Чаще всего детские аниматоры и специальный персонал отелей занимаются развлечением детей. У взрослых свои развлечения, вечера знакомств и времяпрепровождение в вечерних барах. Анимация сосредоточена на занятости ребенка, а родители спокойно отдыхают от своих детей. Из совместных семейных анимационных развлечений на отдыхе я бы назвала спортивные мероприятия, которые бывают достаточно захватывающими и азартными для всей семьи. Такую же ситуацию повсеместно можно наблюдать и во внутреннем туризме и на всех направлениях отдыха наших туристов.

Работа в сфере дополнительного образования, в молодежной студии, в качестве преподавателя, дает мне возможность постоянного близкого общения с большим количеством детей и подростков. Хочется отметить, что дети бы с удовольствием занимались и познанием, и творчеством вместе со своими родителями, и им очень не хватает интереса родителей к их внутреннему миру.

Совместное проведение досуга необходимо родителям и детям для того, чтобы разделить друг с другом свои интересы и получить возможность самовыражения и творческой деятельности. Отдыхая и общаясь, участвуя в совместных программах, родители и дети учатся быть ближе друг к другу.

Территория города Костромы предоставляет уникальные возможности для развития семейного туризма. Кострома стоит на волжском берегу в 360 км от столицы. Очень уютный город, манящий спокойствием и тишиной.

Кострома зародилась в 1152 г., с начала своего основания была втянута в княжеские междоусобицы, подвергалась набегам татар, новгородцев, пылала в огне феодальной войны. При этом в Костроме заключались княжеские союзы, собирались съезды князей и церковные соборы. Именно в Кострому прибыло посольство из Москвы просить на царство Михаила Романова. Все это свидетельствует об особом значении Костромы и ее святынь.

Костромской кремль был заложен в 70-е годы XIII в. и построен в середине XIV века. Ипатьевский монастырь возник в конце XIII в. На протяжении ряда веков Ипатьевскому монастырю покро-

вительствовал род бояр Годуновых. В память об основании города костромичи установили монумент «отцу» города – Юрию Долгорукому. Средства на установку были собраны благотворителями, как видными предпринимателями, так и рядовыми горожанами [4].

Пожарная каланча – выдающийся памятник архитектуры эпохи классицизма, выстроенный в стиле ампир, одна из достопримечательностей города, главное украшение центральной Сусанинской площади [1].

Только в Костроме сохранился практически без утрат, в историческом виде и объеме старинный торговый комплекс – Торговые ряды, в зданиях которого, как и двести лет назад, ведется торговля. Посетив этот архитектурный ансамбль, представляешь купеческий размах древнего торгового города. В XVII веке Кострома была одним из самых богатых и экономически развитых городов России [1]. О жизни, быте, семейных традициях и историческом наследии костромских купцов расскажет и недавно открывшийся Музей Костромского Купца.

И родителям, и детям будет интересно поучаствовать в квест-экскурсии, увлекательной и познавательной, веселой и непринужденной прогулке по городу, которая совмещает в себе игру и экскурсию.

Гуляя по заранее проложенному маршруту, родители и дети не рискуют потеряться среди многочисленных зданий торговых рядов или упустить из виду такие «интересности», как элемент герба города на некоторых костромских скамейках. Не говоря уже о том, что параллельно они узнают много интересных исторических фактов и занимательных историй о старом русском купеческом городе. Оптимальный маршрут квест-экскурсии – от исторического центра города до высокого берега Волги, с которого так здорово любоваться главной «водной артерией» всяя Руси!

Таким образом, из Костромы родители и дети определенно вернутся другими людьми – богаче на знания, впечатления, открытия.

Обобщая вышесказанное, можно сформулировать следующие рекомендации для турфирм, занимающихся планированием туристических маршрутов:

1. В настоящее время все большее количество людей интересуется историей и культурными ценностями, стремиться открывать для себя новые места, увлечения и виды деятельности. Поэтому необходимо разрабатывать такие туристические маршруты, которые удовлетворяли бы эти потребности. Инновационный подход

состоит в том, чтобы по новому взглянуть на туристический маршрут по Костроме. Он должен предполагать не только посещение достопримечательностей и музеев города Костромы, но и предоставлять возможность совместного познавательного отдыха родителей и детей.

2. Турфирмы при предложении семейного тура должны учесть все возможные проблемы, возникающие в связи со спецификой отдыхающих. Но важнее всего, чтобы туристское предложение было интересно всем членам семьи.

Подводя итог проведённого исследования, можно сделать вывод, что современная семья испытывает острую потребность в совместной досуговой деятельности. Особой ценностью семейного туризма является то, что в нем активно включены и интенсивно задействованы различные механизмы общения. Это придает семейному досугу эмоциональную привлекательность, душевность и теплоту. Таким образом, совместный отдых родителей и детей обладает реабилитирующим действием и активно воздействует на создание благоприятного психологического климата в семье [3].

Семейный туризм – это замечательная возможность отдохнуть, ненадолго забыть о нелегких буднях, прекрасно провести время со своей семьей, обсудить всем вместе новые знания и впечатления. Отдых с родными помогает стать ещё ближе друг другу, способствует укреплению семьи, что немаловажно и актуально в наше время.

В современном мире стало особенно важным сохранение семьи, в России на государственном уровне проводится политика сохранения и защиты традиционных семейных ценностей. И поэтому семейный туризм, и анимация, как его необходимая и важная составляющая, должны работать в этом русле.

#### *Список литературы*

1. Администрация города Костромы, Информация о городе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gradkostroma.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
2. Гранильщиков, Ю. В. Семейный туризм. М.: Профиздат, 2010. 98 с.
3. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность. М.: МГУКИ, 2004. 449 с.
4. Памятники Костромы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lions-guides.ru> (дата обращения: 24.11.2017).

*Оксана Сергеевна Шушина,*

*студентка,*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

**Опыт и перспективы организации светского паломничества  
к местам жизни Н. А. Римского-Корсакова  
на Северо-Западе России**

В статье рассматривается и анализируется опыт разработки и организации уже существующих экскурсионных и туристских программ, посвященных Н. А. Римскому-Корсакову на территории Северо-Запада России, а также выявляются перспективы организации светского паломничества к местам жизни и творчества композитора в пределах данной дестинации.

**Ключевые слова:** светское паломничество, музыка, маршрут, наследие, туристский интерес, композитор, Северо-Запад

*Oksana Sergeevna Shushnina,*

*Student,*

*Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technologies and Design,*

*Saint-Petersburg, Russia*

**Experience and Perspectives of the Organization of Secular  
Pilgrimage to Places of Life of N. A. Rimsky-Korsakov  
in Northwest of Russia**

The article describes the experience of creation and organization of excursion routes devoted to N. A. Rimsky-Korsakov in Northwest or Russia. The perspectives of the organization of secular pilgrimage to places of creation and life of a composer are identified and analyzed.

**Keywords:** secular pilgrimage, music, route, heritage, tourist interest, composer, Northwest

Под светским паломничеством понимаются путешествия к местам, связанным с жизнью выдающихся деятелей. Светское паломничество как особое направление экскурсионной и туристской деятельности имеет определённую специфику, которую необходимо учитывать при разработке и организации туров подобной направленности. Особенностью организации таких туров является необходимость погружения туристов в эпоху, с которой связаны жизнь и творчество выдающегося человека. Так, представляя

участникам путешествия композиторов «Балакиревского кружка» или «Могучей кучки» следует воссоздать образ Петербурга конца XIX в., сложившуюся ситуацию в культурной и политической жизни того периода. Это требует тщательности при разработке тура и выбора объектов показа и рассказа.

Успешность проектируемых туров зависит от наличия сохранившихся объектов, имеющих связь с темой маршрута. Практически каждая программа подобного плана формируется на основе включения посещения или осмотра усадеб, домов и квартир-музеев, а также объектов, косвенно связанных с темой маршрута. Однако не всегда степень сохранности объектов удовлетворительна. Иногда важные объекты безвозвратно утрачены. Например, в Лужском районе Ленинградской области ранее располагалась усадьба Стелево, где Н. А. Римским-Корсаковым была создана опера «Снегурочка». Усадьба не сохранилась, но есть усадебный парк, вписанный в местный ландшафт, который также может повлиять на представление визитёров о творчестве композитора.

Организация светских паломнических путешествий требует от проектировщиков особого профессионализма, позволяющего выявлять и включать в программу посещение малоизвестных мест, органично вплетая их в логику построения тематической экскурсии. При этом особо важны такие компетенции как умение реализовывать интерактивные, нестандартные формы общения с туристами (через активное познание – с помощью загадок, цифровых материалов, выполнения заданий), способность использовать приёмы зрительной реконструкции, позволяющей экскурсантам с помощью воображения и фантазии восстановить утраченные объекты. Важен опыт разработки несколько маршрутов, объединённых единой темой. Можно создавать программы, охватывающие разные сферы деятельности человека, которому посвящены программы. Важным является учёт специфики проводимых программ в зависимости от сферы деятельности рассматриваемой личности. Так, композитор Н. А. Римский-Корсаков имел непосредственное отношение к морским наукам.

Если тур посвящен творчеству художника, то в качестве материала «портфеля экскурсовода» могут использоваться репродукции его картин, сам маршрут может включать посещение мест, где художник не только жил, но и творил, включая конкретные места «на пленере». Ландшафтное наследие при этом трудно переоценить. Для участников, стремящихся к познанию или совершен-

ствованию художественных технологий, при этом возможна организация, например, мастер-класса по живописи в стиле художника. При исследовании жизни музыкальных деятелей необходима организация музыкального сопровождения во время проведения автобусных экскурсий. Для «живого» восприятия желательно включение в программу посещения музыкальных постановок. Некоторые музеи организуют специализированные музыкальные экскурсии. Так, в музее-квартире Н. А. Римского-Корсакова проводится экскурсия «Звук и цвет в произведениях Н. А. Римского-Корсакова», посвященная синестезии – цветному слуху.

Северо-Запад России позволяет организовывать разнообразные туристские программы светского паломничества поскольку регион обладает уникальным наследием, связанным с деятельностью многих выдающихся людей. Недаром в пределах данной туристской дестинации разработан целый ряд популярных маршрутов, посвящённых выдающимся личностям, проявившим себя в различных сферах деятельности. Наиболее популярны туристско-экскурсионные программы, ориентированные на жизнь и творчество литераторов: А. Пушкина, М. Лермонтова, Н. Гоголя, Ф. Достоевского, С. Есенина, А.Куприна, А. Ахматовой, В. Набокова, И. Бродского, С. Довлатова. Музыкальное направление представлено скромнее. Предлагаются маршруты, посвящённые жизни и творчеству И. Чайковского, Ф. Шаляпина, Н. Римского-Корсакова, популярны и новые маршруты, раскрывающие жизнь и творчество В. Высоцкого, В. Цоя [6].

В Санкт-Петербурге расширить существующие программы можно за счёт добавления менее известных объектов к «базовым адресам». Рассматривая личность композитора Н. А. Римского-Корсакова, следует обратить внимание на места, которые оказали на него наибольшее влияние при «переходном периоде» от мореплавания к музыке – дома его друзей, места встречи «балакиревского кружка», которые почти не отражены в существующих программах [3].

Представляется необходимым использовать в проектировании и организации туристско-экскурсионных программ, связанных с деятельностью Н. А. Римского-Корсакова, потенциала малоизвестных мест. Таков, например, Лужский район Ленинградской области. Хотя там не сохранились культурные объекты, связанные с композитором, но можно дать почувствовать туристу природное

своеобразие района, где композитором в Нижегородских были сочинены «Шахерезада», «Светлый праздник», мазурки, опера-балет «Млада», переработана опера «Псковитянка».

Анализируя существующие программы светского паломничества, посвящённые жизни и творчеству Н. А. Римского-Корсакова, следует выделить предложения по Санкт-Петербургу, Псковской и Ленинградской областям. Маршрутов по Санкт-Петербургу, посвящённых именно композитору, немного. Один из них включает минимальное количество объектов показа, поскольку рассчитан на школьную аудиторию, другой, несмотря на предложение посещения мемориального музея, включает всего три объекта, связанных с жизнью и творчеством композитора. К положительным аспектам программы отнесём: рассказ о личности композитора в контексте театральной и музыкальной жизни Санкт-Петербурга конца XIX в., предложение посещения музея со специализированной экскурсией «Звук и цвет в творчестве Н. А. Римского-Корсакова». Такой маршрут оптимален для местных экскурсантов-специалистов, но для иногородних туристов и массовых экскурсантов данное предложение слишком лаконично и требует расширения (тематического и технологического). Есть экскурсионные предложения, включающие значительное количество объектов: посещение музея-квартиры на Загородном проспекте, в ходе экскурсии перечисляются места встреч с членами «Балакиревского кружка» и те учреждения, в которых звучала музыка композитора (причем, большинство мест лишь упоминаются, но их посещение не предусмотрено). Необходимо добавить новых объектов в маршруты, а также учесть запросы конкретной целевой аудитории туристов.

Маршрутов в Тихвине, связанных исключительно с Н. А. Римского-Корсаковым, мало. Все маршруты в этом городе (кроме сугубо религиозно паломнических), предполагают посещение дома-музея композитора. Единственная программа «Тихвин – родина Н. А. Римского-Корсакова» [1] включает осмотр родовой усадьбы Римских-Корсаковых в дер. Заручевье, дома-музея, Успенского и Введенского монастыря, где был крещён будущий композитор. Программа интересна за счёт включения родовой усадьбы Заручевье. Однако далеко не все возможные объекты включены в маршрут.

