



**Проблемы, опыт  
и перспективы  
развития туризма, сервиса  
и социокультурной  
деятельности  
в России и за рубежом**

**V Международная  
научно-практическая  
интернет-конференция**

**26–30 ноября 2018 г.**



**Чита  
2018**

Министерство науки и высшего образования  
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**

**V Международная научно-практическая  
интернет-конференция**

**26–30 ноября 2018 г.**

**г. Чита**

Чита  
Забайкальский государственный университет  
2018

УДК 338.48(082)  
ББК 65.43я43  
ББК У43я43  
П 781

Рекомендовано к изданию организационным комитетом  
научно-практического мероприятия  
Забайкальского государственного университета

**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 V Междунар. науч.-практ. интернет-конференции / Забайкал. гос. ун-т ; [отв. ред. О. А. Лях]. – Чита : ЗабГУ, 2018. – 315 с.  
ISBN 978-5-9293-2271-6

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

Сборник предназначен для студентов, аспирантов, обучающихся по направлению «Туризм», научных работников и всех, кто интересуется туризмом.

УДК 338.48(082)  
ББК 65.43я43  
ББК У43я43

ISBN 978-5-9293-2271-6

© Забайкальский государственный университет, 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	6
<b>Стратегия развития индустрии туризма и гостеприимства</b>	
<i>Агеева Т. Е., Погодина В. Л.</i> Особенности организации археологического туризма .....	7
<i>Бисько К. Т.</i> О некоторых особенностях современного развития туризма России .....	15
<i>Калашиникова С. В.</i> Особенности развития концепции международной гостиничной сети .....	20
<i>Кулько Е. И.</i> Проблемы развития туризма в Республике Беларусь .....	25
<i>Кумпилова А. Р.</i> Особенности и преимущества сетевого гостиничного бизнеса .....	29
<i>Салай Ю. А., Погодина В. Л.</i> Особенности развития туризма в малых городах России .....	33
<i>Хасбулатова Б. М.</i> Проблемы и перспективы развития туристической отрасли в Республике Дагестан .....	39
<i>Шедько Д. А., Белякова М. Ю.</i> Сравнительный анализ и исследование ресторанов Мишлен .....	46
<b>Менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства</b>	
<i>Антонян С. А.</i> Мировые выставки. Обзор выставок за 2016 год .....	50
<i>Бектурова М. Х., Саяпина Н. Н.</i> Маркетинг территорий в туризме как направление повышения эффективности развития регионов .....	55
<i>Денисова В. В., Батоева С. А.</i> Роль рекламы в продвижении туристического продукта .....	60
<i>Колесникова И. А., Баранникова Е. В.</i> Лидерский потенциал руководителя организации .....	64
<i>Колпакова Д. С.</i> Страхование в туризме .....	69
<i>Лилиенталь И. Е., Пешкова Т. В.</i> Профессионально-личностное развитие руководителя организации .....	73
<i>Полякова А. В.</i> Организация услуг аутсорсинга в гостинице .....	77
<i>Пушин Н. С.</i> Сувенирная продукция как средство территориального маркетинга .....	82
<i>Тюн Д. Р.</i> Экскурсионный туризм и художественные музеи мира .....	86
<b>Инновационные направления в развитии индустрии туризма и гостеприимства</b>	
<i>Бабанчикова О. А.</i> Традиции и индивидуальность – актуальный тренд в туризме и новые перспективы для развития семейного бизнеса в сфере гостеприимства .....	90
<i>Махмудова Р. И.</i> Разработка инновационного терминала регистрации в сфере гостиничной индустрии .....	97
<i>Старкова И. И., Фролова М. А.</i> Проблемы организации безбарьерного туризма для лиц с нарушениями слуха .....	102

## Виды туризма и спорт

<i>Беспалько Д. Н.</i> Потенциальные возможности и проблемы севера Забайкальского края в сфере развития индустрии охотничьего туризма .....	109
<i>Кравец Д. А.</i> Чемпионат мира по футболу-2018 – индикатор развития туризма .....	114
<i>Лабинцева С. И.</i> Ресурсный потенциал этнического туризма Республики Адыгея .....	119
<i>Лебедева С. А.</i> Этимология понятия «гастрономический туризм» и его соотношение с концепцией «экономика впечатлений» .....	125
<i>Лиханова В. В.</i> Перспективные направления туризма в Забайкальском крае .....	131
<i>Маркелова Е. С.</i> Развитие банджи-джампинга в России .....	136
<i>Москалевич Г. Н.</i> Спортивный туризм в Республике Беларусь .....	139
<i>Москаленко С. А., Матвеева Л. Ф.</i> Некоторые аспекты развития спелеологии и спелеотуризма в Иркутской области .....	144
<i>Павлова Л. П.</i> Спортивный туризм в системе физической культуры, спорта и туризма .....	151
<i>Ханахок З. А.</i> Роль событийного туризма в привлечении туристов в Республику Адыгея .....	156
<i>Лях О. А.</i> К вопросу о развитии этнографического туризма на территории Забайкальского края .....	162

## Туризм и краеведение

<i>Ивлева О. В., Толюпа В. С.</i> Разработка квест-тура по острову Иманнуила Канта в городе Калининграде .....	168
<i>Ивлева О. В., Ушанова П. В.</i> Разработка квеста «Тайна “Шоколадницы”» по территории посёлка Железнодорожный .....	174
<i>Колесова Ю. А., Шпенглер А. В.</i> Особенности проектирования туристского продукта для лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	179
<i>Купреева Е. С.</i> Особенности формирования семейного туристского продукта (на примере Калининградской области) .....	184
<i>Новоселова К. А.</i> Значение краеведческих ресурсов для развития семейного туризма в районах Костромской области .....	189
<i>Поминова Ж. Э.</i> Здания высших учебных заведений Санкт-Петербурга как объекты культурного наследия и туристского интереса .....	196
<i>Раздобарин Д. Е.</i> Организация альтернативных видов отдыха как способ экологизации туризма (на примере wildlife-туров) .....	202
<i>Смирнов Д. В.</i> Об истории становления горнолыжного туризма в Крымских горах .....	207
<i>Тишкина М. А.</i> Развитие морского круизного туризма в Калининградской области .....	213

<i>Устюжина А. Ю.</i> Анализ культурно-исторического потенциала Агинского Бурятского округа .....	218
<i>Шайхмурина З. Р.</i> Перспективы развития сельского туризма в Республике Башкортостан .....	229
<i>Щербак Е. В.</i> Туристско-рекреационный потенциал республиканского ландшафтного парка «Зуевский» .....	232

#### **Экология и туризм**

<i>Блохин В. Н.</i> Роль и значение экологического туризма .....	238
<i>Мариняк М. В.</i> Доступный устойчивый экологический туризм в Ленинградской области: необходимые корректировки туристского рынка .....	242
<i>Набоков С. А.</i> Рекреационное зонирование Олхинского плато для природоориентированных видов туризма .....	247
<i>Панкеева Н. С.</i> Роль геопарков в сохранении геологического наследия России .....	251
<i>Сабурин А. А.</i> Развитие экологического туризма в Калининградской области (на примере природного парка Виштынецкий) .....	257
<i>Савченков К. С.</i> Экологическое просвещение как эффективный метод управления рекреационным воздействием на ООПТ .....	261

#### **Экскурсионная деятельность**

<i>Гусейнова А. Г.</i> Основные особенности экскурсионного сторителлинга .....	266
<i>Плотникова В. С.</i> Формы проведения экскурсий .....	271

#### **Туризм и межкультурный диалог**

<i>Бусель С. В.</i> Влияние западного мира на формирование и дальнейшее существование молодёжных субкультур Японии .....	277
<i>Жуков П. В., Грицун А. Е.</i> Роль и значение иранского турпотока в РФ .....	282
<i>Ивлева О. В., Шерстюк А. А.</i> Влияние межкультурной коммуникации на социокультурную среду Латвийской Республики (на примере Риги) .....	288
<i>Плисецкий А. А., Файзулдинова Э. Ф.</i> Волонтерский туризм как способ межкультурного диалога .....	293

#### **Образование в туризме**

<i>Карпова Е. Г., Хачатрян А. А.</i> Проблемы развития профессиональных компетенций персонала в современных сервисных компаниях .....	297
<i>Левченко В. А.</i> Использование компьютерных презентаций в обучении иностранным языкам .....	301
<i>Левченко О. Ю.</i> Специфика преподавания иностранного языка в магистратуре .....	305
<i>Рудакова Н. В.</i> Образование в сфере туризма глазами студентов .....	309

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник составлен на основе материалов V 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 26–30 декабря 2018 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.

Сборник обладает научной перспективой. Тема развития туристической деятельности обладает проблемной насыщенностью, постоянно расширяя свою географию и вовлекая в свое обсуждение всё большее количество участников. Кафедра социокультурного туризма ЗабГУ надеется на дальнейшее сотрудничество с авторами настоящего 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 338.48-5 (481)

**Татьяна Егоровна Агеева,**

*студентка,*

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

**Виктория Леонидовна Погодина,**

*д-р пед. наук, профессор,*

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

## **Особенности организации археологического туризма**

*Рассматривается понятие «археологический туризм», оцениваются ресурсы данного вида путешествий, анализируется комплекс условий для успешных проектирования и организации туров археологической направленности.*

**Ключевые слова:** *археологический туризм, ресурсы археологического туризма, условия организации специальных туров*



**Tatyana Egorovna Ageeva,**  
*Student,  
Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technology and Design,  
St. Petersburg, Russia*

**Victoriya Leonidovna Pogodina,**  
*Doctor of Pedagogic Sciences, Professor,  
Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technology and Design,  
St. Petersburg, Russia*

## **Features of the Organization of Archaeological Tourism**

*The concept of “archaeological tourism” is considered, the resources of this type of travel are evaluated, a set of conditions for successful design and organization of archaeological tours are analyzed.*

**Keywords:** *archaeological tourism, resources of archaeological tourism, conditions for organizing special tours*

На современном туристском рынке разных стран нередко появляются предложения по организации историко-археологических путешествий. История туристской территории представляет довольно сложный объект, отличающийся необычайной ёмкостью содержания исторического материала. Внимание к историко-культурным ресурсам территории определяется личными интересами туриста, целью поездки и продолжительностью тура. В зависимости от этого в зону внимания туристов попадают либо весь спектр исторических периодов, проявившихся на данной территории, либо события одного конкретного этапа местной истории, отдельных населенных пунктов, сооружений, памятных мест, например, связанных с жизнью и деятельностью отдельных людей.

На выбор места, к которому будет совершено путешествие, существенно влияют историко-культурные особенности местности. В некоторых случаях наличие особо известных объектов культуры (например, уникальных историко-культурных комплексов) определяет желание туриста посетить их.

Памятники культуры разнообразны. Они отражают процесс общественного развития, составляют неотъемлемую

часть культурного наследия. Археологическое направление в туризме связано с желанием туристов узнать, изучая археологические достопримечательности, относимые чаще к периодам древнейшего и античного этапов истории жизни человечества.

Археологически значимыми могут быть признаны памятные места и предметы, связанные с древнейшими историческими событиями в жизни народа, развитием общества, с развитием науки и техники, культуры и быта народов, с жизнью выдающихся деятелей или даже фольклорных героев мифов и легенд. Уникальные наскальные изображения, выбитые, прочерченные или нанесенные охрой, свидетельствуют о древнем происхождении живописи как вида искусства. Археологическими памятниками могут быть признаны не только рукотворные ансамбли и комплексы, но и природные ландшафты, в пределах которых формировались и развивались древнейшие цивилизации. Многие археологические памятники являются произведениями древнего монументального, изобразительного, декоративно-прикладного и иных видов искусства. С вещественными доказательствами деятельности человека в далеком прошлом туристы могут знакомиться как в музеях, так и непосредственно посещая места проведения учеными археологических раскопок [7]. Здесь отметим, что проведение археологических раскопок – дело профессиональное, поэтому в подавляющем большинстве случаев туристы могут либо изучать уже добытое археологами, либо вести наблюдение на месте раскопок и в крайне редких случаях оказывать посильную помощь специалистам.

Археологический туризм – вид туризма, организуемый в виде поездок в составе экспедиций профессиональных археологов и историков для проведения раскопок и других научных исследований. Приять участие в таком путешествии могут как историки (ученые или студенты, обучающиеся в вузах по направлению подготовки «история»), так и люди, интересующиеся историей, обладающие нормальным здоровьем, готовые (если потребуется) жить «в полевых условиях» (т. е. вне населенных пунктов: в палатках, на борту исследовательско-

го судна и пр.). Если организуется научная археологическая экспедиция, то такой вид туризма следует относить к академическому (научному, образовательному). В экспедициях могут принимать участие люди, не обладающие специальными компетенциями в сфере археологической науки, но интересующиеся историей, желающие на себе испытать «экспедиционную романтику». Таким участникам поручаются работы, в которых не нужны специальные знания и навыки, связанные с полевыми археологическими исследовательскими технологиями. Поездки в районы, представляющие археологический интерес, могут быть организованы для туристов, не предполагающих принимать участие в научных археологических изысканиях. Целью такого путешествия является знакомство туристов с культурными, архитектурными или историческими эпохами путем посещения древних архитектурных памятников, исторических, в том числе археологических музеев. Маршрут путешествия может быть выстроен по историческим древним путям передвижения людей древних исторических периодов (военных, торговых и пр.). В таком случае, археологический туризм следует относить к специальному виду туризма, предполагающего сочетание процесса познания участниками историко-археологических фактов и объектов с активным отдыхом. Подобные туры непрофессиональной направленности могут называться историко-познавательными, поскольку в процессе их реализации участники имеют возможность воочию увидеть уникальные археологические памятники, в том числе имеющие общемировое культурное значение. Подобные памятники учтены в Списке Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, а значит, могут оцениваться как туристские ресурсы мирового уровня. Объекты археологического культурного наследия отличаются самым большим разнообразием [4]. Рассмотрим те из них, которые наиболее посещаемы туристами, например, в пределах Европейского туристского макрорегиона.