Актуальной проблемой следует признать популяризацию организованных экскурсий в усадьбы Любенск и Вечаша в Псковской области. Пока экскурсионные группы набирают раз в сезон,

иногда реже. Туристские фирмы боятся рисковать организовывать поездки чаще, потому что могут не набрать группы. Эту проблему можно решить, например, предложением поездки для экскурсантов-профессионалов, возможен и заезд по пути следования в села Стелево и Нежгостицы Лужского района, где сохранились усадебные парки, напрямую связанные с написанием музыкальных произведений композитора. Особо важно включить посещения музеев в программу самых популярных маршрутов по Псковской области – Пушкинские Горы – Изборск – Печоры – Псков. Для этого необходимо рекомендовать увеличить часы работы музеев (они функционируют до 16 часов).

Маршруты, связанные с жизнью и творчеством великого русского композитора могут быть интересны и иностранным туристам, так как музыкант известен во всем мире.

#### *Список литературы*

1. Ева. Экскурсионный центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.evatur.ru> (дата обращения: 20.11.2017).
2. Первые линии. Туристская фирма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.1lines.ru> (дата обращения: 29.11.2017).
3. Полевая М. И. Римский-Корсаков в Петербурге. Л.: Лениздат, 1989. 240 с.
4. Прогулки по Петербургу. Экскурсионное бюро [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.excurspb.ru> (дата обращения: 27.11.2017).
5. Римская-Корсакова Т. В. Детство и юность Н. А. Римского-Корсакова (из семейной переписки). СПб.: Композитор, 1995. 280 с.
6. Russia Travel. Национальный туристский портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://russia.travel> (дата обращения: 25.11.2017).

## ТУРИЗМ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ

УДК 338.486:711.2

**Ирина Александровна Бисько,**

*д-р пед. наук, профессор,  
Российский государственный гидрометеорологический университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Касьян Тимофеевич Бисько,**

*ст. преподаватель,  
Российский государственный гидрометеорологический университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **К проблеме генезиса путешествий как формы межкультурной коммуникации**

В статье межкультурная коммуникация проанализирована как многосмысловой феномен. Представлены влияние и зависимость этого феномена от следующих проблем: выбор оптимальных форм взаимодействий культур и способов их сосуществования и цивилизационного сотрудничества, выполнение культурно-идентификационной функции, функции формирования и развития образа мира туриста, социокультурной функции и интеграционной функции.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, образ мира туриста, идентичность, сосуществование культур, цивилизационное сотрудничество, социокультурная функция

***Irina Aleksandrovna Bisko,***

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,  
Saint Petersburg, Russia*

***Kasyan Timofeyevich Bisko,***

*Senior Teacher,  
Russian State Hydrometeorological University,  
Saint Petersburg, Russia*

### **On the Problem of the Genesis of Travel as a Form of Cross-Cultural Communication**

In this article cross-cultural communication is analyzed as a multisemantic phenomenon. Influence and dependence of this phenomenon on the following problems are respectively presented: choice of optimum forms of interactions of cultures and ways of their coexistence and civilization cooperation, performance of cultural and identification function, function of formation and development of an image of the world of the tourist, sociocultural function and integration function.

**Keywords:** cross-cultural communication, image of the world of a tourist, identity, coexistence of cultures, civilization cooperation, sociocultural function

Межкультурная коммуникация находится в тесной связи с рядом сопряжённых проблем коммуникации и культуры, коммуникации в культуре и культуры в коммуникации, культурологического подхода к осмыслению коммуникации (межкультурной коммуникации) и коммуникативного подхода к культуре (диалога культур, диалогической по своей природе форм встречи культур).

В настоящей статье мы рассматриваем межкультурную коммуникацию как полисмысловой феномен.

Одна из проблем межкультурной коммуникации в туризме порождена разным характером форм взаимодействий культур. По М. С. Кагану, существуют три типа коммуникативных отношений в культуре: превосходство одной культуры над другой, равноправное положение культур, уничижительная позиция, когда одна культура признает доминантное положение другой культуры [2]. В настоящее время неравноправная позиция во взаимодействии культуры России с культурами стран Запада объясняется влиянием вестернизации. В условиях вестернизации взаимодействие культур может принимать негативные формы. В таком случае контакт культур утрачивает диалогичность и приобретает односторонний характер. При этом одна из культур выполняет роль «реципиента», осуществляющего отбор и оценку отдельных элементов культуры «донара», производя соответствующие своим целям адаптацию или отторжение. Подобное явление способно демонстрировать элементы экспансии ценностей культуры из одного центра, который признает себя ведущим в культуре отношений. Иногда возникает ситуация добровольного подражания и заимствования элементов других культур по причине их высокого значения. Следует подчеркнуть, что в период кризисов, в условиях разрушения нормативного ценностного «ядра» культуры и ослабления национально-культурной идентичности, культурные контакты теряют свой продуктивный характер, играя деструктивную роль.

Далее необходимо рассмотреть культурно-идентификационную функцию межкультурной коммуникации в туризме. Положительная роль туризма проявляется в том, что он способствует формированию и развитию индивидуальной, социальной и культурной идентичности. Здесь нужно иметь в виду, что в процессе межкуль-

турной коммуникации субъекты, будучи носителями культурной информации разных уровней, зависят от типов социально-культурной идентичности личности: интересубъектного, коллективно-группового и социально-культурного. В межкультурной коммуникации низкая продуктивность или даже деструктивность межкультурного диалога наступает в условиях, когда субъект имеет проблемы с идентичностью на одном из указанных выше уровней.

Духовно-нравственная культура туриста обеспечивает принятие собственной и чужой культуры. Это, в свою очередь, зависит соблюдения моральных норм и законов, действующих на объектах посещения, бережного отношения к чужой природе и культуре, эмпатии, проявляющейся в сопереживании, понимания ценностей иной культуры. Структура коммуникативной культуры путешественника, включает: а) атенционную способность человека («готовность внимать»); б) эмпатию, позволяющую путешественнику в ходе общения идентифицироваться с проблемной жизненной ситуацией партнера по диалогу и понять порождающие его текст источники («способность отождествлять себя с партнером»); в) социально-культурную и личностную идентичность (способность к самоотождествлению); г) умение адекватно интерпретировать детерминирующие текст партнера мотивы («умение понимать»). Кризис культурной идентичности негативно отражается на качестве межкультурных контактов. В такой ситуации имеет место некритичное заимствование ценностей других культур, открывающее простор для культурной экспансии и таким образом способствующее последовательному размыванию культурной самобытности или их полному отрицанию.

Другая проблема межкультурной коммуникации заключается в её роли в формировании у туриста образа мира, что непосредственно связано с удовлетворением потребности путешествующего в познании окружающего мира. В результате создаётся сложная система отношений путешественника к культурам мира, а значит, к их обычаям, традициям, носителям, истории.

Межкультурная коммуникация воплощает многообразие социокультурных функций туризма, различных приёмов формирования и развития собственной социокультурной идентичности, способствует созданию социокультурного пространства и условий функционирования ценностей и норм толерантного сосуществования, механизма взаимообогащения культур мира и способов их цивилизованного сотрудничества.

Наконец, важна интеграционная функция межкультурной коммуникации. Она имеет значение социально-интеграционной, следовательно, проблемы события, определяющей одновременно аттрактивность объекта посещения. Тогда туризм можно рассматривать как форму культурной коммуникации. В этом случае процесс коммуникации интерпретируется как форма совместного бытия, то есть сосуществования и сотрудничества людей. Справедливо считается, что туризм должен стать фактором развития социально-культурной солидарности общества и условием взаимопонимания между народами.

Далее интеграцию в межкультурной коммуникации можно анализировать с точки зрения её влияния на совмещение главных видов туристской коммуникации: социально-психологической («человек-человек») и социально-культурной («человек-культура»). Туризм должен способствовать также интеграции индивидуальной, социальной и культурной идентичности.

Интеграционная функция туризма проявляется, кроме того, в формировании состава групп туристов, что необходимо учитывать при разработке культурной программы путешествия. Группы следует комплектовать личностями, относящимися к одному семиосоциопсихологическому (социоментальному) типу, выделяемому по критериям:

- единого идентификационного основания;
- сходству способов интерпретации текстуально организованной информации, относящегося к мировосприятию, системы жизненных ценностей, самоощущения в социокультурном пространстве-времени [1].

При невыполнении указанных условий возникают «смысловые ножницы», результирующие вакуум смысла.

В данной статье межкультурная коммуникация проанализирована как многосмысловой феномен. Соответственно представлены влияние и зависимость этого феномена от следующих проблем: выбор оптимальных форм взаимодействий культур и способов их сосуществования и цивилизационного сотрудничества, выполнение культурно-идентификационной функции, функции формирования и развития образа мира туриста, социокультурной функции и интеграционной функции.

### *Список литературы*

1. Березницкая Н. Л. Туризм как фактор межкультурной коммуникации. СПб., 1999. 17 с.
2. Каган М. С. Мир общения. Проблема межсубъектных отношений. М.: Политиздат, 1988. 319 с.

## **УДК 338.488.2**

*Алина Зуфаровна Хамидуллина,*

*магистрант,*

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*

*г. Уфа, Россия*

### **Межкультурное общение как средство развития гостиничных услуг города Стерлитамака**

Во все времена туризм является важнейшей формой межкультурных контактов, эффективным средством взаимообогащения различных культур. Межкультурное общение подразумевает собой общение между представителями различных культур, например, между Россией и КНР. Благодаря всестороннему сотрудничеству между странами увеличится поток китайских туристов как в крупные города, так и в регионы России.

**Ключевые слова:** туризм, гостеприимство, Стерлитамак, номерной фонд

*Alina Zufarovna Khamidullina,*

*Master's Degree Student,*

*Ufa State Petroleum Technical University,*

*Ufa, Russia*

### **Intercultural communication as a means of developing the hotel services in the city of Sterlitamak**

At all times, tourism is the most important form of intercultural contact, effective means of mutual enrichment of different cultures. Intercultural communication involves communication between representatives of different cultures, for example, between Russia and China. Thanks to the comprehensive cooperation between the two countries the flow of Chinese tourists in major cities and regions of Russia will increase.

**Keywords:** tourism, hospitality, Sterlitamak, the number of rooms

Одной из наиболее активно развивающихся областей мировой торговли услугами и предложениями в современное время считается международный туризм.

Мировой размах туризм приобрел ещё в 60–70-е годы XX века. В итоге образовался всемирный туристический рынок, в котором на нынешний день принимает участие буквально любое государство.

Но вместе с этим, любое государство имеет свою степень социально-экономического прогресса, это в первую очередь воздействует на перемену межкультурных туристических потоков [6].

Во все времена туризм был важной формой межкультурных контактов, действенным средством взаимообогащения всевозможных культур. История населения земли это история путешествий. Такой она остается и в будущем, в котором туризм станет играть уникальную роль в укреплении уже имеющегося совместного культурного фонда и углублении духовно-нравственной солидарности человечества [1].

Туризм считается ценным фактором становления для множества государств, потому что он не только приносит хорошую прибыль, а еще к тому же создает новые рабочие места. Не обращая внимания на переменчивость ситуаций, прибыль фирм в сфере международного туризма увеличиваются любой год.

Межкультурная коммуникация – это контакт и общение между людьми всевозможных культур, подразумевает личные контакты между ними. Знакомство с другими культурами закрепляет международные взаимоотношения. Как раз именно поэтому коммуникация и общение считаются важной частью человеческой жизни, то есть, и частью культуры [2].

Истари гостиничное дело и туризм как две области социальной жизни неразрывно связаны меж собой. Каждый день мы становимся очевидцами такого, как туризм воздействует на развитие гостиничного дела и, напротив, как от значения гостиничного дела зависимо становление туризма.

Рынок быденных услуг средств размещения, предоставляемых на уровне западных стандартов в нашей стране стал складываться в начале 90-х годов минувшего века. Собственных гостиничных цепей в России до этого времени не было. Было некоторое количество ведомств, которые промышляли гостиничным хозяйством – городские службы и молодежные организации [3].

Сообразно актуальным сведениям изучения гостиничного рынка России, гостиничное хозяйство представлено больше чем 20 тысячами всевозможных средств размещения. Размер рынка за

2016–2017 г. г. возрос практически на 60 %. Но Российская Федерация все еще отстает от государств Европы по состоянию гостиничных номеров.

На данный момент существует очевидная проблема нехватки дешевых отелей категории 2–3 звезды, а в регионах напротив, довольно слабо развит рынок гостиниц категорий 4–5 звезд.

Взаимоотношения России и Китая важное значение для российской внешней политики. Китай в сегодняшних условиях считается важным и ключевым партнёром и союзником нашей страны, как в военно-политическом, так и в финансовом плане. Нарастание общей торговли и осуществление общих проектов в области автотранспорта и энергетики обещает большое светлое будущее обоим государствам. Сделка с Китаем по газу и иные общие финансовые сделки создадут гарантии будущего экономики России на годы вперед. В связи с этим китайцы очень заинтересованы во взаимоотношениях с нашей страной. Важно наладить туристские потоки, на которые также будет нацелен и Стерлитамак. Для осуществления этого важно содействовать высококачественному приему и обслуживанию туристов и более плотному общению между нашими государствами [4].

Стерлитамак располагается в европейской части России, несколько южнее географического центра республики Башкортостан, в 121 км от Уфы. В округах Стерлитамака (в равнине р. Белой) находятся шиханы (Юрак-тау, Куш-тау, Шах-тау, Тра-тау), являющиеся уникальными геологическими монументами природы. В районе горы Куш-тау находятся детские оздоровительные лагеря, Стерлитамакская база отдыха «Шиханы», по склону горы есть горнолыжная линия, которая оснащена подъемниками [7].

В Стерлитамаке популярен рынок специализированных средств размещения, в особенности санаторно-курортных организаций. Есть возможность развития санаторно-курортного туризма, благодаря тому, что в Стерлитамаке насчитывается некоторое количество климатических зон, в которых находятся уникальные экологические комплексы. Но, все же санаторно-курортный рынок в России на данный момент находится в не самом лучшем состоянии. Большое внимание к региональным рынкам обосновано высокой конкуренцией, а также понижением доходности других сегментов недвижимости.

На сегодняшний день Стерлитамак обладает таким гостиничным потенциалом, который представлен в таблице.

## Анализ гостиничных организаций в городе Стерлитамак

<i>Название гостиниц</i>	<i>Номерной фонд</i>	<i>Стоимость номера за сутки</i>	<i>Кол-во номеров</i>
1. Ашкадар	1. Стандарт двухместный однокомнатный	2800 руб.	103
	2. Стандарт одноместный однокомнатный	1700 руб.	
	3. Стандарт плюс	1900 руб.	
	4. Комфорт	2100 руб.	
	5. Комфорт плюс	2400 руб.	
	6. Люкс двухкомнатный одноместный	3700 руб.	
2. Пионер хостел	1. Общий номер четырехместный	За 1 сутки-300 руб. За 5 суток– 240 руб. За 10 суток-180 руб.	6
	2. Общий женский номер	За 1 сутки-300 руб.	
	3. Общий номер восьмиместный	За 1 сутки-300 руб. За 5 суток-240 руб. За 10 суток-180 руб.	
	4. Общий номер десятиместный	За 1 сутки-250 руб. За 5 суток-200 руб. За 10 суток-150 руб.	
	5. Отдельный номер двухместный	За 1 сутки– 500 руб.	
3. Ковчег	1. Эконом	двухместный 1800 руб.	9
	2. Стандарт	двухместный 1800 руб. одноместный 1500 руб.	
	3. Люкс	двухместный 2800 руб. одноместный 3000 руб.	

Проанализировав самые проверенные и надежные гостиничные предприятия города Стерлитамак, можно сделать выбор в пользу гостиницы «Ашкадар», так как она обладает такими важными преимуществами для китайских туристов как:

- удачное месторасположение. Гостиница находится в центре городе, это значит, что по близости имеются множество различных магазинов, торговых помещений, административных и культурных центров, а также кинотеатр.

- у гостей отеля есть возможность с легкостью добраться до нужного места. Понадобится всего 15 минут для того, чтобы доехать от железнодорожного вокзала и автовокзала до гостиницы.

- при гостинице расположен утонченный ресторан «Ашкадар», где сервируют шведский стол.

- гости Стерлитамака могут успешно провести важные беседы, переговоры, семинары и собеседования в уютной располагающей обстановке в прекрасно оборудованном конференц-зале.

- специально для китайских туристов есть возможность подстроить один из пяти этажей гостиницы в соответствии с их традиционным дизайном.

Знание или незнание культурных особенностей в общении занимает важное место в объяснении поведения наших собеседников, которые являются представителями других культур. Обладание такой информацией позволяет многое понять относительно того, что является желательным и на что накладывается запрет в каждой конкретной культуре. Воспитание в людях понимания, уважения к представителям других культур, а также ознакомление людей с традициями различных обществ и проведение государствами необходимой политики и грамотной идеологии позволит добиться огромных успехов в межкультурном диалоге [5].

#### *Список литературы*

1. Алимбеков М. М. Информация как ресурс развития туристического региона // Актуальные вопросы современной науки: Сб. научных статей Международной научно-практической заочной конференции. Уфа, 2016.

2. Бергельсон М. Б. Межкультурная коммуникация как исследовательская программа: лингвистические методы изучения кросскультурных взаимодействий // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4.

3. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / пер. с англ. А. Д. Шмелева. М.: Языки славянской культуры, 2016, 272 с.

4. Залевская А. А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. С. 23–39.

5. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий. М.: ПЕРСЭ. 2002, 416 с.

6. Минеев М. И. Стерлитамак. Страницы истории. Уфа: Китап, 1993. 112 с.

7. Стернин И. А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 2010. 97 с.

**УДК 338.486:711.2**

***Касьян Тимофеевич Биско,***

*ст. преподаватель,*

*Российский государственный гидрометеорологический университет,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Открытие образа мира через туризм**

В статье раскрыта связь феномена «образ мира в туризме» со следующими понятиями: географический образ мира в туризме, туристская картина мира, ценностная туристская картина мира, ментальное пространство личности туриста, системно-генетическая модель ментального пространства личности туриста и др.

**Ключевые слова:** географический образ мира, образ мира, картина мира, ценностная картина мира, ментальная идентичность, ментальное пространство, дестинация

***Kasyan Timofeyevich Bisko,***

*Senior Teacher,*

*Russian State Hydrometeorological University,*

*St. Petersburg, Russia*

### **Discovering the Image of the World through Tourism**

The article reveals the connection between a complex scientific phenomenon the image of the world in tourism with such concepts as the geographical image of the world in tourism, the tourist picture of the world, the value tourist picture of the world, the mental space of the tourist's personality, the system-genetic model of the tourist's mental space, etc.

**Keywords:** geographical image of the world, image of the world, world picture, value picture of the world, mental identity, mental space, destination

Образ мира в туризме тесно связан с географическими описаниями стран и континентов, со страноведением, с изучением образов территорий, пространств (географические образы Карла Риттера, Александра фон Гумбольдта, Альфреда Геттнера и др.).

Существует ряд определений понятия «географический образ» или «образ» в применении к географическим объектам, на-

пример, образ места, образ страны, образ города. В двадцатом столетии понятие географического образа начали применять в различных направлениях и отраслях социально-экономической и физической географии. Что касается сферы социально-экономической географии, то понятие «образ» имело распространение в следующих предметных областях: география городов география населения, география культуры и культурная география, поведенческая география, социальная география, политическая география и геополитика. Отметим в области физической географии значение геоморфологии, в которой большинство концептуальных моделей по существу считать образно-географическими. В этих условиях зародилась образная (имагинальная) география.

Географический образ мира в туризме имеет, прежде всего, пространственное выражение: как образ дороги, культура дороги. Понятия, образы и представления, имеющие отношение к с дороге, странствиям и гостеваниям, делятся на две группы: непосредственно связанные с материальной культурой и представления о путешествиях и гостеприимстве. Характерно, что символизм странствий, путешествий и гостеваний был широко распространён в народных обычаях и традициях, часть которых сохранилась и сегодня.

Географический образ мира запечатлён в страноведческой литературе и имеет отношение в первую очередь к созданию географических карт. Сюда можно отнести образы туристских территорий.

Однако обозначенное выше существо образа мира имеет отношение скорее к туризму в целом, в то время как необходимо учитывать и образ мира туриста. Различают туристскую картину мира и ценностную туристскую картину мира. Согласно точке зрения Е. В. Мошняги туристская картина мира представляет собой образ реальности, который создаётся у туриста под влиянием социальных практик и туристских впечатлений, полученных в процессе туристской деятельности и воздействующих на структуру потребностей, жизненных ценностей и осознание своего места в мире. Подобное осознание модифицирует соответствующее поведение туриста.

При этом уточняющим понятием становится ценностная туристская картина мира, которая интерпретируется как образное восприятие себя и окружающей действительности при дифференциации ценностного значения воспринимаемого знания – ценность, неценность, антиценность. Важен учет ценностных основа-

ний мотивации выбора объекта туризма: полезное/бесполезное, прекрасное/безобразное [3]. Таким образом, по нашему мнению, ценностная туристская картина мира становится продуктом селективного механизма деятельности туриста.

Применительно к образу мира туриста принципиально значимым является определение Дж. Голда. Учёный отмечает два главных признака географического образа мира: значение «индивидуально-организованных субъективных знаний человека об окружающей среде» и «мысленная картинка» возникающая в условиях недоступности органов чувств человека [1].

Обобщая сказанное укажем что, формирование образа мира туриста может быть конкретизировано как процесс взаимодействия внешней и внутренней информации. Она связана с такими понятиями как «мысленные метки», мысленные карты.

С другой стороны, необходимо учитывать модель ментально-пространства личности, которая трактуется в разных ракурсах: как семиотические, системно-генетические – ментальные представления о пространстве.

Вершиной семиотического мира служат символы, серединой – образы, и в нижней позиции находятся знаки-вещи.

Системо-генетическая модель ментального пространства личности туриста выступает в качестве закона, «нормативной модели» пространства. Туризм в этом контексте являет пример освоения и формирования общечеловеческого и личностного универсума. В научной литературе представлена дифференциация менталитетов – космоцентрический и социоцентрический.

Космоцентрический менталитет, характерный для разных народов на всех этапах человеческой истории, символизирует жизненную ориентацию, которую Э. Фромм назвал ориентацией на «бытие». В космоцентрическом менталитете центром является «правильный» миропорядок. Космоцентрический менталитет называют также теократическим, так как все сущее представлено или как тело Бога, или как творение Бога. Космоцентрический менталитет как теократический проявился в своеобразной форме в христианстве. Основным в нём служит равноправное единение всех людей во Христе.

Анализируя ментальность туриста, надо обращать внимание на наличие двух её вариантов: «Я – часть Вселенной» (коллективноцентрический менталитет) и «Я – центр Вселенной» (эгоцентрический менталитет). Коллективноцентрический менталитет

как социоцентрический объективно связан с особенностями общинного способа производства, при котором между членами общины возникают не только чисто производственные, но и духовно–мистические отношения всенародной общинной личности, мирского божества».

Другой важной особенностью социоцентрического менталитета является постоянное присутствие в сознании индивида отчетливого представления об иных, неких «Они».

Если ценностная установка «Я – часть Вселенной» смягчает противопоставление «Мы» и «Они», то установка «Я – центр Вселенной» трактует отношение между ними как антогонистические, враждебные.

Эгоцентрический менталитет связан с борьбой за расширение своих прав и свобод. Он означает стремление к самоутверждению личности, к радости потребления и созидания, к власти над другими. Данный тип имеет отношение к представлению о том, что каждый человек – кузнец своего счастья, а счастье заключается в обладании.

Эрих Фромм, как известно, выделял три варианта эгоцентрического менталитета: авторитарный (где основанием служат власть и сила, отсутствие равноправных отношений), разрушительный (с ориентированностью на уничтожение, устранение всего, что угрожает благополучию индивида) и конформистский (сохранение своей самости) [4].

В образе мира туриста должна обязательно проходить самоидентификация туриста со страной. Н. Ю. Замятина выделяет несколько уровней изучения образов в зависимости от степени «удаления» от сознания конкретного человека [2]. Первый – психологический, где образ является элементом «психологической реальности отдельно взятой личности». Второй – ментальный, в котором главной задачей является моделирование знания, характерного для определённой группы населения. Третий – культурный.

Интересно, что понятие туристской идентичности дополняется понятием сконструированная идентичность, которое обозначено как формирующая и маркирующая уникальный, отличающийся от других, образ туристской дестинации («местонахождение; место назначения») [3]. В настоящее время дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, привлекательная и удовлетворяющая потребности большого количества туристов.

Основной вывод заключается в том, что образ мира в туризме является сложным научным феноменом, связанным с такими понятиями как географический образ мира в туризме, туристская картина мира, ценностная туристская картина мира, ментальное пространство личности туриста, системно-генетическая модель ментального пространства личности туриста и др.

*Список литературы*

1. Голд Дж. Психология и география. Основы поведенческой географии. М.: Прогресс, 1990. 304 с.
2. Замятина Н. Ю. Изучение образов в географии и образ страны в туризме // Современные туристско-рекреационные исследования (российский и зарубежный). М.: Советский спорт, 2008. С. 376–390.
3. Мошняга Е. В. Концептное пространство межкультурной коммуникации в системе международного туризма. М., 2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dis.podelise.rul> (дата обращения: 20.11.2017).
4. Фромм Э. Бегство от свободы. М.: Прогресс, 1989. 272 с.

**УДК 338.486:711.2**

***Ольга Олеговна Агафонова,***

*магистрант,*

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

**Перспективы развития православного туризма в Японии**

В исследовании рассматриваются перспективы развития православного туризма в Японии на российском рынке выездного туризма. Автор предполагает, что православный туризм в данном регионе станет одним из популярных направлений религиозного туризма на основе анализа эксионных ресурсов православной тематики.

***Ключевые слова:*** религиозный туризм, православный туризм, Япония, перспективы развития православного туризма

***Olga Olegovna Agafonova,***

*Master's Degree Student,*

*Saint-Petersburg State University of Culture,*

*Saint-Petersburg, Russia*

**The Prospects of the Orthodox Tourism Development in Japan**

In the study the prospects of the Orthodox tourism in Japan are regarded in the Russian market of outbound tourism. The author suggests that the Orthodox tourism in the region will become one of the popular destinations of religious tourism on the basis of the analysis of the sightseeing resources of the Orthodox subjects.

**Keywords:** religious tourism, Orthodox tourism, Japan, the prospects for the development of the Orthodox tourism

В настоящее время на мировом туристическом рынке активно развивается такой вид туризма как религиозный туризм. Данный вид туризма назван в документах ЮНВТО одним из самых перспективных видов путешествий в III тысячелетии. Кроме того, по данным ЮНВТО – более 90 % объектов мирового туризма имеют отношение к религии. Многие исследователи в области туризма приходят к заключению, что в России и некоторых других странах наблюдается динамичное развитие въездного и выездного православного туризма, который как вид индустрии услуг оказывает всё более существенное влияние на экономику многих стран мира. Православный туризм в России можно назвать одним из самых быстро развивающихся видов туризма [1]. Ежегодно разрабатывается множество разнообразных туров православной тематики, как на территории Российской Федерации, так и за рубежом. За последние 10 лет значительно увеличилось число туристов, совершающих паломничество к святыням, которые находятся на территории РФ, а также направляются в различные российские регионы и зарубежные страны с религиозно-познавательными целями [6].