Туристский интерес здесь представляют следы первобытного времени: наскальные рисунки в долине реки Везер в западной части Центрального французского массива, пеще-

ра Альтамира на севере Испании, доисторическая наскальная живопись в долине Гоа, относящаяся к эпохе верхнего палеолита в восточной части Пиренейского полуострова, наскальные рисунки в Альте на севере Норвегии, скальные скульптуры в Тануме в юго-западной части Швеции, петроглифы Валь-Камоники в итальянской Ломбардии, в предгорьях Альп, Стоунхендж, Эйвебери и окружающие поселения в юго-западной части Великобритании.

Большое количество памятников Европы относится к античному времени. Этот период особенно популярен у туристов, которые совершают туры для того, чтобы увидеть древнегреческие археологические памятники (Афинский Акрополь, Дельфы, Олимпию, Эпидавр и др.). Большое количество туристских программ ориентированы на посещение туристами памятников времени Древнего Рима, которыми являются городские форумы, храмы, дворцы, базилики, триумфальные арки, амфитеатры, акведуки, крепостные стены на территории современной Италии (исторический центр Рима, раскопки Помпеи и Геркуланума, Археологический резерват Агридженто и др.).

Одна из наиболее широко используемых форм работы с туристами – посещение в ходе путешествия разнообразных музеев. Для археологических туров главную ценность представляют исторические музеи. Тем не менее, для раскрытия тайн прошлых эпох не менее интересны туристам музеи, представляющие собрания произведений искусства, в том числе мирового значения (Уффици, Прадо, Эрмитаж, Метрополитен, Лувр и др.). В каждом из них имеются археологические отделы с уникальными экспонатами, отражающими древнейшую историю культуры.

Россия богата памятниками археологии, которые могут быть позиционированы как ресурсы археологического туризма. Условиями для успешной организации археологического тура следует признать следующие: транспортно-доступное место раскопок, на участке, где заранее были проведены рекогносцировочные обследования, а также наличие транспортных средств, способных перевозить как людей, так

и оборудование; наличие источников воды (или возможность ее подвоза), экологическую безопасность района для жизни и здоровья участников экспедиции; наличие квалифицированного персонала, обладающего комплексом профессиональных компетенций в археологии, а также специального оборудования, необходимого для проведения экспедиционных археологических исследований; теоретическая подготовка туристов (проведение различных семинаров, мастер-классов и лекций по истории конкретного региона, а также этнологии и археологии); свободная территория рядом с раскопками удобная для установки палаточного лагеря; физиологически верно нормированная рабочая нагрузка (рабочий день, длится около семи часов, каждую неделю день или два отводится на отдых); организация питания с учетом физических нагрузок участников экспедиции (как правило, функционируют полевые кухни, предоставляющие четырехразовое питание, однако, при желании, можно воспользоваться и услугами предприятий питания, если таковые имеются в населенном пункте, расположенном недалеко от лагеря) и др.

Достижения отечественной исторической науки выдающиеся, российские историки известны во всем мире. Главной предпосылкой для развития археологического туризма на территории России является колоссальное археологическое наследие разных регионов страны. Поэтому и география раскопок обширная. Раскопки ведутся в Крыму (побережье Черного моря, некрополь Кыз-Аул и античный город Китей), на Европейской части России (в Ярославле, Костроме, в Ростовской области, Калининграде), на Урале ( в Оренбургской области), на Алтае, в Сибири (в Новосибирской и Томской областях) и др. Историческая наука, а в ее рамках и археология, продолжает активно развиваться. В настоящий период организовываются около 1,5 тыс. археологических экспедиций по стране.

Цель таких экспедиций – помощь российской археологии, как науке, так и ученым. На раскопки, помимо ученых и студентов-практикантов, нередко приезжают добровольные по-

мощники, волонтеры. Обычно это люди от 20 до 35 лет, чаще студенты, менеджеры, офисные работники. Сведения о предстоящих археологических раскопках нетрудно найти в сети интернет. На сайтах фонд «Археология», «Археология.ру», «Все конкурсы», «Ойкумена» размещается информация, где подробно описывается на какой территории, где и когда будут организованы раскопки, требования к опыту в этой сфере потенциальных кандидатов, а также указания о том, что необходимо взять с собой и какова стоимость участия в экспедиции. Дорогу, питание и проживание, как правило, турист оплачивает сам.

С каждым годом все больше районов проведения археологических изысканий становится интересными для пытливых туристов. Археологический туризм может стать основой и для развития других видов, таких как патриотический, приключенческий (экстремальный), экзотический (эзотерический), деревенский, религиозный виды туризма.

Археологический туризм набирает все новых почитателей, готовых участвовать в экспедициях, связанных со сложными маршрутными переходами. Данное историческое туристское направление нужно развивать, поскольку оно позволит туристам узнавать культурное наследие страны, а также будет способствовать «пионерному» освоению некоторых районов, пока не затронутых активной туристской деятельностью.

#### *Список литературы*

1. Анисимова В. В., Романова И. А., Некрасова М. Л. Археологический туризм как перспективное направление развития туризма в Краснодарском крае [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sibac.info/conf/innovation/lxii/61056> (дата обращения: 06.09.2018).

2. Все курсы, гранты, стипендии и конференции 2018–2019 // Требуется волонтеры для археологических раскопок в Крыму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vsekonkursy.ru/trebuyutsya-volontery-dlya-arheologicheskikh-raskopok-v-krymu.html> (дата обращения: 05.09.2018).

3. Макаров Н. А., Беляев Л. Д., Энговатова А. В. Археология в современной России: перспективы и задачи // Российская археология. 2015. № 2. С. 5–15.

4. Матвеевская А. С., Погодина В. Л. Специальные виды туризма: учеб. пособие. Ч. 2. Культурный туризм. СПб.: СПбГУПТД, 2015. 161 с.

5. Ойкумена // О проекте. Экспедиции. Архив [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oikumena.org/cat/arhiv/> (дата обращения: 10.09.2018).

6. Организация деятельности волонтеров и привлечение их к работам на археологических памятниках Крыма [Электронный ресурс] // Проблемы и перспективы развития археологического туризма в Крыму. Режим доступа: <http://www.archae.ru/media2/2015/Archae-2015-Text.pdf> (дата обращения: 15.09.2018).

7. Погодина В. Л., Филипова И. Г. География туризма: учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. 256 с.

8. Туристическая библиотека [Электронный ресурс] // Проблемы развития археологического туризма в Западно-Сибирском регионе. Режим доступа: [http://www.tourlib.net/statti\\_tourism/arbuzova.htm](http://www.tourlib.net/statti_tourism/arbuzova.htm) (дата обращения: 04.09.2018).

9. Фонд археология [Электронный ресурс] // Участие в экспедиции! Внесите свой вклад в развитие археологической науки! . Режим доступа: <http://www.archae.ru/articles/volonter/> (дата обращения: 10.09.2018).

10. Харьковская Е. В., Шварев Е. В. Проблемы и тенденции развития археологического туризма в Белгородской области // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2014. № 8. С. 170–172.

11. Luckyguide [Электронный ресурс] // Археологический туризм. Режим доступа: <http://www.luckyguide.ru/news/arxeologicheskij-turizm> (дата обращения: 08.09.2018).

12. RISK.RU [Электронный ресурс] // Археологический туризм: отдых с лопатой в руках. Режим доступа: <https://www.risk.ru/blog/9880> (дата обращения: 09.09.2018).

**Касьян Тимофеевич Бисько,**  
старший преподаватель,  
Российский государственный  
гидрометеорологический университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия

### **О некоторых особенностях современного развития туризма России**

*Статья посвящена некоторым особенностям современного развития туризма России. Автор делает попытку охарактеризовать две основные особенности современного развития туристической индустрии: углубление интереса к сельскому туризму и его проблемам. Характеризуются шесть основных направлений развития современного туризма для достижения параметров, установленных в Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2020 года.*

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, сельский туризм, Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2020 года, информационная среда туризма, стратегия развития, переориентация системы образования для сферы туризма

**Kasyan Timofeyevich Bisko,**  
Senior Teacher,  
Russian State Hydrometeorological University,  
St. Petersburg, Russia

### **About Some Features of Modern Tourism Development in Russia**

*The article is devoted to some features of modern tourism development in Russia. The author does attempt to characterize two main features of modern development of the tourism industry: deepening of interest in rural tourism and its problems. Six main directions of modern tourism development for achievement of the parameters set in the Strategy of tourism development in the Russian Federation till 2020 are characterized.*

**Keywords:** tourism industry, rural tourism, Strategies of tourism development in the Russian Federation till 2020, the information environment of tourism, the development strategy, reorientation of an education system for the sphere of tourism



Актуальность темы данной статьи обусловлена тем, что на современном этапе туриндустрия в России является эффективным средством обеспечения экономического развития и становится перспективной и динамично развивающейся отраслью экономики России.

Это объясняется глубинными связями туриндустрии с развитой инфраструктурой, большинством отраслей экономики, материально-технической базы. Благодаря чему она становится значимым инструментом стимулирования деятельности различных секторов экономики, оказывая позитивное влияние на развитие городской инфраструктуры, повышению имиджа страны, оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие регионов и городов страны. Дополнительно подчеркнем, что это происходит без истощения природных ресурсов страны [1].

Оценивая общую динамику развития туризма в России, следует указать на то, что в начале XXI века углубился интерес к сельскому туризму. Эта тенденция прослеживается и в мире. Причем в каждой стране создается собственная национальная модель развития сельского туризма, благодаря природным ландшафтам, архитектурному облику и вернакулярному наследию деревень, сельской культуре, традициям земледелия и скотоводства, особенностям кухни. В результате сельский туризм превращается в популярную, модную особенность отечественного туризма, занимая уже второе место после отдыха на море. Эта тенденция характеризует и развитие российского туризма.

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2020 года, в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 годы)» сельский и экологический туризм определены как перспективное направление большинства регионов России. Указанное положение требует решения значительного количества проблем: учет интересов местной экономики на базе взаимодействия и взаимного обогащения, создание туристического продукта, рациональное применение природного и культурного наследия региона, всемерной поддержки движущей силы сельского

туризма (предпринимательства, вовлечение населения в развитие туризма, увязку интересов бизнеса и местных жителей на основе взаимовыгодного сотрудничества) [2].

Переходим к характеристике другой особенности развития туристической отрасли в Российской Федерации. Планируется рост туристической отрасли в ВВП России к 2025 году до 7,5 %. Такой целевой показатель заложен в предложениях к стратегии развития отрасли, которую разрабатывает Центр стратегических разработок.

В этих целях специалисты фонда предложили для обсуждения с игроками рынка и представителями регионов комплекс соответствующих направлений. В первую очередь важна комплексная работа по нескольким направлениям.

1. Дело в том, что улучшение инфраструктуры и развитие туристических объектов связано со сложностью привлечения путешественников в российские города и регионы страны, в связи недостаточной развитости транспортной сети; а также существующего в настоящее время несоответствия гостиничных комплексов, отелей и хостелов мировым стандартам, кроме того это осложняется недостаточной благоустроенности достопримечательностей. Разумеется, решение этих проблем может быть достигнуто за счет целенаправленной господдержки стратегических инвесторов отрасли и увеличения вложений в туристскую инфраструктуру путем привлечения контрактов жизненного цикла и специальных инвестиционных контрактов, средств на базе концессионных соглашений, государственно-частного и муниципально-частного партнерства, а также поддержки Фонда развития. Названные механизмы станут эффективными должны работать не только при строительстве новых дорог и жилья для туристов, но и в сфере охраны и восстановления природных, исторических и культурных объектов, их бережного введения в оборот туротрасли.

2. Для стимулирования участников рынка и повышение качества услуг не хватает специалистов. Низкая предпринимательская активность россиян в сфере туризма обуславливает к тому, закономерный рост рынка. Понятно, что нивелирование этих проблем может произойти при переориентации

обмена кадрами между госструктурами и бизнесом, системы образования. Поддержка малого и среднего бизнеса в сфере туризма обеспечит вывод игроков из «тени». Социальный и событийный туризм может установить баланс потока гостей в низкие сезоны.

3. Применение информационных технологий и платформ имеет место в условиях недостаточной развитости цифровой среды в регионах: не всегда можно быстро забронировать место в гостинице или купить билет в музей, не во всех из них принимают безналичную оплату. Современная информационная среда позволит сделать путешествия по России более доступными, а также повысит качество туруслуг и привлекательность многих внутренних направлений. Причем цифровизация отрасли обеспечит эффективное использование ресурсов, упростит бизнес-процессы, приведет к минимуму рисков и повышению безопасности.