На первый взгляд может показаться, что такая страна как Япония не имеет никакого отношения к православию, но в действительности в этой азиатской стране сохранилась и действует Японская Православная Церковь, которая была создана усилиями русских православных миссионеров в 19 в. Святитель Николай Японский (в миру – Николай Касаткин) – один из самых известных русских миссионеров, с именем которого связывают создание Японской Православной Церкви [3].

Соборы, храмы, различные духовные центры и культовые музеи – это туристские объекты, спрос на которых ежегодно возрастает. Многие исследователи отмечают, что памятники культуры, истории и религии существенно мотивируют многих туристов посетить тот или иной регион. [5]. На территории Японии находятся уникальные православные экскурсионные ресурсы, которые в будущем могут привлечь большой поток русских туристов.

Анализ стилистического оформления фасадов и объемно-пространственной композиции японских храмов и церквей показывает, что архитектурные стили, которые являются традиционными для России, продолжали своё развитие в строительстве японских

храмовых сооружений. Православные храмовые постройки на территории Японии строились в полном соответствии с российскими архитектурными образцами и поражают своим сходством с русскими храмами [4]. По мнению автора, оставшиеся памятники православной архитектуры в Японии представляют собой большую архитектурно-художественную и историко-культурную ценность и могут стать востребованными объектами туристского интереса.

Важно отметить, что некоторые приходские храмы в Японии являются памятниками культуры либо города, либо префектуры, либо государства. Прежде всего, это кафедральный Воскресенский собор в столице страны Токио (его ещё называют Николай-до), Преображенский храм в Саппоро, Воскресенская церковь в Хакодатэ, Богоявленский храм в Киото, Вознесенский храм в Камисо, и др. [3]. На территории Страны восходящего солнца получил своё распространение русско-византийский архитектурный стиль. Примером данного стиля можно назвать выше упомянутый Воскресенский собор в Токио, который является крупнейшим православным сооружением всей Северо-Восточной Азии [4]. Кафедральный собор Японской Православной Церкви в Токио, основанный святителем Николаем Японским, до сих пор остается важным духовным центром японского православия. Проект данного собора был разработан русским архитектором М. А. Шуруповым, который являлся членом Русского Технического Общества. Воскресенский собор стал первым на Востоке сооружением в русско-византийском стиле. Благодаря своему необычному для Японии облику, Воскресенский собор стал главной достопримечательностью района Отяномидзу, и каждый год туристы со всего мира посещают его. Интересно отметить, что в Соборе можно увидеть иконы Ямасита Рин и русского иконописца Василия Бесехонова. Ямасита Рин – православная японка, которая обучалась иконописному мастерству в Санкт-Петербурге. Иконы Ямасита Рин, а также иконы, привезенные из России, несомненно, представляют собой историко-культурную и художественную ценность, поскольку они отражают традиции русской иконописи той эпохи. Её работы можно увидеть также в других японских храмах [2]. Можно предположить, что русским туристам, интересующимся православием, было бы интересно увидеть своими глазами иконописные работы, созданные православной японкой.

Таким образом, на территории Японии находятся уникальные православные экскурсионные ресурсы, которые неразрывно связаны с православной культурой России. Япония обладает большим туристским потенциалом не только благодаря тому, что на её территории находятся исконно японские религиозные объекты, но и памятники, которые появились благодаря изначально чужеродной культуре, например, православные памятники. По мнению автора, Япония является новым и перспективным направлением для развития православного туризма на российском рынке выездного туризма. Благодаря религиозному виду туризма у туристов появляется возможность узнать новые факты о своей религии, а также познакомиться с другой религией и осознать её сходства и различия с собственной религиозной системой [4]. Православие на территории Японии приобрело японские черты, которые связаны с японскими обычаями. Через призму японского православия русские туристы могут также познакомиться с японскими традициями. Уникальное сочетание православной и японской культуры может мотивировать русских туристов к путешествию в Японию.

#### *Список литературы*

1. Зайцев А. В. Православный туризм: проблемы кластерного развития: монография. М: Изд-во СГУ, 2014. 245 с.
2. Павел Оикава Син. История Японской Православной Церкви. Токио, 2013. 31 с.
3. Саблина Э. Б. 150 лет Православия в Японии. История Японской Православной Церкви и ее основатель святитель Николай. М.: АИРО–XXI, 2006. 528 с.
4. Федорова М. В., Ермолаева Л. П. Организация экскурсий по мировым религиозным центрам. Часть 1. Религиозные центры авраамических религий (иудаизм, христианство, ислам): учеб.-метод. пособ. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, 2011. 249 с.
5. Житинев С. Ю. Религиозный туризм и паломничество в Российской Федерации: современное состояние и перспективы развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru> (дата обращения: 29.10.2017).
6. Печерица Е. В., Шарафанова Е. Е. Паломнический туризм: существенные аспекты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.science-education.ru> (дата обращения: 10.11.2017).

*Лана Астамуровна Агрба,  
магистрант<sup>1</sup>,*

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Этнический туризм в Абхазии: современное состояние и перспективы развития**

В данной статье рассматривается современное состояние туристской отрасли Абхазии и перспективы развития здесь этнического туризма.

**Ключевые слова:** Абхазия, туризм, этнический туризм, культура

*Lana Astamurovna Agrba,*

*Master's Degree Student,*

*Saint-Petersburg State Institute of Culture,  
Saint-Petersburg, Russia*

### **Ethnic Tourism in Abkhazia: Current State and Prospects of Development**

This article presents the current state of the tourism industry of Abkhazia and the prospects for the development of ethnic tourism.

**Keywords:** Abkhazia, tourism, ethnic tourism, culture

В настоящее время международный туризм является интенсивно развивающимся сектором экономики. По данным ЮНВТО с января по август 2017 г. в туристских направлениях по всему миру был зарегистрирован 901 млн международных туристских прибытий, что на 56 млн больше, чем за тот же период 2016 г. Речь идёт о внушительном росте, который составил 7 %, что намного превышает рост, наблюдавшийся в предшествующие годы [5]. Такие показатели свидетельствуют, что интерес туристов к посещению новых стран, знакомству с чужой культурной с каждым годом увеличивается.

По своей природе и характеру туризм в целом – явление транснациональное и межкультурное. Его можно рассматривать как общемировую модель рекреации и досуга, распространённым и все более доступным способом познания и освоения окружающего мира, «своей» и «чужих» культур посредством межкультурной коммуникации.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: док. пед. наук, профессор, Погодина Виктория Леонидовна = Supervisor: d.p.s., professor Pogodina Victoria Leonidovna

И одним из видов туризма, способных удовлетворить потребности туриста в познании чужой культуры, является этнический туризм. Под этническим туризмом понимается туризм, целью которого является ознакомление туристов с особенностями традиционной культуры и быта различных народов (этносов) [2].

Туризм в Абхазии является одной из главных отраслей, оказывающей существенное влияние на развитие экономики страны. По данным министерства экономики на долю туризма приходится около трети всех налоговых поступлений. Так, в 2015 г. данная отрасль пополнила бюджет страны на 350 млн, а в 2016 г. цифра увеличилась до 400 млн [3].

Необходимо выделить ряд факторов, тормозящих развитие туризма в Абхазии: высокая изношенность материально-технической базы, отсутствие современной инфраструктуры, несовершенство маркетинговой системы продвижения Республики на туристском рынке, невысокое качество обслуживания. Немаловажным фактором является и геополитическое положение Республики, а именно отсутствие официального признания государства большинством стран, а также наличие неразрешенного конфликта с Грузией.

В этих условиях важнейшей составляющей поступательного развития становится возрождение рекреационного комплекса, ориентированного на въездных туристов. В этом направлении в последние годы прослеживаются положительные тенденции. Так, за последние два года число посетивших страну туристов возросло почти в два раза. По окончании туристского сезона были подведены итоги, согласно которым Абхазию в 2016 г. посетило рекордное число – 1,4 млн. человек, что в сумме составило 15 % роста.

Для развития этнического туризма в Абхазии существуют объективные предпосылки: большой природный и культурный потенциал, интерес туристов, к национальным традициям, гостеприимство местного населения и т. д. Абхазия это древняя, самобытная страна, с богатой историей и культурой, уникальными традициями и обычаями. Абхазы – один из древнейших народов Кавказа – региона, который с давних эпох отличался этническим и культурным многообразием. За прошедшие века он прошёл сложный и насыщенный событиями путь исторического развития, сумев сохранить и приумножить богатое наследие материальной и духовной культуры, в которой органично соединяются общекавказские цивилизационные черты и собственная культурная специфика [1].

Все эти факторы в совокупности являются привлекательными для туристов и способствуют развитию здесь этнического туризма. На данный момент этот вид туризма находится на стадии зарождения, но считается наиболее перспективным в дальнейшем будущем, способным заинтересовать огромное количество туристов. Многие проекты по развитию этой сферы на данный момент лишь в разработке, но страна обладает большим потенциалом для их создания.

В качестве одного из перспективных направлений развития этнического туризма на данной территории, можно предложить создание этнотуристского центра, в котором каждый сможет ознакомиться с культурой, бытом, национальными обычаями и традициями абхазского народа.

Концепция проекта может быть основана на исторической реконструкции абхазского поселения, с воссозданием культурно-исторической среды, включая традиционную архитектуру, кухню, костюмы, ремёсла, обычаи: здесь будут представлены традиционные дома абхазов (апацхи), которые туристы могут посетить как музей и приобрести сувениры.

Особое внимание необходимо уделить организации питания. Центр должен включать тематические предприятия питания предлагающие блюда национальной кухни, оформленные в этническом стиле, с национальной музыкой и танцами. Сотрудники, обслуживающие туристов, должны быть одеты в национальные костюмы.

На базе такого центра можно проводить различные мероприятия, традиционные народные праздники и фестивали. Создание такого центра будет способствовать возрождению культурных традиций быта и ремёсел.

Чтобы понять, на какой стадии все же находится сейчас этнический туризм в Абхазии, необходимо рассмотреть мероприятия, которые проводятся уже сейчас, а не только планируются в будущем.

Для начала следует акцентировать внимание на том, что у некоторых туристических компаний есть в ассортименте турпродуктов этнические туры, в которых туристам предлагается посетить несколько абхазских поселений, где, помимо историко-культурных и природных достопримечательностей, в программу тура добавляются такие этнические аспекты, как практика абхазского застолья, позволяющая экскурсантам ознакомиться с понятиями института гостеприимства абхазов. Подобные застолья проводятся в сёлах,

например, в древнейшем селе Лыхны и находящемся неподалеку от него селе Дурипш. Гостей знакомят с абхазской культурой засто- лья и предлагают самые популярные блюда традиционной кухни: домашний шашлык на мангале, домашний сыр сулугун, овощи, хлеб, асыдзбал (подлива из алычи), чачу (домашняя виноградная водка), вино (белое, красное), абыста (пресная каша из кукурузной муки), акуд (паста из фасоли с приправами), домашние соленья, соки. Подобные застолья часто сопровождаются шоу, которое включает в себя национальные песни и танцы, а также конкурсы для гостей, выдержанные в традиционном абхазском духе [4].

Помимо таких мероприятий, существуют и другие формы проявления этнического туризма в Республике. Так, на северо-вос- точной окраине Пицунды, в селе Лдзаа, располагается уникальный частный этнографический дом-музей – Хецуриани, названный в честь его основателя – Георгия Ясоновича Хецуриани. Экспозиция музея представляет собой коллекцию предметов быта абхазского народа, ряд предметов, найденных на территории Абхазии, в част- ности древние орудия земледелия.

Отдельным элементом этнического туризма можно выделить традиционные скачки, проводимые в Республике ежегодно. Это одно из современных явлений, сохраняющих традиционную аб- хазскую культуру, помогающую туристу окунуться в самобытный мир абхазского этноса. Соревнования традиционно состоят из за- бегов лошадей от 2000 до 8000 метров, джигитовки и конного фут- бола.

Важность развития этнического вида туризма для Абхазии очевидна. С одной стороны, данный вид туризма может способ- ствовать удовлетворению этнокультурных, социально-психологи- ческих и в целом познавательных потребностей туристов, а также содействовать их более тесному этническому знакомству и меж- культурному диалогу. С другой стороны, может выступать эффек- тивным средством воздействия на экономику страны.

#### *Список литературы*

1. Анчабадзе Ю. Д., Аргун Ю. Г. Абхазы. М.: Наука, 2007. 547 с.
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
3. Официальный сайт Министерства экономики Республики Абхазия: [Элек- тронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mineconom-ra.org/ru> (дата обращения: 13.11.2017).
4. Официальный туристический сайт Республики Абхазия: [Электронный ре- сурс]. Режим доступа: <http://www.abkhazia.travel.ru> (дата обращения: 13.11.2017).

5. UNWTO World Tourism Barometer Volume 15 // the World Tourism Organization, October 2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mkt.unwto.org/barometer.ru> (дата обращения: 13.11.2017).

**УДК 338.48**

***Екатерина Руслановна Буря,***

*студентка,*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Москва, Россия*

### **Париж – город мечты**

На сегодняшний день Париж является одним из самых привлекательных и посещаемых городов мира, изучена его популярность среди туристов.

**Ключевые слова:** посещаемый, привлекательный, популярный город, туристы

***Ekaterina Ruslanovna Burya,***

*Student,*

*Russian Academy of National Economy and Public Administration,  
Moscow, Russia*

### **Paris is a city of dreams**

Today Paris is one of the most attractive and visited cities in the world. The author decided to study it inside and understand why it is so popular nowadays among tourists. Why is everyone so fond of this city?

**Keywords:** visited, attractive, popular city, tourists

Париж – один из самых фантастических городов мира. Он получил титул «самого посещаемого города в мире» в 2013 г., и всё ещё держится в топе наравне с Лондоном и Бангкоком (2016 г.: Бангкок – 19,41 млн; Лондон – 19,06 млн; Париж – 15,45 млн) [1].

В течение года число туристов варьируется. Сентябрь и ноябрь – «мёртвые сезоны», не отличаются высокими показателями. Январь, февраль, май, июль и декабрь мы можем назвать «высокими сезонами», так как показатели прибытий стремительно растут (период новогодних каникул, Рождества, День всех влюблённых) [3].

Если для вас важным пунктом в период поездки является экономия, то эксперты рекомендуют отправиться в Париж именно в «мёртвый сезон», так как цены на жильё падают в несколько раз.

В Париже есть 20 округов, и у каждого имеются свои особенности, привлекательные для туристов. Среди них мы можем выделить наиболее колоритные, такие как 1-й, 4-й, 7-й и 16-й, и районы попроще: 12-й, 13-й, 14-й и 17-й. Там цены ниже, но до объектов показа придется прогуляться. Есть и «неблагоприятные» (арабские) районы (10-й, 19-й, 20-й) которые не рекомендуется посещать из-за высокого уровня криминальной обстановки. Перейдём к анализу нескольких округов.

*«1-й округ» обладает следующими характеристиками:*

1. Один из богатейших районов; самый центр Парижа; дорогие бутики и отели (найти дешёвую гостиницу не получится); коммерческий и туристический центр города.

2. Лучшие отели 1 округа (200–500€) [2], на пример:

- «Regina» – четырёхзвёздочная гостиница в стиле арт-нуво, расположенная прямо напротив Лувра;
- «Castille Paris» – великолепный пятизвёздочный отель в венецианском стиле, расположенный рядом с садом Тюильри и Вандомской площадью.

3. Рестораны (большое количество дорогих, но можно найти и более бюджетный вариант):

- «GRAND VEFOUR» – 3 звезды Мишлен;
- «IL CORTILE» – 1 звезда Мишлен.

4. Главные объекты посещения:

- Лувр – музей, занимающий 1 место в рейтинге «Самые посещаемые музеи 2016 г.;
- Дворец Консьержери;
- Вандомская колонна.

*«7-й округ» обладает следующими характеристиками:*

1. Лидер по посещаемости; молодёжный; самые главные достопримечательности и исторические достояния; привлекает политиков (Штаб-квартира ЮНЕСКО, 17 посольств, 8 министерств).

2. Отели:

- «K+K Hôtel Saugé» – 5 звезд (около 180€);
- «Malar» – приятная находка для туристов. До объектов показа, конечно, придется пройти (10–15 мин), но зато можно снять номер в районе 55€.

3. Кафе и рестораны для настоящих гурманов

- «La Bonbonniere de Marie» – прямо на Марсовом поле. Столики с видом на Эйфелеву башню

– «Eiffel 58» – находится на 1-м уровне Эйфелевой башни и может сделать любой вечер незабываемым.

4. Самые популярные объекты посещения Парижа

– Эйфелева башня – символ Парижа и всей Франции в целом;

– Марсово поле;

– Стена мира.

Одним из немаловажных аспектов во время любой поездки является вопрос о способах перемещения от одних объектов к другим наиболее комфортным путем. В Париже имеются разнообразные виды транспорта:

1. Самолеты. Прибытие в город. Основные аэропорты: Шарль-де-Голль, Орли.

2. Поезда. Всего в Париже 10 вокзалов, с которых поезда отправляются в самые различные места, что означает возможность попасть и в другие города.

3. Электропоезда RER (при поездке в пригороды Парижа)

4. Метро (6:00–00:30) – простой, удобный и для многих привычный способ перемещения по городу.

5. Автобусы: городские, экскурсионные (идеальный вариант для ознакомления с Парижем).

6. Двухэтажные красные (иногда жёлтые) автобусы.

7. Трамваи (удобно при перемещении внутри города).

8. Речной транспорт (больше для развлечения).

9. Batobus; Bateaux Parisiens; Bateaux Mouches.

10. Автомобиль.

11. Велосипед.

Приобрести билет можно в аэропортах, на станциях метро или RER, у информационных стоек туристических бюро, в табачных и газетных киосках. Рассмотрим разные виды стоимости билетов на транспорт:

1. «Ticket t+»: разовый. Стоимость: обычный – 1,90 €; «Carnet» (набор из 10 штук) – 14,50 €; от 4 до 11 лет детский таскард – 7,25 €. Необходимо обратить внимание, что данный вид билета нельзя приобрести у водителя транспортного средства [2].

2. «Ticket t»: разовый. Стоимость: 2 €. Можно приобрести только у водителей автобуса. Не распространяется на другие маршруты [2].

3. «Mobilis»: билет, действующий на определённые зоны в течение дня, а не 24 часов с момента приобретения. 1–2 зоны – 7,30€; 1–3 зоны – 9,70€; 1–4 зоны – 12€; 1–5 зоны – 17,30€ [2]

4. «Paris Museum Pass»: наиболее удобный вариант для турпоездки. Включает посещение более 60 музеев города, включая Лувр, Триумфальную арку и комплекс Национального центра искусства и культуры имени Жоржа Помпиду без очереди. 2 дня – 48 €; 4 дня – 62 €; 6 дней – 74 € [2].

5. «Paris Visite»: проездной, действующий определенное количество дней в определенных транспортных зонах. Неэкономно для туриста [2].

Многие приезжают в Париж, чтобы посетить определенные мероприятия, которые являются «бантиком» этого города, следовательно, здесь развит событийный туризм (это вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям).

Неделя моды: важное событие fashion-индустрии, которое просто обязаны посетить дизайнеры, топ-модели и известные модельеры. Каждая модница была бы счастлива оказаться здесь [2].

Международная туристическая выставка: «самая экстравагантная туристическая» выставка. Проводится ежегодно и является одним из популярнейших мероприятий Франции в данной отрасли. Там туристы имеют возможность ознакомиться с тематическими уникальными турами по Франции: туры по замкам Франции, гастрономический и парфюмерный туры, «по следам великих французских художников и композиторов» и многое другое [2].

Парижский марафон: крупное ежегодное событие в мире спорта, проходящее именно в Париже. Участие платное, цена варьируется от 80 до 120 €. Маршрут проходит через самые известные достопримечательности Парижа такие как Эйфелева башня, Триумфальная арка, Лувр, Собор Парижской богородицы, начинаясь на Елисейских полях и заканчиваясь на авеню Фош. Каждый может испытать себя, доказать всем, на что он способен [2].

Теперь мы действительно видим, что Париж – потрясающий город. Не удивительно, что люди приезжают сюда снова и снова, со всего света, чтобы вновь ощутить тот самый «парижский воздух», посетить ещё ранее неизученные места и просто отдохнуть душой и телом.

#### *Список литературы*

1. Генеральное консульство Франции в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ambafrance.org.ru> (дата обращения: 19.11.17).
2. Paris10.ru: всё про Париж [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.paris10.ru> (дата обращения 11.11.17).

3. Paris-life.info [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.paris-life.info.ru> (дата обращения 12.11.17).

**УДК 338.482.22**

**Нада Ид,**  
*магистрант<sup>1</sup>,*  
*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,*  
*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Туризм в Сирии: до войны и современное состояние**

Рассматривается туризм в Сирии до войны 2011 г. и современное состояние туризма в стране. В данной работе объясняется, какие памятники в Сирии пострадали от войны и указывается важность восстановления этих памятников.

**Ключевые слова:** Сирия, туризм, историко-культурное наследие, культурные события

**Nada Eid,**  
*Master's degree student,*  
*Saint-Petersburg State Institute of Culture,*  
*Saint-Petersburg, Russia*

### **Tourism in Syria: before the War and the Current State**

The article considers tourism in Syria before the war in 2011 and the current state of tourism in the country. In this paper, we explain what monuments in Syria suffered from the war and indicate the importance of the restoration of these monuments.

**Keywords:** Syria, tourism, historical and cultural heritage, cultural events

Сирия (араб. سوريا) или Сирийская Арабская Республика – страна на Ближнем Востоке, граничащая с Ливаном и Палестиной на юго-западе, с Иорданией на юге, с Ираком на востоке и с Турцией на севере. Омывается Средиземным морем на западе.

Столица Сирии – Дамаск, один из самых древних постоянно заселённых городов мира. Кроме этого, Дамаск является самой древней из всех современных столиц мира [3].

Сирию называют колыбелью цивилизаций: многие величайшие достижения человеческой культуры, позднее распространив-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса, доктор экономических наук Клейман Анатолий Александрович = Scientific Director: Professor of the Department of Tourism and social and cultural services, Doctor of Economics, Kleiman Anatoly Alexandrovich

шиеся по всему миру, имеют сирийскую основу. Великолепные памятники, археологические находки, Величественные замки, крепости и мёртвые города составляют славу истории древнейших народов.

На территории Сирии насчитывается около десяти тысяч исторических памятников различных эпох, там зародился Угаритский алфавит, один из древнейших алфавитов. Появился в XV в. до н. э. в Угарите и использовался для записи местных семитских языков [4].

Главными достопримечательностями Сирии являются (древний город Пальмира, мечеть Омейядов в Дамаске, церковь святого Анания в Дамаске, цитадель Дамаска, Крак де Шевалье в Хомсе, древний город Босра, цитадель Алеппо, церковь пояса святой Марии «Ум Аль-Зуннар» в Хомсе, древние колеса-нории в Хаме и многие другие).

Туризм в Сирии является сектором экономики страны, составляющий почти 13,5 % от валового внутреннего продукта страны (2010 г.). Особенный интерес для туристов представляют города Дамаск (столица) и Алеппо.

В 2010 г. туризм значительно увеличился по сравнению с предыдущим годом. По данным министерства туризма в январе 2011 г., около 6 млн иностранных туристов посетили Сирию в 2009 г. За 2010 г. этот показатель составлял 8,5 млн туристов, что на 40 % больше. Доходы от туризма были предоставлены в размере 30,8 млрд сирийских фунтов (8,4 млрд долларов США) в 2010 г., 14 процентов экономики страны.

С начала сирийской войны в марте 2011 г. туризм резко упал. В первом квартале 2012 г. доходы от туризма составили около 12,8 млрд сирийских фунтов (178 млн долл. США) по сравнению с 52 млрд сирийских фунтов (1 млрд долл. США) в первом квартале 2011 г., а количество иностранных туристов сократилось более чем на 76 % в 4 квартале 2012 г. Занятость в индустрии туризма сократилась на «почти две трети» в этот период.

По состоянию на 2013 г. общий доход от сирийского туризма сократился на 94 %, а Алеппо пострадал в наибольшей степени, а министр туризма заявил в конце сентября 2013 г., что 289 туристических мест были повреждены в результате конфликта с 2011 г. К 2015 г. движение туристов сократилось более чем на 98 % [6].

В списке объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Сирии значатся 6 наименований (на 2016 г.) (Старый город в Дамаске,

Старый город в Босре, Археологические памятники Пальмиры, Старый город в Алеппо, Замки Крак-де-Шевалье и Салах ад-Дина, Древние деревни Северной Сирии (руины 40 поселений объединены в 8 групп)). Все объекты включены в список по культурным критериям. По данным ЮНЕСКО, пять из шести объектов Всемирного наследия Сирии пострадали в результате войны. Кроме этого, по состоянию на 2017 г., 12 объектов на территории Сирии находятся в числе кандидатов на включение в список всемирного наследия (Нории в Хаме, Угарит в Латакии, Эбла в Идлибе, Мари в Дейр-эз-Зоре, Дура-Европос в Дейр-эз-Зоре, Апамея в Хаме, замок Каср аль-Хайр в Хомсе, Маалула в Дамаске, крепость крестоносцев в Тартусе, город Эр-Ракка, Остров Арвад в Тартусе, города долины Евфрата: Мари и Дура-Европос в Дейр-эз-Зоре). С 2013 г. все сирийские объекты всемирного наследия находятся под угрозой [5].

А что касается музеев Сирии. В Сирии насчитывается около двадцати пяти музеев культурного наследия. В них хранится бесчисленное количество экспонатов. Эти изумительные следы прошлого позволяют посетителям проделать длинное путешествие во времени по мере перехода из одного зала в другой. Каменные орудия труда, предметы культа и домашняя утварь из камня перемещают Вас к порогу древней истории, а античные ювелирные изделия рисуют в Вашем воображении женщин, украшенных этими чудесными вещами [4]. Самые известные музеи в Сирии – Национальный музей Дамаска, Музей искусств и народных традиций «Дворец Азема» в Дамаске, Музей арабской медицины и науки «Бимаристан Нур Ад-Дина» в Дамаске, Пальмирский Музей в Пальмире, Национальный музей Алеппо и другие.

Несколько музеев были разграблены и уничтожены с начала войны, такие как: Пальмирский музей в Пальмире, музей Хамы, музей Ракка, музей Дейр-эз-Зор, музей Маарат аль-Нуман и др.). Только музеи и памятники Дамаска были безопасны от грабежей и разрушений от эскалации войны.

В Сирии многие театры сохранились. Самые известные: Оперный театр Дер Аль Асад в Дамаске и театр Аль-Захрауи в Хомсе. Но исторические театры были существенно разрушены из-за войны, так как: Римский театр в Пальмире – римский театр в античном городе Пальмира. Недостроенное здание театра датируется II веком н. э. В мае 2015 г. террористы взяли Пальмиру полностью под свой контроль. По состоянию на начало 2017 г. – суще-

ственно разрушен. В феврале 2017 г. Минобороны России опубликовало видео с беспилотного летательного аппарата, на котором зафиксировано разрушение террористами фасада римского амфитеатра и тетрапилона [1].