4. Продвижение турпродукта России на внутреннем и внешнем рынках обуславливает создание негативного имиджа России как турнаправления у иностранцев и россиян. Это вызывает известный дисбаланс внутреннего и внешнего потоков путешественников. Продвижение российского туристического продукта возможно не только при помощи событий мирового масштаба (олимпиады, чемпионаты мира), но и через вовлечение бизнеса и общественных организаций в этот процесс. Таким образом, экспорт туристических услуг способен вырасти за счет упрощения визового режима для туристов из целевых стран. Все указанные меры способствуют улучшению позиционированию страны на мировом рынке.

5. Подчеркнем, что, с одной стороны, развитие системы управления и институциональной среды характеризуется излишней зарегулированностью, а с другой, – дисбаланс управленческих функций на федеральном и региональном уровнях тормозят развитие туристической отрасли в России. Индустрия гостеприимства нуждается в четком планировании и управлении на базе стратегических целей. Для этого в отрасли могут быть созданы институты развития с участием государства, общественности и бизнеса, внедрены механиз-

мы саморегулирования. Новая система сбора статистических данных обеспечит рост качества услуг, создаст условия для прозрачности и безопасности рынка, основы для принятия управленческих решений. Для опережающего развития туротрасли требуется обновление нормативно-правовой базы, обеспечение гарантированного уровня доверия всех игроков друг к другу.

6. Обеспечение безопасности в отрасли подразумевает тот факт, что небезопасность путешественников и игроков рынка значительно снижает пространство для развития туризма в России. Снизить риски можно за счет повышения квалификации работников отрасли, создания специальных информационных материалов, которые дают представление о региональных особенностях страны и её регионов, введения контроля знаний самих туристов на экстремальных направлениях. Создание единых реестров и баз, систем безопасности на основе информационных технологий, а также улучшенное взаимодействие между органами власти различных уровней создаст финансовую безопасность путешественников, организаций и бизнеса [3].

Основной вывод заключается в констатации углубления интереса к сельскому туризму, его проблемам и внедрении основных направлений оптимизации туриндустрии.

#### *Список литературы*

1. Стратегии развития туризма в городах России: материалы Первого международного форума-выставки [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.forumeuro2012.magcon.ru/documents20131021/sbornik\\_2013\\_10\\_21\\_1.pdf](http://www.forumeuro2012.magcon.ru/documents20131021/sbornik_2013_10_21_1.pdf) (дата обращения: 25.09.2018).
2. Сельский туризм в России: сборник успешных проектов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ourismnov.natm.ru/tinybrowser/files/docs/2016/sbornik-uspeshnyh-proektov-sel-skiy-turizm-v-rossii-2014-god.pdf> (дата обращения: 23.09.2018).
3. Шесть направлений развития туризма в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.csr.ru/news/shest-napravlenij-razvitiya-turizma-v-rossii/> (дата обращения: 21.09.2018).

**Светлана Валентиновна Калашиникова,**

*канд. экон. наук, доцент,*

*Майкопский государственный технологический университет,*

*г. Майкоп, Россия*

### **Особенности развития концепции международной гостиничной сети**

*В статье рассматриваются предпосылки развития концепции международной гостиничной сети, рассмотрены основные модели гостеприимства, а также особенности деятельности международных и отечественных сетевых гостиничных компаний.*

**Ключевые слова:** *международная гостиничная сеть, концепция международной гостиничной сети, сетевой гостиничный бизнес*

**Svetlana Valentinovna Kalashnikova,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,*

*Maykop State Technological University,*

*Maykop, Russia*

### **The Features of the International Hotel Network Concept Development**

*In the article the preconditions of the international hotel network concept development are considered, the basic models of hospitality and the peculiar features of activity of the international and domestic network hotel companies are regarded.*

**Keywords:** *the international hotel network, the concept of the international hotel network, network hotel business*

Большинство международных гостиничных сетей находятся в состоянии постоянной конкурентной борьбы и используют любые возможности для удержания и укрепления своих позиций на рынке. Значительная часть – это глобальные компании. Международные операции для них являются основным источником прибыли, а отели таких сетей имеются на всех континентах.

Укрупнение международных гостиничных сетей не препятствует созданию и успешному функционированию на-

циональных сетевых гостиничных компаний. Современные условия конкуренции отечественного сетевого гостиничного бизнеса с международными гостиничными сетями подвигло российскую индустрию гостеприимства принять меры по адаптации к изменившимся экономическим условиям хозяйствования и поиску эффективных методов формирования конкурентных преимуществ.

Российские сетевые гостиничные компании в отличие от более опытных зарубежных сетей, имеют проблемы с разработкой стратегий на долгосрочную перспективу, формированием портфеля стратегий, эффективным управлением трудовыми ресурсами [2]. Кроме того, на сегодняшний день в отечественной гостиничной индустрии остаются низкие темпы роста количества средств размещения и недостаточно высокий уровень обслуживания.

Сегодня международные гостиничные сети стали одним из основных звеньев экономики большинства стран, движущей силой их развития и повышения эффективности. Сетевая форма в гостиничном бизнесе со временем становится все более распространенной во всем мире. Так, в США порядка 90 % всех предприятий гостиничной сферы объединены в сети, а в странах Европы значение данного показателя достигает уровня 40 % [1].

Идея концепции международной гостиничной сети берет начало в 1950-х годах в Северной Америке. Основными предпосылками для этого явились:

- некоторое оживление экономики, которое позволило гражданам часть доходов тратить на туризм, что в свою очередь привело к росту числа гостиничных предприятий;

- развитие транспорта (автомобильного, железнодорожного, воздушного), привело к повышению уровня комфортабельности поездок, сокращению времени переездов.

Самой первой международной гостиничной сетью, созданной американской авиатранспортной компанией «Pan American», считается сеть отелей «Hilton». Сегодня, как и в те годы, остается актуальным сотрудничество отелей одной сети с определенной авиакомпанией. Руководство компании «Pan

American» приняло решение об открытии в Латинской Америке отелей с таким уровнем обслуживания, как в Северной Америке. Строительные работы велись за счет средств местных предпринимателей. Компания «Pan American» оказывала только услуги по управлению гостиницами и вела консультационную работу. В 1948 году был подписан первый контракт на управление отелем «Caribe Hilton» в Пуэрто-Рико. Таким образом, появилась первая гостиничная сеть, в состав которой входили дочерние предприятия под одним брендом InterContinental Hotels [3].

Тем самым гостиничный бизнес стал развиваться на качественно новом уровне. Особенно славились американские гостиницы, ценился их управленческий опыт. В это время мощный импульс для развития получил маркетинг в сфере международного сетевого гостиничного бизнеса, заключающийся на тот момент в подборе персонала для гостиниц, определении ценовой стратегии и разработки эффективной политики продаж. Одной из основных задач управления становится стандартизация процессов, что позволяет использовать найденные эффективные решения для развития сетевого гостиничного бизнеса. Происходит трансформация гостиничного бизнеса в современную сетевую гостиничную индустрию, представленного до этого момента в большей степени малыми предприятиями. Деятельность таких предприятий теперь осуществлялась по двум сценариям: прямое управление посредством приглашения специалистов и самостоятельное управление на основе приобретения франшизы. Таким образом, к концу XX века сетевая гостиничная индустрия достигла своего расцвета, а лидирующие позиции в этой сфере принадлежали США и Европе.

Во многом развитию сетевого гостиничного бизнеса во всем мире способствовала глобализация мировой экономики. Если в 1974 году компания Hilton International была представлена в 31 стране за пределами США и управляла 61 отелем, то, по состоянию на 2017 год, бренд Hilton Hotels & Resorts включает уже более 5100 отелей и курортов в 103 странах мира.

Сегодня международные гостиничные сети находятся в постоянном поиске наиболее удачных и перспективных способов эффективного развития. Несмотря на наличие значительных конкурентных преимуществ перед национальными компаниями и отдельными гостиничными предприятиями, международные сети ведут постоянную работу по наращиванию потенциала, в том числе посредством использования современных инструментов и методов маркетинга.

Особенности принимаемых мер, комплекс используемых инструментов зависят, прежде всего, от типа модели гостеприимства, к которой относится та или иная международная сетевая компания. В связи с этим специалисты выделяют четыре модели гостеприимства: американскую, европейскую, азиатскую и восточно-европейскую.

Американская модель имеет в своей основе концепцию гостиничной сети, которая предполагает использование преимуществ имиджа торговых марок как инструмента маркетинга, способствующего продвижению гостиничного продукта на внутреннем и зарубежном рынках.

Европейский подход нацелен на максимальный охват целевых сегментов рынка, а компании в своей деятельности учитывают национальные и культурные особенности тех стран, в которых они работают. Это позволило им добиться значительных успехов в гостиничном бизнесе на международном уровне. В Европе система франчайзинга развивается в основном в одно- и двухзвездном сегменте. Наибольшего успеха достигли французские гостиничные цепи, политика которых основана на привлечении франчайзи маленьким первоначальным взносом.

Азиатские же сетевые компании еще не выработали стратегию своего поведения на международных рынках. В качестве ориентира они рассматривают рынки США и Великобритании. В целом, азиатский гостиничный бизнес повторяет европейский путь развития и основан на европейских стандартах. Это происходит по причине принадлежности основных гостиничных сетей европейским корпорациям. Однако, основным отличием азиатской модели является их наиболь-



шая гибкость в организации гостиничного бизнеса в силу того, что стратегия их развития на внешних рынках еще до конца не определена. Кроме того, именно в Азии находятся самый высокий, самый вместительный и самый роскошный отели мира. В отличие от Европы, категория азиатских гостиниц прямо пропорциональна их вместимости.

Что касается восточно-европейской модели гостеприимства, то одной из ее особенностей является наличие значительной доли постсоветских предприятий гостиничной индустрии.

Современные международные сетевые гостиничные компании имеют огромный опыт взаимодействия с клиентами, поддержания сетевого бренда, формирования лояльности к бренду, обеспечения высоких стандартов обслуживания и внедрения инновационных инструментов маркетинга. Деятельность крупнейших из этих компаний нацелена на элитный рынок отелей, которые сосредоточены в наиболее крупных центрах, в местах престижного отдыха.

В большинстве своем сетевые гостиничные компании ориентированы на определенный сегмент потребителей. Сегодня наблюдается тенденция, когда и зарубежные и отечественные гостиничные сети, не желая сосредотачиваться на одном сегменте рынка, применяют стратегию дифференциации. Так, компания Marriott создала несколько брендов, каждый из них ориентирован на определенную категорию потребителей: «Senior Living Services» – бренд для пожилых людей, «Conference Centers» – бренд для конгресментов и бизнес-клиентов, «Residence Inn» – бренд для тех, кто останавливается в отелях на достаточно длительный период времени и т. д.

Некоторые российские сетевые компании в отличие от международных сетей, как правило, используют традиционные способы продвижения своих услуг. Однако некоторые из них все-таки перенимают международный опыт. Отдельные гостиничные предприятия в силу высоких затрат на Интернет-маркетинг, не используют его для продвижения своих услуг, что значительно сказывается на уровне их конкурентоспособности.

Таким образом, международные гостиничные сети в силу своего превосходства, как в масштабах деятельности, так и в финансовых возможностях над российскими сетевыми компаниями, имеют преимущества. Однако российские сети стремятся к наращиванию конкурентных преимуществ, несмотря на наличие некоторой ограниченности ресурсов для этих целей.

#### ***Список литературы***

1. Аль-Робаи Ааливи С. Карар. Развитие международных гостиничных сетей // Журнал международного права и международных отношений. 2012. № 2. С. 4–5.
2. Завертяев М. Ю. Специфика деятельности мировых гостиничных цепей в условиях российского рынка гостиничных услуг // Молодой ученый. 2014. № 17. С. 270–275.
3. История развития гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] // Гостиничный бизнес в России. Режим доступа: <http://www.tourlib.net> (дата обращения: 21.09.2018).

**УДК 338.483**

***Екатерина Ивановна Кулько,***  
*старший преподаватель,*  
*Белорусская государственная*  
*сельскохозяйственная академия,*  
*г. Горки, Республика Беларусь*

### **Проблемы развития туризма в Республике Беларусь**

*В статье рассмотрены основные проблемы развития туристического сектора в современных геополитических условиях в Республике Беларусь.*

***Ключевые слова:*** туризм, туристический сектор, урбанизированная среда, экотуризм

*Ekaterina Ivanovna Kulko,  
Senior Lecturer,  
Belarusian State Agricultural Academy,  
Gorki, Republic Of Belarus*

## **Problems of Tourism Development in the Republic of Belarus**

*The article deals with the main problems of the tourism sector in the current geopolitical conditions in the Republic of Belarus.*

**Keywords:** *tourism, tourism sector, urban environment, ecotourism*

С развитием общества всё большее количество людей ведёт городской образ жизни, находясь в техногенном, тесно сжатом урбанизированном пространстве, резко отличающемся от натуральных природных ландшафтов, где человек может не только жить, восстанавливать свои силы, а также отдыхать, знакомиться с природой, становиться частью природы. Урбанизированная среда оказывает негативное влияние на человека: шум города, стремительный темп жизни, неблагоприятная экологическая обстановка, психологические нагрузки, связанные с интенсивным трудом, стрессы – это и есть плата за комфортную и относительно беззаботную жизнь в городе.