Все старые рынки Дамаска сохранились. Самые известные рынки города: Хамидия, Мидхат-паша (расположен на улице, сохранившей библейское название Прямая), в караван-сараяе Харир (продаётся шёлк), рынок сук Бзурие (в воздухе витает аромат пряностей), и, наконец, рынок ас-с-Сага «аз-Захаб» (с ювелирными украшениями) рядом с Музеем арабской медицины и науки на улице Аль-Бимаристан Ан-Нури. Вы можете побывать как на старых, традиционных, так и на новых, современных сирийских рынках. Старые рынки хранят традиции ремёсел, передаваемых от отца к сыну. Они славятся уникальными текстильными изделиями – вручную вышитыми скатертями и одеждой, парчой, местным шёлком, дамастом, швейными изделиями, расшитыми золотом и серебром, коврами и гобеленами изумительных расцветок с узорами, повторяющими лучшие образцы арабского дизайна [2].

Также в настоящее время рестораны и кафе Дамаска открыты и в них можно познакомиться с сирийской кухней. Множество ресторанов и кафе приглашают гостей насладиться типичными сирийскими блюдами с их аппетитным запахом и особым вкусом (куббе, мутабаль, хуммос, таббуле), местными напитками (лимонный сок, отвар тонизирующих корней, компот их сухих ягод, айран – разбавленная водой простокваша с чесноком, сироп из шелковицы) и взбитым вручную мороженым с фисташками. Попробовать лучшие национальные блюда можно в одном из многочисленных ресторанов (ресторан ближневосточной кухни Наранж в Дамаске, ресторан Кан заман в Дамаске и др.).

Помимо этого, стоит отметить что, много культурных событий проводилось в Сирии до войны. Культурная жизнь в стране не затихала в течение всего года. Концерты народной и классической музыки, фестивали танца проходили в театрах со славным историческим прошлым в Босре и Пальмире, а также на современных театральных площадках во всех сирийских городах. Регулярно проводились выставки, кинофестивали и театральные представления, известные как Международная выставка цветов, Фестиваль народного творчества, Международный фестиваль фольклорных коллективов в Босре и фестиваль «Шёлковый путь» – главное туристическое событие. Название фестиваля позаимствовано у зна-

менитого маршрута, который использовался в течение нескольких столетий для транспортировки шелка из Китая до Средиземноморья через Сирию. Основной целью фестиваля является укрепление культурного диалога между цивилизациями путем установления связей между участниками фестиваля [2].

Надеемся, что война скоро закончится в Сирии и жизнь вернётся так, как раньше. И через восстановление разрушенных памятников и обеспечение безопасности туристов, Сирия станет снова туристическим направлением для туристов со всего мира.

#### *Список литературы*

1. Римский театр (Пальмира) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wikipedia.ru> (дата обращения: 22.11.2017).
2. Сирийская Арабская Республика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vbikb.narod.ru> (дата обращения: 21.11.2017).
3. Сирия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wikipedia.ru> (дата обращения: 21.11.2017).
4. Сирия, Издания сирийского министерства туризма. Дамаск, 2010.
5. Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Сирии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wikipedia.ru> (дата обращения: 22.11.2017).
6. Tourism in Syria [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wikipedia.ru> (дата обращения: 22.11.2017).

**УДК 338.48**

***Ольга Андреевна Котельникова,***

*студентка,*

*Российская академия народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте Российской Федерации,  
г. Москва, Россия*

### **Сравнительный анализ сити-туров в Пекин по финансовым критериям**

Задача данного исследования состоит в выявлении наиболее экономного варианта ознакомительной поездки в Пекин (между альтернативным (самостоятельным) путешествием и блок-пакетом от туроператора).

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, турпоток, туроператор, турпакет, анализ

*Olga Andreevna Kotelnikova,  
Student,  
The Russian Academy of National Economy  
and Public Administration,  
Moscow, Russia*

### **Comparative analysis of city tours to Beijing on financial criteria**

The task of this study is to identify the most economical version of the study-tour to Beijing (between alternative (independent) travel and block-package from the tour operator).

**Keywords:** tourist industry, tourist flow, tour operator, tour package, analysis

В настоящее время в условиях общемирового кризиса туризм является одной из немногих стабильно развивающейся областей экономики, а прямые и косвенные доходы от этой индустрии способствуют социально-экономическому развитию многих регионов и государств мира. Туризмом принято считать передвижение человека по регионам, не являющимися для него постоянным местом жительства, с обязательной ночевкой, посещением познавательных, оздоровительных, развлекательных, спортивных, религиозных, гостевых мероприятий без извлечения из этого предпринимательской выгоды.

Прогнозы ЮНВТО «Туризм: перспективы 2030», а также статистические данные «Барометра международного туризма ЮНВТО» [2] указывают на высокие темпы развития международного туризма в странах региона Северо-Восточной и Южной Азии. Как сообщает Всемирная туристская организация ООН (UNWTO), минувший 2016 г. стал седьмым подряд, показавшим положительные результаты динамики международного турпотока после кризисного 2009 г. Заграничные поездки совершили 1 млрд 235 млн туристов, что на 46 млн больше, чем в докризисном 2008 г. [7].

Лидирующие позиции по росту въездного турпотока на данный момент занимает Азиатско-Тихоокеанский регион – увеличение на 8 % в сравнении с прошлым годом. В 2016 г. было зафиксировано 303 млн. международных туристских посещений.

На сегодняшний момент из 6 стран, находящихся в этом субрегионе, резко выделяется Китай, с его быстро развивающейся туриндустрией. По данным UNWTO в 2016 г. Китай занимает 4 место по посещаемости (55,7 млн. посетителей в год) после Франции, США и Испании.

Китай – страна, ставшая открытой для посещения сравнительно недавно – после экономических реформ 1978 г. За эти десятилетия Китай прочно интегрируется в мировое сообщество, экономика страны стремительно развивается, в том числе такая отрасль как туризм. В настоящее время КНР можно отнести к числу мировых туристических держав. Следует отметить, что внутренний туризм в Китае развит колоссально: более 4,5 млрд поездок совершают жители Китая, не выезжая за пределы своей страны (рис. 1) [3].



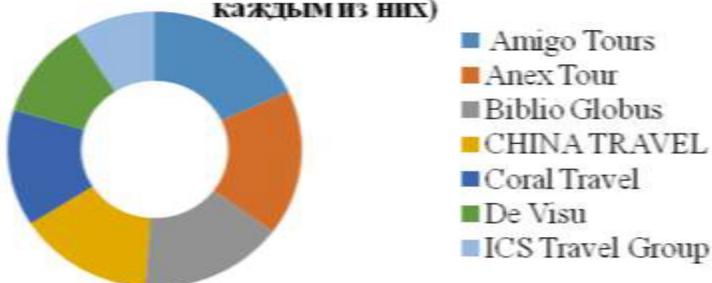
*Рис 1.* Сравнение развития внутреннего и въездного туризма Китая

Как известно, развитие связей, в том числе и в области туризма, часто развиваются с соседними странами. Не является и исключением и Россия с КНР. Начиная с 2002 г., связи в области туризма между двумя странами регулируются на всех уровнях. Большое значение в этом играет такая организация, как Туристическая ассоциация «Мир без границ» [10].

Сегодня возможности посещения туристами из обеих стран существенно упрощены и возможны в разных вариантах. За последнее время российский турист проявляет немалый интерес к Китаю. Эту страну можно назвать лидером по безопасности для туристов среди наиболее популярных направлений в Юго-Восточной Азии у россиян. В 2016 г. Китай посетили 1,67 млн наших соотечественников, в 2017 г. эта цифра увеличилась на 30 % [8].

Следует ознакомиться с наиболее надежными туроператорами, работающими с Китаем. При выборе туроператора стоит посмотреть: есть ли он в списке Ростуризма, сколько лет на рынке, доля рынка, которую занимает компания (рис. 2).

**туроператоры, занимающиеся Китаем  
(ранжировка по объему рынка, занимаемого  
каждым из них)**



*Рис. 2.* Туроператоры, занимающиеся Китаем

Конечно, сегодня нам предлагают всевозможные турпродукты. Возможности сочетать пляжный отдых, многочисленные экскурсии и поездки по стране, узнавать необычную и уникальную восточную культуру и цивилизацию, которой больше 4 тысяч лет, познавать многовековую историю, многочисленные памятники архитектуры – подобные возможности всегда привлекают туриста, который ищет что-то экзотическое и удивительное для себя.

Для продуктивного и более точного сравнения предоставленного турпакета и самостоятельной поездки следует сопоставить максимально приближенные условия. А именно: одна и та же компания по авиа-перелету, оформлению медицинской страховки, туристической визы, а так же место проживания и познавательно-развлекательные экскурсии.

На 23 Международной туристской выставке «Отдых» в 2017 г. туроператор CHINA TRAVELL предлагает блок-пакет в Пекин («Пекин – наследие поднебесной»):

- международный авиаперелет Москва – Пекин, Пекин – Москва; регулярный рейс а/к «Air China», «Аэрофлот», эконом-класс;
- медицинская страховка (покрытие 30 000 \$);
- проживание в отеле Nikko New Century Beijing категории 5\*, стандартный номер;
- транспортное обслуживание – по программе;
- экскурсионное обслуживание, включая сопровождение русскоговорящим гидом и входные билеты – по программе. Спи-

сок экскурсий: Великая китайская стена, Летний Императорский Дворец, Храм Неба (Тяньтань), Пекинский Зоопарк, Большой Дом Панды;

– питание: завтраки в отеле проживания («шведский стол»).

Оформление туристической визы на одного человека отдельно будет стоить: 57\$ [4]. Цена поездки на одного человека равна 990\$. Для удобства рассчитаем стоимость на двоих: 2094\$.

Теперь перечислим все те же услуги со стоимостью каждой по-отдельности:

– перелет: 446\*2 [2];

– медицинская страховка (на двоих): 17\$ [9];

– проживание в отеле: 113\$ [5];

– трансфер: 30\$;

– экскурсионное обслуживание: 354\$ \*2 + русскоговорящий гид 750\$ [6];

– питание: 110\$ \*2;

– виза: 57\$ \*2;

Подсчитав итоги, получается чек на 2844\$.

Разница составляет 750\$ в пользу блок-пакета от туроператора CHINA TRVELL.

Представленный анализ в статье далеко не полный, т. к. мы рассмотрели лишь экономические параметры услуги. Следует так же учитывать качество обслуживания, собственные предпочтения, квалификацию работников (гида) и многое другое. Однако, сравнив суммы, можно сделать вывод, что, сотрудничая с туроператором, путешествие в Пекин станет более экономным.

В завершение можно отметить, что мы вправе выбирать наиболее выгодные для нас варианты.

#### *Список литературы*

1. Авиакомпания Аэрофлот [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aeroflot.ru> (дата обращения 24.11.2017).

2. Барометр международного туризма UNWTO. Том 15, 2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.unwto.org.ru> (дата обращения 22.11.2017).

3. Газета «Жэньминь жибао» (онлайн) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russian.people.com> (дата обращения 22.11.2017).

4. Китайский визовый центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chinavisacentr.ru> (дата обращения 24.11.2017).

5. Компания Booking.com B. V. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.booking.com> (дата обращения 27.11.2017).

6. Компания GlobberLand [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.globberland.com> (дата обращения 29.11.2017).

7. Михайлова Т. В., Дусенко С. В. Анализ развития туризма в мире и в России [Электронный ресурс]. <http://www.kostromka.ru> (дата обращения 22.11.2017).

8. Селищев Н. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tass.ru> (дата обращения 23.11.2017).

9. Страховая компания «АльфаСтрахование» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alfastrah.ru> (дата обращения 25.11.2017).

10. Туристическая ассоциация «Мир без границ». Раздел: Российско-китайский туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru> (дата обращения 23.10.2017).

## **УДК 376.5.33**

*Ульяна Сергеевна Шишкина,*

*студентка,*

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,*

*г. Рязань, Россия*

### **Предпосылки развития культурного туризма в Северо-Западном Федеральном округе России**

В статье анализируются предпосылки развития культурного туризма в СЗФО. Выделяются турцентры, являющиеся наиболее привлекательными для туристов, объекты всемирного наследия, объекты культурного наследия региона, проведено ранжирование районов по наличию объектов культурного наследия.

**Ключевые слова:** культурный туризм, объекты культурного наследия, турцентры, федеральный округ

*Ulyana Sergeevna Shishkina*

*Student,*

*Ryazan State University named for S. A. Esenin*

*Ryazan, Russia*

### **The Prerequisites for the Development of Cultural Tourism in the Northwestern Federal District of Russia.**

The article analyzes preconditions of cultural tourism development in the Northwestern Federal District. The tourist centers that are the most attractive for tourists, world heritage sites, objects of cultural heritage of the region are singled out, the districts are ranked according to the availability of cultural heritage sites.

**Keywords:** cultural tourism, cultural heritage sites, tourist centers, Federal District

Северо-Западный федеральный округ обладает обширными туристско-рекреационными ресурсами, богатейшим культурным

наследием и имеет благоприятные возможности для развития разных видов туризма, в том числе культурного [14]. Регион обладает разнообразными культурно-историческими ресурсами, что способствует росту въездного туристского потока с культурно-познавательными целями. Основным центром туристского интереса является Санкт-Петербург.

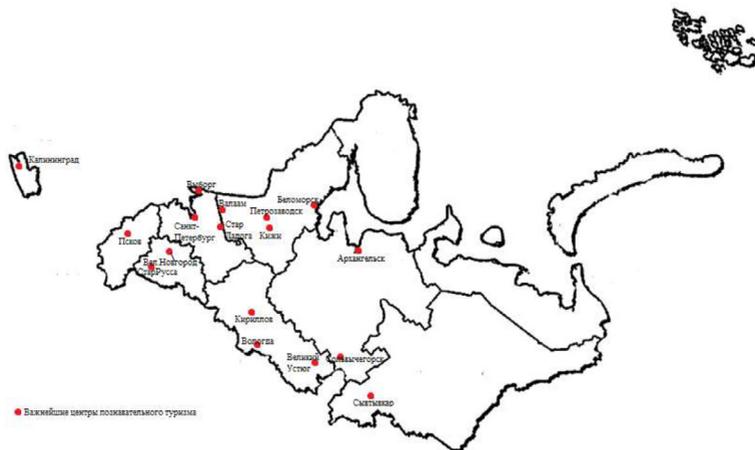
Туристский интерес представляют как памятники градостроительства и архитектуры самого Санкт-Петербурга, так и его пригородов (Петергоф, Павловск, Царское Село и др.), а так же проводимые в городе выставки, театральные представления, и другие события, способные привлечь туристов. В Архангельской и Вологодской областях находятся старинные уникальные деревни, представляющие интерес своими сохранившимися этнокультурными особенностями. В Кижях и Малых Карелах располагаются хорошо сохранившиеся образцы северного деревянного зодчества, также являясь объектом притяжения туристов. Для туристов представляют интерес старинные русские города, сохранившие свою первоначальную архитектуру в малоизменённом виде, к ним можно отнести Великий Устюг. Популярностью среди туристов также пользуются музеи деревянного зодчества; развиваются этнографические центры.

Архитектурные памятники и исторические достопримечательности в Архангельске, Вологде, Великом Новгороде и Мурманске так же вызывают туристский интерес. Кроме того, в регионе сохранилось много православных монастырей, церквей и храмов, являющихся святынями, что привлекает как паломников, так и туристов. К наиболее посещаемым можно отнести Преображенский монастырь на Соловецких островах, Спасо-Преображенский монастырь на острове, Крестный монастырь на острове Кий и другие.

Несмотря на наличие сохранившихся объектов культурного туризма во всех субъектах округа, уровень рекреационной освоенности региона различен, и меняется от хорошо развитого в Ленинградской области и Санкт-Петербурге до слабо развитого в республике Коми. Причинами данного различия является недостаточное развитие туристской инфраструктуры, состояние культурных объектов показа, отсутствие политики продвижения на туристском рынке.

Наиболее посещаемыми туристскими центрами округа являются такие города как Санкт-Петербург, Мурманск, Вологда, Ар-

хангельск, Калининград. Все они располагают хорошими транспортными связями и относительно развитой туристской инфраструктурой (рис. 1).



**Рис. 1.** Карта важнейших турцентров СЗФО.

Составлено автором по источникам: [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [12], [13]

Большое значение, для привлечения туристов, имеют объекты Всемирного культурного наследия, на территории СЗФО находятся восемь объектов списка ЮНЕСКО (табл.).

*Таблица*

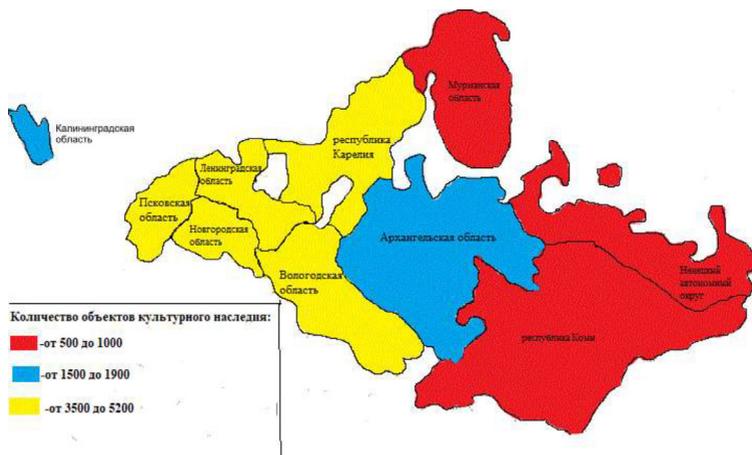
**Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО  
на территории СЗФО [10]**

<i>Название объекта</i>	<i>Местоположение объекта</i>	<i>Год внесения в список</i>	<i>№ объекта в списке</i>
Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним комплексы памятников	Санкт-Петербург	1990	540
Архитектурный ансамбль Кижского погоста	Республика Карелия	1990	544
Исторические памятники Новгорода и окрестностей	Новгородская область	1992	604
Культурный и исторический ансамбль «Соловецкие острова»	Архангельская область	1992	632

Девственные леса_Коми	Республика Коми	1995	719
Ансамбль_Ферапонтова монастыря	Вологодская область	2000	982
Куршская коса	Калининградская область (совместно с Литвой)	2003	994
Геодезическая дуга Струве	Ленинградская область	2005	1187

Данные не окончательные, так в предварительный список ЮНЕСКО кандидатов на включение в перечень объектов культурного наследия включены находящиеся на территории СЗФО: ансамбль «Большой Псков», Кремль в Пскове, ансамбль «Валаамский архипелаг». Кроме того, на территории региона находятся природные территории, которые также готовятся к включению в список объектов, охраняемых ЮНЕСКО: Водлозерский национальный парк, Зеленый пояс Фенноскандии (совместно с Финляндией и Норвегией), Валдайская возвышенность.

На территории округа располагается значительное количество объектов культурного наследия, однако размещены они не равномерно. Большая их часть приходится на Санкт-Петербург, Новгородскую, Псковскую области и Карелию (рис. 2).



**Рис. 2.** Количество объектов культурного наследия в СЗФО.  
Составлено автором по источникам:[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [12], [13]

Наименьшее количество объектов культурного наследия располагается в Ненецком автономном округе и Республике Коми, а также в Мурманской области.

В 2014 г. с целью привлечения туристов в регион, были проведены работы по разработке проектов межрегиональных маршрутов. Наиболее крупным проектом стал туристский маршрут, получивший название «Серебряное ожерелье России», включающий культурные объекты почти всех субъектов округа.

Таким образом, Северо-Западный федеральный округ обладает разнообразными ресурсами, способствующими развитию культурного туризма. Однако из-за неравномерного развития туристской инфраструктуры туристский поток неравномерен. Лидером по въездному туризму является Санкт-Петербург и Ленинградская область. Однако в регионе проводятся работы по развитию туризма в других субъектах округа.

#### *Список литературы*

1. Комитет по развитию туризма Новгородской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourismnov.natm.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
2. Официальный сайт Министерства культуры Архангельской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culture29.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
3. Официальный сайт Министерства культуры Вологодской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.depcult35.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
4. Официальный сайт Министерства культуры Калининградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culart.gov39.ru> (дата обращения: 23.11.2017).
5. Официальный сайт Министерства культуры Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culture.lenobl.ru> (дата обращения: 25.11.2017).
6. Официальный сайт Министерства культуры Мурманской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.culture51.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
7. Официальный сайт Министерства культуры Ненецкого автономного округа [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.doks.adm-nao.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
8. Официальный сайт Министерства культуры республики Карелия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mincultrk.ru> (дата обращения: 26.11.2017).
9. Официальный сайт Министерства культуры республики Коми [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mincult.rkomi.ru> (дата обращения: 28.11.2017).
10. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mkrf.ru> (дата обращения: 27.11.2017).

11. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2008. М., 2009. 654 с.
12. Туристический портал Псковской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourism.pskov.ru> (дата обращения: 23.11.2017).
13. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 24.11.2017).
14. Шишкина У. С., Шилина О. А. Предпосылки развития экологического туризма в Северо-Западном федеральном округе России. Здоровая окружающая среда – основа безопасности регионов: материалы первого международного экологического форума в Рязани (Рязань 11–13 мая 2017 г.). Рязань: ФГБОУ ВО РГГУ, 2017. Т. 1.

УДК 378.147

*Ольга Юрьевна Левченко,*  
д-р пед. наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия

**Использование Case-study в обучении иностранным языкам  
специалистов сферы сервиса и туризма**

В статье анализируются возможности использования технологии Case-study в профессионально-ориентированном обучении иностранным языкам специалистов сферы сервиса и туризма.

**Ключевые слова:** иностранный язык, профессионально-ориентированное обучение, Case-study

*Olga Yuryevna Levchenko*  
Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor  
Transbaikal State University  
Chita, Russia

**Use of Case-study in Foreign Languages Teaching of Specialists  
in the Sphere of Service and Tourism**

The article analyzes the possibilities of using Case-study technology in vocational-oriented training of foreign language of specialists in the sphere of service and tourism.

**Keywords:** foreign language, professionally oriented teaching, Case-study

В условиях реформирования системы высшего образования, изменения образовательной парадигмы и введения новых Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования значительно возросли требования к уровню профессиональной подготовки специалистов, что требует поиска и внедрения новых эффективных методов и технологий обучения.

Одной из таких является Case Study (ситуативный анализ, кейс-стади), приобретающий всё большую популярность в иноязычном образовании. Как известно, владение иностранным языком является неотъемлемым компонентом профессиональной компетентности специалистов сферы сервиса и туризма.

В настоящее время кейсы широко используются в профессионально-ориентированном обучении иностранному языку специа-

листов любого профиля, в том числе относящихся к сфере сервиса и туризма. Использование кейсов предопределяется тем, что сервис и туризм являются многоаспектными видами деятельности, требующими сформированности значительного числа компетенций, а решение учебных кейсов позволяет обеспечить формирование системы компетентностей на основе установления и укрепления связей между её элементами.

Данная технология может успешно применяться в сочетании с другими, дополняя их. По своим существенным характеристикам кейс-стади близка к технологиям коллективного обучения, т. е. её важнейшей составляющей является групповая работа. Характеризуя данную технологию, А. Н. Щукин отмечает, что её использование приводит к «повышению интенсивности учебного процесса и обеспечивает многообразные формы взаимодействия между его участниками», поскольку она ориентирована на «межличностное общение и воздействие на психическую и социальную структуру личности». При этом к числу профессионально-коммуникативных умений А. Н. Щукин относит умение воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной и невербальной форме; проводить диагностику и анализ проблемы; участвовать в принятии коллективного решения и т. д. (А. Н. Щукин).

Case-study предполагает анализ предложенной преподавателем конкретной ситуации и дополнительных информационных материалов и вовлечение обучающихся в решение конкретных профессионально-значимых проблем. Главным требованием, предъявляемым к ситуации, выступает её актуальность и то, что она должна быть взята из жизни реально существующей компании. Кейсы разрабатываются на основе подлинных фактов и их источниками могут выступать новостные сообщения, статьи в газетах и журналах, художественные произведения, научные статьи и отчёты.

При большом объёме кейса представляется целесообразным предварительное ознакомление с ним в рамках внеаудиторной работы. Как правило, кейсы используются на заключительном этапе работы над темой, а также в качестве промежуточного или итогового контроля.

Несомненным достоинством кейс-стади является возможность применения полученных теоретических знаний в решении практических профессиональных задач. Использование данной технологии обеспечивает совершенствование речевых навыков и умений; многообразие форм взаимодействия на занятии; позволя-

ет учитывать профессиональные и личные интересы и потребности обучающихся; применять различные формы аудиторной работы студентов: индивидуальную, парную, групповую, фронтальную; тренирует умение работать в команде; развивает навыки сотрудничества; формирует умение анализировать конкретную информацию, проследить причинно-следственные связи и выделять ключевые проблемы/тенденции; совершенствовать навыки анализа, синтеза, принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях; осуществлять межпредметные связи; развивает способность к применению информационных технологий; позволяет придать процессу обучения практическую направленность; повысить познавательный интерес к изучаемым дисциплинам, способствует развитию исследовательских, коммуникативных и творческих навыков принятия решений.

В педагогической литературе представлены различные алгоритмы работы с кейсом в большинстве из которых, совпадают такие этапы как ознакомление с ситуацией, анализ информации, выявление преимуществ и недостатков каждого предложенного решения, презентация результатов/защита решения, которая может быть представлена как в устной, так и в письменной форме. Особое место при обсуждении и анализе кейса принадлежит использованию метода генерации идей, получившего название «мозговой штурм».

Например, А. Н. Щукин предложил модель организации занятий на основе данной технологии, состоящую из трех стадий: организационная, рабочая и завершающая. Первая стадия предполагает «комментарий преподавателя о характере предстоящей работы с материалами кейса, знакомство учащихся с содержанием кейса; вторая – «детальное знакомство учащихся с содержанием материалов кейса, выработка позиции по проблеме содержания кейса, выработка позиции по проблеме содержания кейса, разработка плана презентации анализа проблемы, принятие решения по обсуждаемой проблеме», третья – «выступление лидеров подгрупп, обсуждение проблемы, комментарии преподавателя, оценка преподавателем работы участников обсуждения, письменное задание по обсуждаемой проблеме» (А. Н. Щукин).

Одной из проблем, с которой может столкнуться преподаватель иностранного языка при использовании данной технологии, является необходимость владения определенными профессиональными знаниями в рассматриваемой сфере деятельности. В

этом случае следует обратиться за консультацией к специалистам, преподающим данную дисциплину или организовать интегрированное занятие. Тематика кейсов для направления туризм весьма разнообразна и может затрагивать туристские ресурсы различного назначения, услуги средств размещения и общественного питания, технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта, справочные материалы, туристские каталоги и т. д. Кейсы используются в рамках чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia), одна из компетенций которого ориентирована на туризм.

Итак, владение иностранными языками является сегодня обязательным требованием к профессиональной компетенции работников сферы сервиса и туризма. К настоящему моменту накоплен значительный опыт применения данной технологии в иноязычном образовании. Её отличительной особенностью является возможность проведения анализа конкретной проблемной ситуации и выбор способа её разрешения. Применение данной технологии на занятиях по иностранному языку имеет несомненный методический потенциал, т. к. создает необходимую языковую среду и мотивирует обучающихся использовать иностранного языка для реального общения.