Поэтому сегодня всё большее число горожан нуждается в отдыхе на лоне природы, путешествиях по родному краю, поездках по другим странам, то есть в смене обстановки. Это ведет к развитию как внешнего, так и внутреннего туризма.

В Беларуси имеется ряд определенных положительных черт: выгодное географическое положение, система национальных парков, созданная в 90-е годы XX века, натуральный природный ландшафт (что способствует развитию сельского, туризма). Но, увы, опыт многих стран показывает, что наличие туристских ресурсов не является итоговым решением в развитии туристической индустрии, главное – это эффективное их использование. Об этом говорит и такой пример: часть Беловежской пуши, которая находится на территории Польши, по площади меньше в четыре раза белорусской, но превосходит её в несколько раз по количеству посещений туристами.

Несовершенным элементом туристического потенциала в Беларуси является инфраструктура. Гостиницы, индустрия развлечений, предприятия общественного питания, часто не соответствуют требованиям иностранных туристов и требуют больших финансовых вложений. Даже объекты базовой инфраструктуры нуждаются в модернизации. Следует отметить высокий уровень износа транспортных средств, неразвитость системы проката и ремонта автомобилей, плавательных средств и других нужных услуг туристам [3].

Необходимость реконструкции и благоустройства туристических достопримечательностей и объектов материально-технической базы определяют обязательность капиталовложений. Сегодня ограничена возможность финансирования из бюджета крупных туристских проектов. Приходится искать нетипичные пути развития туризма в республике. Приоритетным становится развитие таких видов туризма, которые не требуют больших расходов на благоустройство инфраструктуры: (экологический, сельский, водный, охотничий туризм).

Беларусь, по мнению экспертов Всемирной туристской организации, имеет много шансов привлечь внимание иностранных туристов к нашей стране, но для этого нужно на государственном уровне позаботиться о рекламном обеспечении «зеленого» и национального туризма вообще. Например, развитие сельского туризма окажет весьма благоприятное влияние на положение сельских женщин, которые столкнулись с серьезными проблемами: на селе очень высокий уровень женской безработицы, низкий уровень услуг или их полное отсутствие, закрытие дошкольных учреждений, отсутствие возможности получить образование, финансовые проблемы.

Специалисты в сфере туристических услуг видят большие возможности в развитии агроэкотуризма. Необходимо создавать деревни с традиционной архитектурой, при этом за основу брать уже существующие сельские населенные пункты. Они должны быть расположены в живописной местности. Туристы будут проживать в деревенских домах и усадьбах, имея возможность ознакомиться с бытом жителей сельской мест-

ности и природным потенциалом республики. Сегодня это реальное направление: в общественное объединение агроэкотуризма сейчас входит более двухсот человек [3].

Огромные возможности и у экотуристического направления развития сферы туристических услуг в регионе. Оно предполагает организацию туристских походов, активный отдых на природе, эколого-образовательные и эколого-просветительные туры. Неповторимые ландшафты, ценные болотные или лесные угодья, знакомство с флорой и фауной, исчезающими видами растений и животных, фотоохота на представителей животного и растительного мира – всё это позволяет активно развивать экотуризм.

На сегодняшний день в Республике Беларусь активно ведется работа по интеграции страны в международное туристическое сообщество. С 2005 года республика является полноправным членом Всемирной туристской организации (ВТО). В рамках международной интеграционной программы Совета Европы «Европейские культурные пути» разработаны международные туристские маршруты, проходящие по территории 3–4 граничащих стран–членов Центральной европейской инициативы (ЦЕИ): «Замки и крепости в странах–членах ЦЕИ», «Церкви и соборы в Центральной Европе» [3].

В рамках международных программ ТАСИС, ПРООН, ЮНЕСКО в Беларуси реализуется несколько проектов, которые имеют важное значение для развития туризма: создание культурно-туристической зоны на базе замковых комплексов Мира и Несвижа («Мир-Несвиж»), введение в эксплуатацию белорусской части Августовского канала [3].

За последние годы заключён ряд межправительственных соглашений о сотрудничестве в области туризма со странами – Израилем, Кубой, Кипром, Сирией, Китаем, Россией, Польшей, Румынией, Ливаном, Азербайджаном и др.

Развитие туризма – это одно из основных направлений развития экономики в республике. При этом подрастающее поколение необходимо воспитывать на изучении историко-культурных ценностей государства. Необходимость туризма в оздоровлении населения и формировании здорового образа жизни. Масштабные задачи, которые стоят перед Республикой Бела-

речь определяют тот интерес, который уделяется в Беларуси вопросам развития туризма. Развивать туризм необходимо т. к. это положительно влияет на имидж государства.

#### **Список литературы**

1. Александрова А. О. Состояние и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь // Беларусь в современном мире: материалы X Междунар. науч. конф. (г. Минск, 28 окт.). Минск, 2011. С. 183–184.
2. Боровко М. В. Международная техническая помощь и её роль в формировании конкурентоспособного туристического комплекса Республики Беларусь // Беларусь в современном мире: материалы X Междунар. науч. конф. (г. Минск, 28 окт.). Минск, 2011. С. 186–188.
3. Голубович Е. В. Проблемы развития туристического сектора в современных геополитических условиях на примере Республики Беларусь // Вопросы экономики и управления. 2016. № 5. С. 79–81.
4. Отнюкова М. С. Жизненный стиль как фактор формирования досугового пространства // Досуг: Социальные и экономические перспективы: сб. науч. ст.; под ред. В. Б. Устьянцева. Саратов: СГТУ, 2003. С. 15–16.

**УДК 640.41**

***Анжелика Руслановна Кумпилова,***

*канд. экон. наук, доцент,*

*Майкопский государственный технологический университет,*

*г. Майкоп, Россия*

### **Особенности и преимущества сетевого гостиничного бизнеса**

*В статье рассмотрены преимущества сетевой формы ведения гостиничного бизнеса, понятие гостиничной сети, выявлены характерные черты, присущие гостиничным сетям.*

**Ключевые слова:** *гостиничный бизнес, сетевая предпринимательская структура, гостиничная сеть, гостиничная цепь*

***Angelika Ruslanovna Kumpilova,***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;*

*Maykop State Technological University,*

*Maykop, Russia*

### **Features and Advantages of Network Hotel Business**

*In article advantages of the network form of conducting hotel business, the concept of a hotel network are considered, the characteristic features inherent in hotel networks are revealed.*

**Keywords:** *hotel business, network enterprise structure, a hotel network, a hotel chain*

Сегодня главными проблемами гостиничного бизнеса в масштабах страны остаются низкие темпы роста количества средств размещения и недостаточно высокий уровень обслуживания. Повышенный интерес к России как к объекту для внутреннего туризма, так и для въездного, обусловлен, в том числе, реализацией в стране глобальных проектов. Проведение ряда крупных мероприятий на территории Российской Федерации было бы невозможно без строительства новых гостиничных предприятий. Это и Олимпиада в Сочи, и Универсиада в Казани, и Саммит АТЭС на острове Русский, и международный инвестиционный форум в Сочи, и Санкт-Петербургский международный экономический форум, и чемпионат мира по футболу и другие важные для страны события. Таким образом, проблема недостаточности номерного фонда медленно, но планомерно решается по всей стране. Однако уровень обслуживания в гостиничных предприятиях до сих пор оставляет желать лучшего.

У данной проблемы есть два возможных пути решения: повысить уровень квалификации всего обслуживающего персонала, занятого в гостиничном бизнесе, что практически невозможно осуществить и/или способствовать созданию гостиничных сетей, придерживающихся, как правило, высоких стандартов в обслуживании. Однако создание гостиничных сетей не всегда способствует строительству новых гостиниц. Чаще всего развитие и укрупнение гостиничных сетей происходит за счет заключения контрактов на управление или на франчайзинговой основе. Происходящее сегодня объединение средств размещения, проявляющееся в создании гостиничных сетей, обусловлено характерными для мировой гостиничной индустрии процессами глобализации и интеграции и является наиболее распространенной формой управления гостиничным предприятием.

По мнению ряда исследователей, на сегодняшний день такая форма организации гостиничного бизнеса является наиболее успешной и оптимальной.

Под сетевой предпринимательской структурой в гостиничном бизнесе М. А. Морозова и Е. Д. Малюшенкова пони-

мают «...совокупность взаимосвязанных между собой определенных интегративными отношениями хозяйствующих субъектов, целевыми установками которых является получение предпринимательского дохода, захват, удержание и потенциальное расширение доли целевого рынка путем вывода на рынок гостиничного продукта (продуктов), воспринимаемых в рамках определенного бренда или брендов» [3].

В специализированной литературе можно в одном и том же контексте увидеть понятия «гостиничная сеть» и «гостиничная цепь». М. В. Арифиллин и Л. С. Морозова в одном из своих исследований проводят глубокий анализ дефиниций этих понятий и приходят к выводу, что они эквивалентны, то есть являются синонимами [1].

М. Туровский говорит, что «гостиничная сеть – это определенное количество гостиниц, пользующихся одним и тем же названием и фирменным знаком, имеющих определенные общие потребительские особенности и проводящих совместную маркетинговую деятельность».

Наиболее удачным определением данного понятия считаем следующее: «гостиничная сеть – долгосрочное взаимовыгодное объединение гостиничных предприятий, а также фирм сопутствующих отраслей в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью создания совместных отличительных компетенций» [2].

Так, обобщив мнения разных авторов по этому вопросу, среди основных характерных черт, присущих гостиничным сетям (цепям), выделим следующие из них:

- представляют собой группу или объединение нескольких гостиничных предприятий;
- имеют общее управление;
- принадлежат одному владельцу или компании, заключившей с гостиницами контракт на управление или франчайзинговое соглашение;
- представляют собой коллективный бизнес;
- выступают под одним узнаваемым названием (фирменным знаком, одной торговой маркой);
- соблюдают единые жесткие стандарты высококачественного обслуживания;



- имеют единые нормативы и параметры оснащения помещений;
- проводят совместную маркетинговую деятельность;
- осуществляют деятельность в рамках единой концепции;
- могут иметь собственные здания или арендовать их;
- их руководство имеет преимущество при разделе прибыли;
- руководство несет ответственность за все потери.

В большинстве случаев сетевые формы гостиничных предприятий распространены в сегменте высокого класса, что обусловлено необходимостью соответствия высочайшим требованиям стандартов обслуживания.

Эффективность и прибыльность деятельности сетевых гостиничных предприятия во многом обеспечиваются созданием сильных снабженческих организаций, развитой системы поддерживающей инфраструктуры, что могут себе позволить только крупные гостиничные объединения. В качестве одного из преимуществ, которое имеют гостиницы, в связи с появившейся возможностью присоединения к одной из гостиничных сетей, можно рассматривать то, что практически все сетевые гостиничные предприятия имеют собственную систему бронирования, обеспечивающую первоочередную загрузку, входящих в сеть отелей.

Таким образом, интеграция с сетью гарантирует постоянный приток клиентов. С другой стороны, такие преимущества слишком дорого обходятся гостиничным предприятиям. Поэтому решения о присоединении к сетевому гостиничному предприятию должно быть тщательно взвешено и экономически обосновано с обеих сторон. Интеграция должна быть выгодна и целесообразна для всех.

Развитию сетевого гостиничного бизнеса способствует единая стратегия гостиничных предприятий в рамках сети, их совместные взаимовыгодные стратегические маркетинговые решения, реализуемые на основе общей системы информационного взаимодействия и сильного сетевого бренда.

### **Список литературы**

1. Арифиллин М. Ф., Морозова Л. С. Генезис понятий «гостиничная цепь» и «гостиничная сеть» // Сервис в России и за рубежом 2012. № 2. С. 53–63.
2. Катъкало В. С., Мукба В. Н. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. 2004. Вып. 4, № 32. С. 3–30.
3. Морозова М. А., Малюшенкова Е. Д. Роль управляющих компаний в развитии отечественного сетевого гостиничного бизнеса // Петербургский экономический журнал. 2014. № 2. С. 114–120.

**УДК 338.485**

**Юлия Андреевна Салай,**

*студентка,*

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

**Виктория Леонидовна Погодина,**

*д-р пед. наук, профессор,*

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

### **Особенности развития туризма в малых городах России**

*В статье рассматривается понятие «малые города» как туристские центры. Выявлены проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в малых городах. Приведена классификация малых городов как перспективных туристских центров.*

**Ключевые слова:** *малые города, внутренний туризм, тенденции развития городов, проблемы развития туризма*

**Yulia Andreevna Salay,**  
*Student,  
Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technology and Design,  
St. Petersburg, Russia*

**Victoriya Leonidovna Pogodina,**  
*Doctor of Pedagogic Sciences, professor;  
Saint-Petersburg State University  
of Industrial Technology and Design,  
St. Petersburg, Russia*

## **Developmental Characteristics of the Tourism in Small Towns in Russia**

*The article discusses the concept of «small cities» as tourist centers. The problems and prospects for the development of domestic tourism in small cities are identified. The classification of small cities as promising tourist centers is given.*

**Keywords:** *small cities, domestic tourism, urban development trends, problems of tourism development*

В российской провинции располагается большое количество малых городов, сохранивших свою самобытность. Преобладающая часть малых городов России является исторической основой российской государственности, национальной культуры и народных традиций. Для развития туризма это имеет огромное значение.

К категории «малый город» в начале XXI в. принято относить городские поселения с населением от 12 до 50 тыс. человек [1]. В России насчитывается свыше 750 малых городов с численностью населения до 50 тыс. жителей в каждом. Они составляют 3/4 всех российских, где проживает около 16 млн человек [3].

Являясь поселениями городского типа, малые города сохраняют в своей жизни традиции сельской местности. С такими городами России связаны представления о периферии, о провинциальном обустройстве жизни. Городские ландшафты малых городов в большей степени, чем в крупных городских поселениях сохранили связь с окружающей их территорией,

окрестными селами и деревнями, нередко являясь центрами окружающего их сельского района. Поэтому важнейшая особенность небольших городов остается взаимодействие с природой, первозданным ландшафтом (в отличие от практически полностью искусственной среды большого города). Социальная организация жизни в малом городе неспешна, размерена, большинство жителей знакомы друг с другом, поэтому традиции, обычаи, мифы, фольклор здесь сохраняется дольше. Это имеет особое значение для организации отдыха жителей мегаполисов, уставших от суеты и ритма жизни в больших городах [4]. Малый город из-за небольших размеров является комфортной средой для нахождения туристов. В нём всё расположено в пределах пешеходной доступности. Большинство малых российских городов воспринимается скорее как часть сельской местности, нежели как городская территория.

По происхождению малые города разнообразны – от бывших в далёком прошлом княжеских резиденций до центров современной фундаментальной науки. Более половины малых городов имеют государственный статус «исторических». В некоторых бывших городах-крепостях сохранились кремли, стены и башни – свидетели боевого прошлого. Именно такие города и стали современными туристскими центрами, в которых количество туристов в несколько раз превосходит показатели аборигенного населения.

Малые же города, близко расположенные к крупным центрам, активно поглощаются последними, создавая условия для формирования мегаполисов. Некоторые из них выступают в качестве временного жилья на пути переселения из сельской местности в большие города.

Ряд российских малых городов, выполняя прежде роль уездного центра, утратили экономическое значение, а затем и городской статус за прошедшее столетие. Они практически не представляют для туриста какого-либо интереса. Однако имеются малые города, играющие заметную роль в экономике региона. В них расположены предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции, небольшие горнодобывающие предприятия, предприятия тяжелой промышленности,

машиностроения. В таких городах имеются условия для развития популярного индустриального (промышленного) туризма.

Туристская активность сдерживается в малых городах и низким уровнем развития городской среды. Состояние жилищно-коммунального хозяйства и инженерного оборудования, как правило, не соответствует современным санитарно-гигиеническим нормам проживания (обеспеченность всеми видами благоустройства в малых городах не превышает обычно 60 %, а твердое покрытие имеют лишь половина улиц и дорог). Общие для страны тенденции депопуляции проявились в малых городах наиболее остро. Наиболее ярко депопуляция проявляется в городах северных регионов страны. Градообразующая база в них, как правило, была разрушена, компенсирующие производства не созданы. Отсюда безработица и низкий уровень доходов населения. Традиционной проблемой в условиях России является транспортно-коммуникационная отдаленность значительной части малых городов от центров социально-экономической активности (75 % малых городов расположены на расстоянии свыше 80 км от областных центров, а около 10 % не имеют постоянных выходов на автодороги с твердым покрытием) [2].

Важными механизмами роста малых городов являются развитие малого бизнеса, привлечение инвестиций в результате продуманной системы маркетинга и умелого проведения мероприятий по всестороннему улучшению имиджа города, введение налоговых льгот и других меры поддержки предприятий, в том числе и туристского профиля.

Среди малых городов России имеются туристские центры, различающиеся по выполняемым ими функциям. Чаше всего это лечебные (курортные), оздоровительно-спортивные, историко-культурные, религиозно-паломнические туристские центры. Перечисленные основные туристские функции могут дополняться фольклорно-этнографическими, охотничье-рыболовными, эколого-туристскими. Уникальные исторические силуэты, сохранившиеся памятники культуры, местный колорит составляют основу туристско-рекреационного потенциала таких городов.

Для многих малых городов проблема развития туризма актуальна. Разнообразный туристско-ресурсный потенциал малых исторических городов, специфика их прошлых и настоящих функций, соотношенная с таковыми других крупных и малых городов региона и страны, определяют спектр различных видов туризма, которые могут развиваться в каждом из них. Важнейшая задача для любого центра туризма – добиться задержки туриста в городе более чем на сутки, обеспечив ему интересный досуг и место временного проживания.

Для формирования туристского интереса к городскому поселению важно использовать возможность для проведения в городе фестивалей, выставок, ярмарок, спортивных соревнований, дней памяти выдающихся земляков – всего того, что может привлечь в город гостей. Одна из тенденций развития туризма во многих развитых странах Мира – развитие «ближнего туризма», связанного с организацией поездок жителей крупных городов на незначительные расстояния (как в выходные и праздничные даты, так и в периоды отпусков). Это дает малым историческим городам возможность найти и утвердить себя в качестве туристских дестнаций. Важнейшая задача при этом – разработать событийный календарь, который бы помог потенциальным туристам сориентироваться в сезонных предложениях для них. В условиях нестабильной экономики организация отдыха россиян, не имеющих экономическую возможность купить зарубежный тур, делает отдых в малых исторических городах перспективным. Таких граждан большинство, они представляют собой обширный и разнообразный клиентский сегмент для организаторов туристского бизнеса на ближайшие годы.

Малые города сохранили традиционные народные промыслы и ремесла. Мастер-туризм (неклассическое обучение и творчество) относится одновременно к сфере креативной индустрии и к сфере обучающих туров. Развлекательно-познавательный досуг, поездки за вдохновением основываются на важной социальной ценности – стремление к самовыражению и творчеству. В этом сегменте самое большое число возвратных туристов. Проектирование подобных поездок тре-

бует индивидуального подхода, организация сервиса может носить нестандартный характер. Такие туры активно продвигаются в социальных сетях, пользуются спросом.

Необходимо развивать контакты, в том числе обмен опытом по проведению мероприятий, потенциально представляющих интерес для туристов, например, через встречи представителей поселений, входящих Ассоциацию малых туристских городов, учрежденную в 2010 г. Эта организация ставит перед собой задачу заинтересовать российских и иностранных туристов ресурсами небольших провинциальных городов.

Среди исторических городов России есть имеющие международное значение (города включены в Список Всемирного Культурного Наследия ЮНЕСКО), нуждающиеся в принятии особых мер и процедур по его сохранению (например, Сергиев Посад, Ораниенбаум, Павловск, Кронштадт и др.). Вторую категорию составляют малые города общегосударственного (общенационального) значения, наследие которых имеет выдающийся характер и для его сохранения требуется разработка комплексных программ и специальных проектов по реконструкции и возрождению исторической среды. Эти города имеют наибольшие перспективы для превращения в туристские центры. Среди них отметим, Пушкинские Горы, Торжок, Волхов, Красное Село, Переславль-Залесский, Каширу, Урюпинск, Вязники, Тутаев, Углич, Касимов, Балтийск, Киров, Старую Русу, Ростов, Гагарин, Великий Устюг, Можайск, Ликино-Дулёво, Городец, Малоярославец, Остров, Козьмодемьянск, Юрьев-Польский, Приозерск, Осташков, Почеп, Бородино, Галич, Звенигород, Кашин, Валдай, Чудово, Гороховец, Шлиссельбург, Печоры, Дорогобуж, Порхов, Суздаль, Юрьево, Каргополь, Ивангород, Тотьму, Тарусу, Белозерск, Судак, Устюжну, Новую Ладугу, Болгар, Мышкин, Кириллов, Плёс). К третьей категории относятся малые города, перспективы туризма в которые могут оцениваться лишь в региональном масштабе. Это такие города как Сатка, Мончегорск, Усть-Кут, Мценск, Моршанск, Качканар, Черняховск, Корьяжма, Кыштым, Алапаевск, Темрюк, Южноуральск, Луга, Кандалакша, Благовещенск, Кондопога, Соль-Илецк, Медно-

горск, Вельск, Бологое, Волоколамск, Николаевск-на-Амуре, Дудинка, Хотьково, Лодейное Поле, Новый Оскол, Сортавала, Усмань, Козельск, Касли, Петушки, Цимлянск, Нерченск, Калязин, Руза, Яхрома, Кемь, Малая Вишера, Опочка, Беломорск, Уржум, Ельня, Олонец, Велиж, Солигалич, Себеж, Пошехонье, Услоье, Чухлома, Гдов, Новоржев, Сольвычегодск, Приморск, Верхоянск и др.

Развитие туризма в малых городах невозможно без реставрации и ремонта культурно-исторических памятников, в том числе, переоборудовании музеев и музейных комплексов в малых исторических городах. Помощь государства должна быть ориентирована на развитие социальных программ в туризме в малых исторических городах, развитие образовательных туров, культурно-массовых программ в программах событийного туризма.

#### *Список литературы*

1. Крогиус В. Р. Исторические города России как феномен ее культурного наследия. М.: Прогресс-Традиция, 2009. 321 с.
2. Матвеевская А. С., Погодина В. Л. Регионоведение: учеб. пособие. СПб.: СПбГУПТД, 2015. 174 с.
3. Погодина В. Л., Филипова И. Г. География туризма: учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. 256 с.
4. Список исторических городов России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 20.09.2018).

**УДК 332.14**

***Барият Меджидовна Хасбулатова,**  
канд. экон. наук, доцент,  
Дагестанский государственный университет  
народного хозяйства,  
г. Махачкала, Россия*

### **Проблемы и перспективы развития туристической отрасли в Республике Дагестан**

*Ничто не создает имидж республики так, как въездной туризм.  
В развитых регионах он является мощным фактором экономической*



*стабильности, чего не скажешь о Республике Дагестан. Развитие туризма зависит и от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, пользуется ли поддержкой. Сегодня дагестанская туриндустрия делает новые шаги в своем становлении.*

**Ключевые слова:** туризм, туриндустрия, регион, инвестиционная активность, гостиничный сервис, реклама

***Bariyat Medzhidovna Khasbulatova,***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;  
Dagestan State University of National Economy,  
Makhachkala, Russia*

### **Problems and Prospects of Development of the Tourism Industry in the Republic of Dagestan**

*Nothing creates the image of the Republic like inbound tourism. In developed regions, it is a powerful factor of economic stability, and it is cannot be said about the Republic of Dagestan. The development of tourism also depends on how the industry is perceived at the state level and whether it enjoys support. Today the Dagestan tourism industry is making new steps in its formation.*

**Keywords:** *tourism, tourism industry, region, investment activity, hotel service, advertising*

Вопросы повышения качества предоставления туристических услуг в Дагестане, совершенствования туристско-экскурсионных маршрутов, правового регулирования деятельности экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников на туристских маршрутах стоят очень остро на сегодняшний день. В Республике Дагестан наблюдается ежегодный рост количества туристов, посещающих регион. За 2016 год Дагестан посетили 513 тысяч человек, а к сентябрю текущего года туристский поток в республику превысил 520 тысяч человек. В республике серьезная потребность в качественных туристских услугах, в профессиональных гидах. Есть немало проблем в их деятельности, в связи с этим необходима экспертная оценка разрабатываемых туристских маршрутов [2].

Совершенствование нормативно-правовой базы туристской деятельности – одна из приоритетных задач. В 2013 году

была принята республиканская целевая программа «Развитие туристско-рекреационного комплекса в Республике Дагестан на 2014–2018 гг.». В рамках программы реконструированы старые туристические объекты и построены новые [1].

Для привлечения туристов в республику Министерство по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан сотрудничает с представителями РД в субъектах страны и турадминистрациями, создавая на их базе туристско-информационные центры (ТИЦ). На базе гостиницы «Ленинград» создан первый центр. Благодаря чему жители республики и потенциальные туристы могут получить всю интересующую их информацию о регионе, а сотрудники ТИЦ помогут определить туристский маршрут, забронировать гостиницу, билеты, выбрать санаторий или базу отдыха. Сегодня ведется работа по сбору информации от представителей туриндустрии. Центры готовы размещать информацию, при условии, что их сервис соответствует всем нормам и стандартам обслуживания. В ближайшее время будут планируются организовать Call-центры. Всю необходимую информацию по вопросам турмаршрутов и разрешению проблем, возникающих у туристов во время отдыха, можно будет получить по телефону или с помощью онлайн-консультации.

За последние годы повысился рост инвестиционной активности в туристско-оздоровительной сфере, в основном пляжного туризма. Заработали Дома отдыха и развлекательные центры на побережье Каспийского моря. Благодаря чему число посетителей увеличилось на 400–450 чел. Надо отметить, что при строительстве баз применялись инновационные технологии, современные отделочные материалы.