#### *Список литературы*

Щукин А. Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам: учеб. пособие. М.: Филоматис, 2008. 188 с.

**УДК 37.088.2**

***Юлиана Юрьевна Тибекина,***

*магистр,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

### **Использование инновационных технологий для обучения персонала в индустрии туризма**

Данная статья посвящена методам и инновационным технологиям обучения персонала в индустрии туризма. Рассмотрение различных видов процессных инноваций обучения сотрудников предприятий в сфере туризма и гостеприимства. Изучение сущности и совершенствования технологий обучения персонала в туристской индустрии.

**Ключевые слова:** процессная инновация, инновационная технология, обучение персонала, индустрия туризма

*Juliana Jurevna Tibekina,*  
*Master's Degree Student,*  
*Immanuel Kant Baltic Federal University,*  
*Kaliningrad, Russia*

## **Use of Innovative Technologies for Personnel Training in the Tourism Industry**

This article is devoted to the methods and innovative technologies of personnel training in the tourism industry. Various types of process innovations in the training of employees of enterprises in the field of tourism and hospitality are considered. The essence and improving of technologies of personnel training in the tourist industry are studied.

**Keywords:** process innovation, innovative technology, personnel training, tourism industry

Обучение персонала – это процесс получения сотрудником новых знаний, умений и навыков по основным компетенциям, принятым в компании и соответствующим требованиям к должности [1]. Необходимый уровень знаний, умений и навыков, как требование к каждой конкретной должности, определяется должностной инструкцией. Также в ней перечисляются направления обучения, прохождение которого желательно для данной должности или которое необходимо пройти сотруднику в случае несоответствия ряду требований.

В наше время различают множество форм и видов методов обучения персонала. Основные виды разделяют на внешние и внутренние, плановые и внеплановые, групповые и индивидуальные [2]. Так же выделяют классификацию методов по обучению персонала на предприятии, по ней все методы разделяют на три группы: традиционные методы обучения; методы активного обучения; методы профессионального обучения [3]. Традиционные методы включают в себе, прежде всего, классические методы преподавания и обучения это: лекции, дистанционное обучение, семинары, конференции, видеообучение [4]. Методы активного обучения включают в себя, прежде всего, активное участие самих обучающихся в обучающем процессе. В методы активного обучения входят: тренинги; мастер-класс; групповые обсуждения; деловые и ролевые игры; поведенческое моделирование; разбор практических ситуаций; баскет-метод [5]. Методы профессионального обучения состоят в непосредственной практике по профессии, должности и предприятию. Они делятся на такие виды, как: производственный

инструктаж; наставничество; стажировки; ротация кадров; использование работников в качестве ассистентов; подготовка в проектных группах [6].

Так же не менее важны методы изучения эффективности обучения персонала на предприятии. Эти методы позволяют оценить, как эффективно прошел курс обучения у персонала, какого было обучающимся и тех, кто их обучал, обратная связь, что было полезно и что было не нужно и др. Этим методом выделяют не так много, как методов обучения: «большой круг», наблюдение, опрос, статистический анализ, самоотчет, тестирование, устные методы [7].

В России и за рубежом используют самые различные методы обучения персонала в индустрии туризма. В основном предпочитают отдавать активным методам обучения персонала. Именно в активных методах персонал наиболее активно сможет себя проявить, показать, лучше усвоить и практиковать усвоенные знания, попробовать себя в различных ситуациях. Лучше всего используются тренинги и мастер-классы, деловые и ролевые игры. Особенно эти методы используются в гостиничном и ресторанном бизнесе. Так же в работе в туристической индустрии очень важно привитие сотрудникам норм и ценностей корпоративной культуры, обучение умениям и технологиям взаимодействия с клиентами в различных ситуациях. Например, для формирования у сотрудников системы норм и ценностей в гостиницах компании Marriott International, разработана специальная программа повседневной работы с персоналом и представлена в так называемых «Девизах дня». «Девизы дня» получают в виде памятки каждый сотрудник, также они размещаются в служебных помещениях гостиницы.

Процессная инновация – это внедрение новой или значительно усовершенствованной технологии или процесса производства продукта или услуги. Инновации основываются на использовании нового производственного оборудования или новых методов организации производственного процесса [9]. Как правило, инновации нацелены на повышение эффективности производства или работы предприятия. С развитием научно-технического прогресса, появлением новых технологических средств общения, передачи информации, её обработки, появляются новые технологии или процессные инновации обучения персонала. Это позволяет многим компаниям проводить обучения своих сотрудников собственными силами. К процессным инновационным технологиям, применяемым для совершенствования процесса обучения персонала, отно-

ются современные и новые формы и методы обучения. Так как мы сейчас живем во время быстрого развития технологий и инноваций, то на сегодняшний день различают очень большое количество различных инновационных методов обучения.

К процессным инновациям обучения персонала относятся: модульное, электронное обучение (e-learning), деловые и ролевые игры (видеоигры), виртуальное электронное обучение, кейс-метод, баскет-метод, коучинг [8]. Наиболее активно в России и за рубежом на данный момент используют методы деловых игр и видеоигр. Научно доказано, что в процессе игры как дети, так взрослые лучше учатся чему-то новому, запоминают и впоследствии используют полученные знания и навыки на практике. С развитием прогресса и компьютерных технологий видеоигры получили широкое использование в туриндустрии и подготовке персонала.

Наиболее сильно в наше время возрос интерес к одной процессной инновации, которая имеет название «деловая игра» по обучению персонала. Разработчиком данной инновации является Джонсон Смит, известный американский специалист по психологии управления персоналом [10]. Его данная процессная инновация обучения позволяет имитировать реальные задачи, стоящие перед сотрудниками гостиницы или ресторана в повседневной деятельности, и принимать необходимые пути решения профессиональных проблем. Так же его инновация способствует развитию необходимых умений и навыков при общении с клиентами, могут практиковать и принимать различные пути решения реальных задач и ситуаций. Она позволяет полностью прочувствовать атмосферу, преодолеть внутренние барьеры и быть психологически подготовленным к той или иной ситуации, что является очень важной характеристикой в профессиональной деятельности. Эта процессная инновация обучения не дорогостоящая или затратная, её может себе позволить любое предприятие в сфере туризма и гостеприимства. Результат действительно будет проявляться в деятельности сотрудников очень скоро и так же сам для себя сотрудник сможет определить, а сможет он выполнять свои рабочие обязанности или нет без нанесения ущерба организации и клиентам.

Видно, что на сегодняшний день существует множество процессных инноваций форм обучения персонала и как они быстро развиваются и прогрессируют вместе с развитием технологий. Каждая компания или предприятие в сфере туризма и гостеприимства заинтересована в развитии новых технологий и процессных

инноваций, и перенятие себе и использование самых лучших практик в мире. Наиболее крупные и обеспеченные сети гостиниц и ресторанов разрабатывают самостоятельно инновационные программы или процессные инновационные формы обучения и развития персонала, а так же повышения квалификации сотрудников. Использование инновационных технологий и процессных инноваций в процессе обучения персонала в индустрии гостеприимства способствует повышению конкурентоспособности предприятия и качества оказываемых услуг, что в свою очередь, приводит к увеличению количества клиентов и прибыли компаниям.

#### *Список литературы*

1. Афанасьева Т. А., Ярушева С. А. Обучение персонала на рабочем месте // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы XL научно-практической конференции. Миасс: Геотур, 2016. С. 166–169.
2. Богатов А. П. Бойко Т. В., Зубрева М. В. Туристские формальности обучения персонала. М. Издательство Академия, 2013. 523 с.
3. Зайцева Н. А. Управление персоналом в гостиницах: учебное пособие. М. Издательство ФОРУМ, 2012. 415 с.
4. Захарова Е. В., Никольская Е. Ю. Тенденции развития внутрифирменного обучения персонала на предприятии индустрии гостеприимства и туризма // Научный вестник МГИИТ. 2009. № 2. С. 40–48
5. Калинина Л. Е. Государственная политика в сфере образования по туризму // Туризм: право и экономика. 2016. № 5. С. 23–27.
6. Каурова А. Д. Организация сферы туризма. С-Пб.: Герда, 2010. 345 с.
7. Колбовский Е. Ю. Обучение и развитие персонала в туризме. М. Издательство Академия, 2014. 412 с.
8. Лукичев А. Б. Обучение и развитие персонала в индустрии туризма и гостеприимства // Туризм. 2011. № 1. С. 77–78.
9. Мурзина Т. В. Проблемы и перспективы обучения и развития персонала в туризме и в мире. М. 2011. 365 с.
10. Wight P. A. Education in tourism // Journal of Travel Research. 2012. August. pp. 30–31.

**УДК 378.147**

*Вероника Александровна Левченко,*

*магистрант,*

*Забайкальский государственный университет,*

*Чита, Россия*

### **Некоторые аспекты обучения монологической речи**

Статья посвящена вопросам профессионально-ориентированного обучения иностранным языкам, в частности, обучению монологической речи.

**Ключевые слова:** иностранный язык, профессионально-ориентированное обучение, монолог

**Veronica Aleksandrovna Levchenko,**  
*Magistrant,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Some Aspects of Teaching Monologic Speech**

The article is devoted to the issues of professionally-oriented teaching of foreign languages, in particular, the teaching of monologic speech.

**Keywords:** foreign language, professionally-oriented training, monologue

Владение иностранными языками сегодня является обязательным требованием, предъявляемым к профессиональной компетенции работников сферы сервиса и туризма. Анализ основных направлений деятельности работников, занятых в сфере сервиса и туризма, показывает, что в профессиональной деятельности большая роль отводится общению, которое осуществляется как в диалогической, так и в монологической форме.

Главной целью профессионально-ориентированного обучения иностранному языку в неязыковом вузе определено формирование иноязычной коммуникативной компетенции. Профессионально-ориентированное обучение иностранным языкам предполагает ориентацию целей и содержания обучения на сферу предстоящей профессиональной деятельности, реализацию широких межпредметных связей с профессиональными дисциплинами. Его отличительными особенностями являются отбор лексики, относящейся к определенной сфере деятельности, и разработка системы упражнений, направленных на формирование навыков её употребления; использование аутентичных устных и письменных текстов профессиональной направленности; обучение различным видам чтения на основе текстов по специальности.

Одним из видов профессионального общения является монолог, представляющий собой речь одного лица, которая состоит из ряда логически связанных между собой предложений. «Цель монолога определяется речевой ситуацией, которая, в свою очередь, определена местом, временем, аудиторией и конкретной речевой задачей», – пишет Е. Н. Соловова [1, с. 172]. В литературе указывается, что монологическое высказывание может иметь разные формы: словосочетание, сверхфразовое единство, текст и т. д. Обуче-

ние монологической речи происходит во взаимодействии с другими видами речевой деятельности: чтением, аудированием, письмом, а также с диалогической речью.

В числе характеристик монолога Е. Н. Соловова называет целенаправленность, логичность, непрерывный характер, смысловую законченность, самостоятельность, выразительность [1, с.172]. Другими его чертами, указанными в литературе, выступают композиционная сложность, более строгое соблюдение грамматических правил; последовательность при изложении; определенная завершённость в содержательном и тематическом плане и т. д. В числе коммуникативных функций монологической речи выделяют, например, информативную, представляющую собой сообщение новой, по мнению говорящего, информации; оценочную, предполагающую оценку событий, явлений, предметов окружающей действительности с обоснованием собственного мнения и т. д.

Традиционно выделяют два пути обучения монологу: «сверху-вниз», который предполагает «развитие монологических навыков на основе прочитанного текста», и «снизу-вверх», который предполагает «развитие этих навыков без опоры на текст, отталкиваясь лишь от тематики и проблематики обсуждаемых вопросов, изученной лексики и грамматики, а также речевых структур» [1, с.174].

Обучение монологу сопряжено с различными трудностями, для устранения которых используются опоры. Ими могут выступать различные логико-синтаксические схемы, картинки, планы, карты, диаграммы, таблицы, карточки и т. д. Одним из эффективных видов опор является план в виде вопросов, ответы на которые и составят требуемое монологическое высказывание.

В учебном процессе практикуются высказывания по прочитанному или прослушанному, например, пересказ, резюме, изложение событий от лица одного из персонажей текста и т. д. Одним из приемов является пересказ, который не только включает основное содержание, но также должен отразить анализ причин и следствий, событий и фактов, их оценку, продемонстрировать самостоятельность высказанных суждений.

Для обучения монологической речи студентов сферы сервиса и туризма могут использоваться следующие упражнения:

- опишите картинку, изображающую номер в отеле;
- расширьте предложения, касающиеся характеристик отеля;

- расположите предложения, описывающие деятельность менеджера, в логической последовательности;
- расскажите о достопримечательностях Читы, используя следующие ключевые слова;
- расскажите о вашем отпуске, используя данную логико-синтаксическую схему;
- дайте развернутые ответы на поставленные клиентом вопросы, используя факты и аргументы.

Итак, вопросы профессионально-ориентированного обучения иностранным языкам в неязыковых вузах не утратили своей актуальности. Одним из аспектов обучения профессионально-ориентированному обучению иностранному языку будущих специалистов сферы сервиса и туризма является обучение монологической речи.

#### *Список литературы*

Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс: пособие для студентов М.: АСТ: Астрель, 2008. 238 с.

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ  
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА,  
СЕРВИСА И СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

*Материалы публикуются в авторской редакции  
при участии издательства*

Вёрстка Г. А. Зенковой

Подписано в печать 27.12.17.

Форм. бум. 60×84/16.

Печать цифровая. Гарнитура Times New Roman.

Уч.-изд. л. 17,5. Заказ № 17294.

Забайкальский государственный университет  
672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30



































