Такой рост числа туристов – это значительный прорыв и успех в общей работе предприятий туристической отрасли, государственных органов, образовательных учреждений, всех, кто так или иначе связан с отраслью. Не вдруг и не случайно изменилась ситуация. Этому предшествовала значительная работа:

– формирование положительного имиджа Республики Дагестан как туристского региона, благоприятного для развития туризма;

– развитие внутреннего и въездного туризма, продвижение регионального туристского продукта на общероссийский и международный туристский рынок были определены в качестве приоритетных направлений Республики Дагестан.

Учитывая климатические и ландшафтные особенности республики, в Дагестане есть перспективы развития не только традиционного пляжного туризма, но также зимних и горнолыжных видов туризма.

В этих целях осуществлен большой комплекс выставочно-презентационной работы: более 45 мероприятий международного и общероссийского, межрегионального уровня проведены только в 2017 году.

Регулярно осуществляется большой блок работы по развитию и продвижению событийных мероприятий (фестиваль экстремального туризма «Ярыдаг», соревнования «Туристский Альма-матер», Международный этнокультурный фестиваль «Журавли», «Рыбалка на Аграхане, фестиваль шашлыка, фестиваль ледолазания, открытие и закрытие туристического сезона и др. в т. ч. республиканский конкурс событийного туризма и т.д.

Озвученные на федеральном уровне планы по развитию на Северном Кавказе туристско-рекреационного кластера (проект «Матлас» в Хунзахском районе) стоит рассматривать как одно из важнейших решений в этом направлении, и как инструмент социально-экономической политики государства в регионе. Еще в 2008 году отсутствовало понятие «горнолыжный туризм в Дагестане». Однако сегодня горнолыжный курорт «Чиндирчero» предлагает своим клиентам отличные условия для отдыха и развлечений.

В Дагестане слабо развиты такие виды туризма, как экологический, охотничий, рыболовный и агротуризм. Незрелость этих направлений можно объяснить несколькими причинами: отсутствием качественных дорог в горных районах республики, недостаточной развитостью гостиничного хозяйства в сельской местности, дороговизной транспортных тарифов по республике, санитарным состоянием объектов показа, отсутствием рекламы и т. д. Эти виды туризма требуют особых

подходов и нестандартных решений. Главный плюс, помимо сочетания «горы – море», уникальные памятники археологии, истории, культуры и народных художественных промыслов.

С ростом туристического потока и количества организаций, занятых услугами в области туризма нарастают и проблемы качества предоставления услуг, острой нехватки грамотных, профессиональных гидов-экскурсоводов, в том числе со знанием иностранных языков. В целом острой стала проблема недостаточного профессионализма кадров, работающих в туристской отрасли. Вызывают беспокойство вопросы обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов, вопросы экологического благополучия объектов туристского показа и мест массового посещения туристами. Эта ситуация характерна не только для Дагестана, но в целом по Российской Федерации. Экскурсионные туры должны способствовать созданию позитивного образа Дагестана и России в целом.

Перед туристическими организациями Минтуризма ставит следующие задачи:

- представить материалы по эксплуатируемым маршрутам: паспорт маршрута, технологическую карту. Только в этом случае и только после заключения Научно-экспертного совета, Минтуризма сможет включить маршрут в реестр туристских маршрутов и продвигать его на общероссийский и международный туристский рынок;

- обратить особое внимание на необходимость обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов. Если маршруты проходят по труднодоступной местности, водным, горным, спелеологическим и другим объектам, связанным с повышенным риском для жизни, причинением вреда здоровью туристов – не позднее, чем за 10 рабочих дней информировать службы МЧС о маршрутах передвижения;

- уделять серьезное внимание подбору, подготовке, обучению гидов, экскурсоводов, работающих с туристами. Это люди, которые формируют представление о республике, создают её образ, оставляют впечатления, с которыми у гостей будет ассоциироваться на долгие времена наша республика. Гидами должны быть люди образованные, владеющие необ-

ходимым минимумом общих сведений о культуре, истории, традициях, природно-климатических и других особенностях республики, и конечно в совершенстве владеющих информацией о своем маршруте. Туризм становится все более значимым фактором гражданско-патриотического воспитания, приобщения граждан и прежде всего молодежи, к культурно-историческому наследию» [2].

Количество туристов, приезжающих в Дагестан, ежегодно растет, улучшается и позиция в рейтинге туристической привлекательности регионов РФ, их туристического потенциала и популярности среди отечественных и иностранных туристов. Однако, наша республика в 2016 году была только на 66 месте среди 85 регионов России. Основным препятствием для роста туристского потока является:

- во-первых, недостаток высококвалифицированных кадров;
- во-вторых, по результатам опроса туристов, низкий уровень обслуживания гостиничного сервиса;
- в-третьих, отсутствие рекламы. Большинство российских туристов не знают о возможностях внутреннего рынка. Важен не только факт предоставления услуг, но и информационное обеспечение для работы курортов.

И ещё один фактор – негативный окрас республики в сознании россиян, представленный российскими СМИ. Несмотря на все усилия Министерства по туризму в формировании положительного имиджа республики как региона, привлекательного для туристов и инвесторов, это пока не даёт эффективных результатов. Ситуация в Дагестане не настолько страшна, как это обрисовывают в СМИ. Даже самое незначительное событие в регионе муссируют по центральным каналам в течение недели. Но те, кто приезжает в Дагестан, остаются довольны.

Туристско-рекреационная отрасль при создании благоприятных условий может и должна стать движущей силой экономической стабилизации и развития экономики региона Дагестана.

### **Список литературы**

1. Постановление от 28.11.2013 г. № 620 «О государственной программе Республики Дагестан “Развитие туристско-рекреационного комплекса в Республике Дагестан на 2014–2018 годы”» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.riadagestan.ru/news/tourism\\_events/effektivnost\\_raboty\\_gupov\\_obsudili\\_v\\_minturizma\\_dagestana/](https://www.riadagestan.ru/news/tourism_events/effektivnost_raboty_gupov_obsudili_v_minturizma_dagestana/) (дата обращения: 21.09.2018).

2. О развитии туристской индустрии в Республике Дагестан [Электронный ресурс] // Отчеты Министерства по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан. Режим доступа: <http://www.dagestanpost.ru> <http://www.e-dag.ru> (дата обращения: 21.09.2018).

**УДК 388**

***Дарья Андреевна Шедько,***

*студентка,*

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

*г. Москва, Россия*

***Мария Юрьевна Белякова,***

*канд. эконом. наук, доцент,*

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

*г. Москва, Россия*

### **Сравнительный анализ и исследование ресторанов Мишлен**

*В исследовании мишленовского рейтинга рассматриваются вопросы появления этих ресторанов, системы присуждения звёзд Мишлен и особенности кулинарии. Выделяются проблемы отсутствия ресторанов Мишлен в России.*

***Ключевые слова:*** *рестораны Мишлен, звёзды Мишлен, кулинарные особенности, количество ресторанов Мишлен в разных странах*

**Daria Andreevna Shedko,**

*Student,*

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

**Maria Yurievna Belyakova,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
The Russian Presidential Academy of National Economy  
and Public Administration,  
Moscow, Russia*

## **Comparative Analysis and Research of Michelin Restaurants**

*The Michelin-rated research examines the emergence of these restaurants, the value of the Michelin-star award system and the peculiarities of cooking. The problem of lack of Michelin restaurants in Russia is highlighted.*

**Keywords:** *Michelin restaurants, Michelin stars, culinary specialties, the number of Michelin restaurants in different countries*

Michelin-starred restaurants have always been the most prestigious for anyone who wants to be here and try delicious dishes. It is a real paradise for gastronomic tourism.

And it all began in 1900 in France, when Andrew Michelin first released the usual guide. It was marked by various hotels, convenient Parking, snack bars and cafes. The purpose of the founder of Michelin restaurants was simple: he analyzed the cafe eateries, showed where you can go to eat.

In the first twenty years in the Michelin rating began to include restaurants with an average check. And by 1930, the Michelin-starred red guide had become a guide to choosing restaurants and became famous worldwide [2].

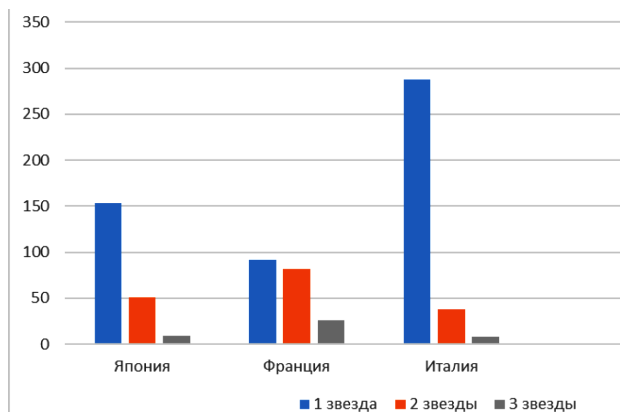
Michelin stars are the most important award for chefs around the world. Restaurants can be awarded from one to three stars, each of which means: one Michelin star – «very good restaurant in its category», two Michelin stars – «excellent cuisine, for which you can deviate from the route», three Michelin stars – «exceptional cuisine that deserves a special trip».

Restaurants marked with stars are included in the world rating and are so popular that you have to sign up for dinner in a few months.

At the moment, there are no specific criteria by which Michelin stars can be given, since this is a trade secret. In fact, any client can be an expert, the so-called secret visitor. He can visit the restaurant at any time. The inspector tries to look inconspicuous and in any case does not allow himself to be found. After all, the exposed expert Advisor can immediately say goodbye to the work [4].

However, there are some approximate criteria of how Michelin stars are awarded: the first place is always the kitchen, and then the service and the interior, as experts always prefer the quality of dishes, cooking features, the author's work of the chef.

There is also an internal mechanism of evaluation of a restaurant: to award one Michelin star, the expert must visit the restaurant at least four times, two stars – after ten visits, and for three stars it takes even a few months [1].



*Figure 1.* Number of Michelin restaurants in the three leading countries during 2016

The diagram is made by the author on materials [6] [7] [8]

According to the data for 2016, France is the record for the number of Michelin-starred restaurants, and Paris is recognized as



a culinary center of both France and Europe as a whole. It attracts gourmets from all over the world. Restaurants have a rich history, and dishes can be considered works of art.

Germany is famous for its German cuisine. The emphasis is on meat dishes. The chefs offer not only traditional dishes, but also are not afraid to combine them with Mediterranean and French cuisine.

Italy is also distinguished by its exquisite cuisine. The basis of the restaurant menu is seafood. Chefs usually combine them with vegetables, cheese and various seasonings.

Spain is famous for its unique restaurants, known throughout the world. The peculiarity of Spanish cuisine is that it combines the traditions of French, Italian, Arabic, African and national cuisine. In addition, in Spain there are regions with local cuisine: Catalonia, Castile, Andalusia.

There are not many Michelin starred restaurants in the UK. England is an enclave of different Nations. In Michelin restaurants you can find French, Italian, Thai, Japanese cuisine.

There are also not many Michelin restaurants in Switzerland. It is a country where French, German and Belgian are spoken. And the kitchens here meet these standards.

The Belgians also speak French and Flemish, that is, the regions are different and the cuisine is also different. In French Belgium invented a lot of different dishes. In the heart of Brussels there is a quarter of some restaurants. Seafood is the most famous food for Belgians. The feature is mussels. You can see them in restaurants in beer and even in sour cream [3].

In Moscow the places to match the two-star restaurant in Europe are opened. But why do not we reach the same secret visitors, and do not check our restaurants? Restaurants in our country are also worthy to get Michelin stars.

I decided to bring the opinions of chefs and pay attention to their point of view. In their opinion, there are several theories of the lack of Michelin rating in our country:

1. Lack of stability in product quality. «In Russia, the system of small agricultural or livestock farms that serve specific restaurants and are proud to be the supplier of a particular lawmaker gastronomic fashion. In Europe, there are enough such farms and

they compete with each other, which obliges them to constantly work on improving the quality», – Eric Le Provo, owner of the bistro Le Bistrot le Provos.

2. Conceptual theory. «Not everyone in Russia knows about the existence of Michelin stars, and the popularity of guides is just beginning to gain momentum. The culture of food and the development of the restaurant industry began, even in Moscow, relatively recently «Nina Metayer, creative pastry chef of the Confectionery «Cafe Pushkin» [5].

#### *Список литературы*

1. Высоцкая Ю. Звезда по имени Мишлен: история одной награды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.jvlife.ru/articles/1537-zvezda-po-imeni-mishlen-istoriya-odnoy-nagrady> (дата обращения: 25.09.2018).

2. Ильина А. 30 млн проданных экземпляров. История гида Мишлен, в который хотят попасть все рестораны мира [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mc.today/30-mln-prodannyh-ekzempli-arov-istoriya-gida-mishlen-v-kotoryj-hotyat-popast-vse-restorany-mira/> (дата обращения: 25.09.2018).

3. Нессель Д. Национальные блюда стран Европы – кулинарные изыски на все времена [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.turako.ru/natsionalnye-blyuda-stran-evropy-kulinarnye-izyski-na-vse-vmena> (дата обращения: 26.09.2018).

4. Онегин А. Всё, что нужно знать про звёзды Мишлен. Инспектора Мишлен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.arborio.ru/zvezdy-michelin> (дата обращения: 25.09.2018).

5. Черепанов Я. Почему у российских ресторанов нет звёзд Michelin [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbeslife/352545-pochemu-u-rossiyskih-restoranov-net-zvezd-michelin> (дата обращения: 26.09.2018).

6. Basildon P. Michelin Guide For Spain And Portugal 2016 – The Full List [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.finedininglovers.com/blog/news-trends/michelin-star-spain-portugal-2016/> (дата обращения: 26.09.2018).

7. Basildon P. Michelin Guide Tokyo 2016 – The Full List [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.finedininglovers.com/blog/news-trends/michelin-guide-tokyo-2016-the-full-list/> (дата обращения: 26.09.2018).

8. Kate. Fine Dining in France – Michelin 2016 Guide [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sablesfoods.com/fine-dining-in-france-michelin-2016-guide/> (дата обращения: 25.09.2018).

# **МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

УДК 388

**Сусанна Антоновна Антонян,**  
*студентка,*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Москва, Россия*

## **Мировые выставки. Обзор выставок за 2016 год**

*В исследовании проанализирована история развития выставочной деятельности, рассмотрены мировые выставки и осуществление рекламной деятельности туристических предприятий на выставках.*

**Ключевые слова:** *туризм, выставочная деятельность, мировые выставки, рекламная деятельность туристических предприятий*

**Susanna Antonovna Antonyan,**  
*Student,*

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

## **World exhibitions. Overview of Exhibitions for 2016**

*The study will analyze the history of the development of exhibition activities, the world exhibitions will also be considered.*

**Keywords:** *tourism, exhibition activity, world exhibition, advertising activities of tourism enterprises*

It is well known that tourism is currently the most developing industry. The number of international tourist arrivals in 2017 grew by 7 % and reached its maximum in the last 7 years. According to the UN world tourism organization (UNWTO), the number of tourists crossing the borders of foreign countries amounted to 1.322 billion people [1]. Of course, the development of tourism is influenced by many factors, but we will focus on such a tool as exhibition activities. Today, exhibitions and fairs provide market mobility, create the necessary information field, form significant financial flows, and bring additional income to the budgets of all levels [6]. Exhibition events occupy a special place in the arsenal of modern tourism marketing. Tourist expositions and exhibitions are indispensable for the presentation and advertising of new products in tourism, as well as for attracting more visitors – potential tourists.

The idea that the exhibition is the only way to enter the world markets was brilliantly implemented both in Britain and in France where exhibitions are held regularly since 1798.

Today, the exhibition business is a dynamically developing industry. According to expert estimates, the turnover in the sphere of exhibition activity in 2003–2004 was about 200–300 million dollars per year. According to the research of the Department of science and industrial policy of Moscow, the growth rate of the exhibition industry is currently about 3 %, which is ahead of the overall growth rate of Russia's GDP [3].

For our research important exhibitions in the field of tourism, which not only bring a new product to the market, but also give a complete picture of it. What are the most significant exhibitions in tourism in the world? Let's analyze the world's leading exhibitions of 2016.

ITB Berlin 2016 (Germany, Berlin). From 9 to 13 March 2016 in Berlin on the territory of the exhibition complex Messe Berlin was held the largest in the world, held for five days, the 50th anniversary tourism exhibition ITB Berlin 2016. The exhibition, which is located in 26 pavilions of the exhibition complex on the territory of 160 thousand square meters, was presented more than 10 thousand stands from more than 180 countries. One of the key

topics that were touched upon by the organizers at ITB Berlin 2016 was the topic of safety of tourists and the topic of prospects for the development of the tourism industry.

FITUR 2016 (Spain, Madrid). The exhibition FITUR 2016 was held in the complex «Ifema. Feria de Madrid». Today the exhibition is the second largest and most representative tourist exhibition in the world. Over 5 days of work, the exhibition was attended by more than 9,5 thousand companies from 165 different countries, including Russia, which are located in 9 pavilions. FITUR international tourism exhibition is one of the most financially successful exhibitions: over the past 6 years, the event has brought more than 200 million to the main city of Spain.

MITT 2016 (Moscow, Russia). 23d Moscow international tourism exhibition MITT / Travel and tourism was held from 23 to 26 March 2016 on the territory of Expocentre Fairgrounds. During the four days of the exhibition MITT in 2016, located in seven pavilions. The exhibition was visited by more than 28 thousand people from 77 Russian regions and 97 foreign countries. One of the key events of MITT 2016 was the ceremony of awarding the traditional MITT Annual Awards to the best participants of the tourism exhibition. International tourism exhibition MITT / Travel and tourism is one of the largest expositions in Russia and one of the TOP 5 world tourism exhibitions.

Intourmarket 2016 (Russia, Moscow). From 19 to 22 March 2016, the international tourism exhibition Intourmarket 2016 was held on the territory of the exhibition center «Crocus Expo». 73 Russian regions and about 40 foreign countries presented their tourism opportunities. In four days, more than 78 thousand people visited the Intourmarket in 2016.

During the business program of Intourmarket 2016, about 150 different events (presentations, seminars, conferences, round tables, master classes, etc.) were held, covering a large number of areas of the tourism sector: conference on the development of children's tourism, IV Russian-Chinese tourism forum 2016, conference on IT-technologies «the Crisis is not terrible for us!»etc.

Tourist exhibition Intourmarket is the main exhibition in Russia for the promotion of domestic and inbound tourism. Several

meetings held at the Intourmarket 2016 were devoted to this topic, such as a meeting on the promotion of Russian tourism abroad and a meeting of representatives of the national tourism offices of Visit Russia, regions and tourism business, which became one of the most visited in the entire business program of the event.

Beijing International Tourism Expo (BITE) 2016 (China, Beijing)

From 20 to 22 may 2016 on the territory of China's largest international agricultural complex National Agriculture Exhibition Center with the support of the Beijing tourism administration for the 13th time in a row was held the international tourism exhibition Beijing International Tourism Expo (BITE), attracting more than 120 thousand visitors annually. During the three days of BITE 2016 guests of the exhibition were able to get acquainted with expositions from 1050 participants from 80 different countries of the world.

And also, Russia presented at the Beijing exhibition its joint national stand, where 11 subjects of the Russian Federation were represented. The stand, the active attention to which from the visitors was focused during the whole time of the exhibition, was highly appreciated by the organizers of BITE 2016, who presented the «Best stand» award to the Russian delegation.

World Travel Market 2016 (WTM) (United Kingdom, London). Another major tourist exhibition, held in 2016, was the London international tourism exhibition World Travel Market 2016, which was held in the capital of the UK from 7 to 9 November 2016 for the 37th time and has become the most successful in the history of its holding since 1979 by the number of participants, exhibitors and buyers.

At the last exhibition center ExCeL London tourism exhibition WTM 2016 for 3 days visited 51444 visitors, which is 4 % more than it was in 2015. According to the organizers, more than 865 thousand business meetings were held at the world Travel Market 2016, and the amount of contracts concluded at the exhibition amounted to more than 2.5 billion pounds.

The key event of the exhibition was a round table with the participation of the heads of the world tourism organization and

representatives of the tourism authorities of Egypt, Canada, Malta, the USA, Tunisia, Turkey, the USA and Japan, devoted to the issues of security in the field of tourism, dependence of the economy on the tourism sector, interaction of the state, law enforcement agencies and the tourism industry.

Thus, exhibitions in the field of tourism are an important tool for promoting the product of tourism on the one hand, and on the other – it is always a meeting of professionals on the site with possible discussions of pressing and promising issues. And a very important point is that the exhibitions taking place in Russia become full participants in this process.

#### *List of references*

1. Andreeva N.P. The role of state participation in exhibition activities in the tourism sector // Magazine Avenue of science. 2018. № 4. P. 403–407.

2. Vasilyonok A. Tourist exhibitions in the regions of Russia will continue to develop, but their adaptation to the realities of the market will not be easy [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.today.kudago.com/lyudmila-ivanova-turistskie-vystavki-v-regionah-rossii-prodolzhat-razvivatsya-no-ih-adaptatsiya-k-realiyam-rynka-ne-budet-prosto/> (дата обращения: 26.09.2018).

3. Official website TEXTARCHIVE. History of development of exhibition activity in Russia [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.textarchive.ru/c-1331792.html> (дата обращения: 27.09.2018).

4. Official website ТИО.БҮ. Edition «Tourism and Rest». Main tourist exhibitions [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tio.by/info/turbiznes/glavnye\\_turisticheskie\\_vystavki\\_2017\\_goda\\_ch\\_1/](http://www.tio.by/info/turbiznes/glavnye_turisticheskie_vystavki_2017_goda_ch_1/) (дата обращения: 25.09.2018).

5. Official TURBO website. Review of international exhibitions in 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tourbc.ru/daydzhest/500-mezhdunarodnye-turisticheskie-vystavki-2016.html> (дата обращения: 29.09.2018).

6. Suleymanova K. A. Trends and prospects of development of exhibition business in the Russian Journal problems of the theory and practice of management 2016. № 3. P. 37–43.

**Мадина Хажмуратовна Бектурова,**

*студентка,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

**Наталья Николаевна Саяпина,**

*канд. экон. наук, доцент,*

*Омский государственный технический университет,*

*г. Омск, Россия*

### **Маркетинг территорий в туризме как направление повышения эффективности развития регионов**

*Маркетинг в туристской области в современной ситуации является важным направлением развития регионов, территорий. В данной статье рассмотрены теоретические аспекты маркетинга территорий: понятие, маркетинг-микс, классификационный подход, этапы формирования стратегий развития территории в туризме.*

**Ключевые слова:** *маркетинг, маркетинг территорий, туризм*

**Madina Khazhmuratovna Bekturova,**

*Student,*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

**Natalia Nikolaevna Sayapina,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

*Omsk State Technical University,*

*Omsk, Russia*

### **Marketing of Territories in Tourism as a Direction for Increasing the Effectiveness of Regional Development**

*Marketing in the tourist area in the current situation is an important direction in the development of regions and territories. This article discusses the theoretical aspects of territory marketing: the concept, marketing mix, classification approach, the stages of the formation of strategies for the development of territory in tourism.*

**Keywords:** *marketing, territory marketing, tourism*

В настоящее время туристская отрасль занимает довольно значительную и непрерывно развивающуюся экономическую нишу. За последние двадцать лет множество западных стран



повысили собственное материальное благополучие вследствие развития этой сферы [1]. В России туризм переживает период становления.

Маркетинг в туристской сфере возможно рассматривать не только как попытку со стороны туристических фирм реализовывать турпоездки на какое-то направление, но также как стремление некоторой территории позиционироваться определённым образом относительно других мест посещения, формируя тем самым конкурентоспособное превосходство, а также обеспечивая себе туристский или миграционный поток. В таком случае можно говорить про маркетинг территорий.

Целью маркетинга территорий является создание наиболее благоприятных, конкурентоспособных на территории условий для проживания, работы, ведения бизнеса, инвестирования и отдыха индивидов, групп и организаций. С его помощью можно достичь улучшения условий жизни местного населения (удержание на территории местного населения и привлечение новых жителей), создания рабочих мест, привлечения инвестиций и расширение возможностей для открытия нового бизнеса, формирования туристического потока, содействие экспортному потенциалу местной продукции [2].

В настоящий момент регионы встречаются с непростой проблемой выживания в обстоятельствах жесткой конкурентной борьбы между собой, а также с иными субъектами финансовой сферы. В данном положении основная цель региона – являться предельно конкурентоспособным, иными словами максимально эффективно применять существующие у него средства для развития, объективно производить оценку внешней обстановки и внутреннего потенциала [4].

Так как конкурентоспособность региона определяет возможности его развития, маркетингу территорий отведена значительная роль в работах разных исследователей. В научной литературе существуют различные подходы к маркетингу территорий. В широком значении это «маркетинг в интересах региона, его внутренних и внешних субъектов, в заинтересованности которых он нуждается». Другие ученые называют

этот процесс «непосредственным продвижением местности», главной целью здесь является формирование и поддержание имиджа [3].

В теории маркетинга существует такая концепция, как «маркетинг-микс 4Р». Данная концепция основана на комбинации четырех факторов, которые оказывают влияние на прибыль фирмы и которые она способна контролировать: продукт (product), цена (price), место (place) и продвижение (promotion). Рассмотрим их подробнее:

1. Продукт – это комплект изделий и услуг, которые фирма может предложить целевой аудитории.

2. Цена – это сумма денег, которую покупатели должны оплатить, чтобы получить услуги.

3. Распространение (место продажи) – различная деятельность, вследствие которой услуга становится легкодоступной для её целевых покупателей.

4. Стимулирование (продвижение) – различная деятельность компании по распространению информации о плюсах своей услуги и убеждению целевых потребителей приобрести её [6].

Маркетологи производят смешение данных факторов, создавая микс, который необходим для целевой аудитории конкретной фирмы.

Про маркетинг территорий также можно говорить с позиции «4Р», если считать территорию продуктом, то у неё есть какие-то потребители. Для туристического бизнеса, особый интерес вызывают туристы, которые непосредственно могут влиять на экономическую активность, гости города, приезжающие к родственникам, в командировки и т. д. Также не стоит забывать о других группах потребителей, заинтересованных в территории: резидентах, инвесторах, мигрантах, поскольку они влияют на формирование образа территории, оказывая на неё положительное или отрицательное влияние [3]. Чем более привлекательна территория для потребителей (туристов), тем более она конкурентоспособна. Конкурентоспособность определяется возможностью удовлетворения потребностей выбранной целевой аудитории. В зависимости от существующих потребностей можно выделить следующие виды туризма:

1. Культурный туризм – путешествия, целью которых является изучение культуры местных жителей, жизненного уклада, обычаев.

2. Исторический туризм – целью такого туризма является знакомство с достопримечательностями посещаемой местности, музеями, храмами и другими объектами, которые представляют культурную или историческую ценность.

3. Экологический туризм – целью здесь является общение с природой и окружающей средой, имеют географический характер и направлены на посещение нетронутых и отдаленных мест.

4. Рекреационный туризм – данные путешествия совершаются с целью отдыха и восстановления жизненных сил.

5. Деловой туризм – это поездки, целью которых является разрешение деловых задач [3].

Основываясь на подходе «4Р», можно определить следующие этапы формирования стратегии продвижения и развития территории в туризме:

1. Проведение маркетингового анализа территории (определение территориального продукта и его свойств, анализ его стоимости и места, выявление реальных и потенциальных потребителей).

2. Определение приоритетов развития.

3. Выбор целевой аудитории, понимание её потребностей и целей.

4. Оценка способности удовлетворения потребностей с учетом существующего территориального продукта.

5. Подбор стратегии позиционирования и проектирования конкурентных преимуществ.

6. Разработка стратегии продвижения местности с целью информирования и привлечения возможных потребителей [3].

Россия состоит из 85 регионов и обладает наибольшей площадью в мире, а также разнообразной местностью. Данное положение позволяет развивать туризм в нашей стране, поскольку каждый регион обладает своей территориальной и природной неповторимостью, а также туристско-рекреационными ресурсами. Маркетинговые стратегии являются со-

ставляющей региональных стратегий развития в области туристско-рекреационного обслуживания. Без них невозможно донести суть и преимущества туристического продукта до потребителя услуги.

Для данного вида маркетинга необходимо произвести уточнение границ объекта. Объектами здесь выступают туристическая местность, страна, район, город, регион. Ярким примером маркетинга территорий в нашей стране является Краснодарский край, в частности город Сочи. Он обладает природным преимуществом, поскольку обладает мягким и теплым климатом, а также выходом к Черному морю. После проведения Олимпийских игр и других мероприятий город стал не только летним курортом, но и круглогодичным, поскольку его инфраструктура стала более модернизированной и развитой [5].

Таким образом, маркетинг-микс позволяет выработать стратегии продвижения местности исходя из её возможностей и желаний туристов, а также сохранять конкурентное преимущество. Такой маркетинг способствует развитию региона, в частности, помогает достигать улучшения условий для местных жителей, благодаря своей привлекательности для туристов.

#### *Список литературы*

1. Анисимова А. О., Калякина И. М., Курганова А. Ю. Сущность и проблемы маркетинга в туризме // Современные наукоемкие технологии. 2014. № 7–2. С. 153–154.
2. Башмаков Д. В. Маркетинг территорий. М.: ИИУ МГОУ, 2015. 216 с.
3. Бороздина Н. А., Маликова Е. Г. К вопросу о маркетинге территорий в туризме // World science: problems and innovations. 2016. № 1. С. 205–207.
4. Полякова Т. В., Дубова Ю. И. Маркетинг территорий как инструмент формирования благоприятного имиджа и туристической привлекательности регионов. Волгоград: ВолгГТУ, 2015. 128 с.
5. Симонян Г. А., Сарян А. А. О некоторых особенностях построения системы туристического маркетинга территории // Современная научная мысль. 2015. № 1. С. 113–119.
6. Старикова М. С. Инструменты маркетинга: подходы к трактовке // Дневник науки. 2018. № 1. С. 15–20.

**Валентина Викторовна Денисова,**  
студентка,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия

**Саяна Аюровна Батоева,**  
канд. ист. наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия

### **Роль рекламы в продвижении туристического продукта**

*Статья посвящена изучению роли рекламы в продвижении туристического продукта. Рассмотрены особенности рекламной кампании в туризме. Разработаны рекомендации по продвижению турпродуктов.*

**Ключевые слова:** *реклама, рекламная кампания, туризм, туристический продукт*

**Valentina Viktorovna Denisova,**  
Student,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia

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

### **The Role of Advertising in the Tourist Product Promotion**

*The paper studies the role of advertising in the tourist product promotion. The peculiar features of the advertising campaign in tourism are regarded. The recommendations for the promotion of tourist products are given.*

**Keywords:** *advertising, advertising campaign, tourism, tourist products*

Реклама, по определению Ф. Котлера, является неличной формой коммуникаций, осуществляемых посредством платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования. В сфере туризма она способствует продвижению товаров и услуг, созданию информированности о них. Реклама позволяет эффективно продвигать туристические продукты и способствует увеличению объема их продаж.

Рекламная кампания любого туристического продукта строится исходя из его особенностей и имеет ряд своих. Рекламная кампания в туризме носит неличный характер, так как информация до потенциального потребителя доносится через СМИ, телевидение, радио. Реклама в туризме имеет одностороннюю направленность, сигналы обратной связи поступают лишь в форме конечного поведения потенциального клиента [4, с. 26]. Также факт приобретения туристского продукта зависит от большого количества факторов, часто не имеющих отношения к рекламе, носящих субъективных характер, поэтому измерить эффективность рекламы очень сложно.

Однако, мы провели исследование влияния товарной рекламы на продвижение отдельного турпакета, с целью разработать дальнейшие рекомендации по созданию рекламы для туристических фирм. Наше исследование важно для анализа эффективности используемых рекламных материалов и обращений. Они позволяют понять, что именно привлекло потребителя в рекламе турпакета и как повлияло на его конечный выбор. Исследование проводилось для специфичного читинского рынка, к особенностям которого относится то, что наиболее платежеспособная часть населения края не имеет права выезжать за границу.

Объектом исследования выбрана летняя рекламная кампания туристического агентства «Магеллан». Оно расположено в г. Чита, поэтому его клиентами преимущественно являются жители Читы и Забайкальского края. Агентство специализируется на выездных турах, но также предлагает и внутренние туры по России. Реклама, которую использует агентство, является местной или локальной, т. е. ограничивается небольшой территорией и небольшим охватом.

Была рассмотрена летняя рекламная кампания, действовавшая с апреля по июнь 2018 г. включительно. Кампания была направлена на продвижение отеля Swandor Hotels & Resorts 5\*, расположенного во Вьетнаме, в туристическом пакете с вылетом из Читы.

Отель Swandor Hotels & Resorts 5\* входит в группу отелей под брендом Swandor. Отели этой цепи располагаются

в Турции, Греции, Египте, Таиланде и Вьетнаме. Все отели, объединенные под этим брендом, независимо от звездности отличаются высоким качеством обслуживания. Особенным предложением отеля является питание по системе UAI – «ультра всё включено». Система «ультра все включено» включает в себя завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин по системе шведский стол, большой выбор сладостей и закусок, а так же безалкогольные и алкогольные напитки местного производства и некоторые импортные напитки. Эти отели предлагаются только туроператором Pegas Touristik.

Задачами этой рекламной кампании были: информирование о наличии туров с перелётом из Читы во Вьетнам, продвижение пакетного тура в отель Swandor Hotels & Resorts 5\* в туристическом пакете с вылетом из Читы и как результат привлечение клиентов в агентство и продажа туров во Вьетнам.

ООО «Магеллан» для продвижения пакета выбрало формат товарной аудиовизуальной рекламы и использовало следующие средства распространения: рекламу на телевидении и рекламу в супермаркетах. Видеосообщение включало виды Вьетнама, фотографии отеля, его название крупными буквами, телефон агентства и позиционирование отеля как отеля для семейного отдыха во Вьетнаме и лучшее предложение этого сезона. Также в оформлении использовались фирменные цвета туроператора Pegas Touristik (оранжевый, синий, белый), торговый знак туроператора и логотип агентства «Магеллан». Аудиоряд также позиционировал отель, перечислял его достоинства, такие как новизна, питание «ультра всё включено» и акцентировал внимание на перелёте из Читы. Заканчивается реклама призывом к действию: «Звони и бронируй 71-10-10!».

Стоимость изготовления рекламного ролика составляет 5 тыс. руб. Размещение на телевидении обошлось в 60 тыс. в месяц при ежедневном показе. Размещение в супермаркетах стоило 30 тыс. в месяц. Итого за три месяца рекламной кампании было потрачено 275 тыс. руб.

Было выявлено, что за июнь и июль 2018 г. входящие звонки с просьбой рассказать про рекламируемый отель составили 36% от всего входящего потока. При этом часть зво-

нивших просто спрашивала «отель из рекламы», не запомнив его названия. Всего 70 % звонивших интересовалась турами во Вьетнам с вылетом из Читы. Дать достоверную статистику по количеству обратившихся в офис продаж лично не представляется возможным.

В период июнь-июль 2018 года агентством было продано 103 турпакета во Вьетнам, средней стоимостью 200 тыс. руб., что составляет 36 % от всех обращений по телефону. Из них в отель Swandor Hotels & Resorts 5\* только 13 турпакетов. Агентство получило за два месяца продаж турпакетов по этому направлению 1,442 тыс. без учета налогов и других расходов. Для сравнения за этот же период было продано 40 туров в Таиланд с вылетом из Читы и Иркутска. Таким образом, стоимость затрат на рекламную кампанию длительностью в три месяца составляет всего 20 % от прибыли, полученной за два месяца бронирования. Однако, прибыль с продажи тура в отель Swandor Hotels & Resorts 5\* составила всего 182 тыс. Эта сумма даже не покрывает расходов на рекламную кампанию.

Таким образом, можно сделать вывод, что товарная реклама в данном случае не выполнила задачу продвижения отдельного товара. Однако, отлично сработала для привлечения внимания к предложению туров с вылетом из Читы и дестинации в целом.

Исходя из полученных результатов, были разработаны следующие рекомендации по продвижению турпродуктов:

1. Использовать аудиовизуальную рекламу как средство информирования об отдельных услугах, входящих в туристический пакет.

2. Для продвижения отдельных туристических пакетов рекомендуется использовать бесплатные площадки для размещения рекламы и нерекламные методы.

3. Использовать товарную рекламу как средство привлечения внимания к отдельной дестинации.

По результатам проведенной работы делаем заключение, что товарная реклама не является достаточной в случаях, когда необходимо продвижение на рынке комплексного турпро-



дукта, однако, является эффективным средством для продвижения отдельных услуг, входящих в состав туристического продукта.

Результаты данной работы применимы для рекламной кампании любого турагентства в Забайкальском крае, которое занимается выездными турами.

#### ***Список литературы***

1. Дурович А. П. Реклама в туризме: учеб. пособие. Минск: Новое знание, 2008. 254 с.
2. Лиханова В. В. Реклама в туризме: учеб. пособие. Чита: ЗабГУ, 2015. 172 с.
3. Тихонова Г. Ю., Гиниятова Е. В. Реклама в туризме: курс лекций. Томск: Томский политехнический ун-т, 2014. 118 с.
4. Swandor Hotels and Resorts [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.swandorhotels.com/ru/> (дата обращения: 11.09.2018).

**УДК 379**

***Инна Александровна Колесникова,***  
*канд. пед. наук, доцент,*  
*Северо-Кавказский федеральный университет,*  
*г. Ставрополь, Россия*

***Елена Владимировна Баранникова,***  
*магистрант,*  
*Северо-Кавказский федеральный университет,*  
*г. Ставрополь, Россия*

### **Лидерский потенциал руководителя организации**

*Описаны тенденции развития туризма, связанные с проблемой управления туристскими организациями; определены особенности процесса управления в туристской деятельности; выделены профессиональные и личностные требования к руководителю туристской организации; обозначены составляющие лидерского потенциала руководителя туристской организации, а также составляющие его успешной реализации.*

***Ключевые слова:*** туризм, туристская деятельность, руководитель туристской организации, процесс управления, система управления, профессионально-важные качества, квалификационные требования, личностный потенциал

**Inna Aleksandrovna Kolesnikova,**  
*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,  
North-Caucasus Federal University,  
Stavropol, Russia*

**Elena Vladimirovna Barannikova,**  
*Master's Degree Student,  
North-Caucasus Federal University,  
Stavropol, Russia*

## **Leadership Potential of the Head of an Organization**

*The article describes the trends in the development of tourism related to the problem of management in tourist organizations; identifies the features of the management process in tourism activities; identifies professional and personal requirements for the head of a tourist organization; identifies the components of the leadership potential of the head of the tourist organization, as well as the components of its successful implementation.*

**Keywords:** *tourism, tourist activity, head of tourist organization, management process, management system, professionally important qualities, qualification requirements, personal potential*

Растущая тенденция к неопределенности внешней среды турбизнеса, процессы протекающие на внутреннем туристическом рынке, политика государства в отношении современного туристского бизнеса требует от предприятий туриндустрии разработки соответствующих обстановке систем управления и требований к личностно-профессиональным характеристикам как руководителя туристской организации, так и его персонала [5].

Туризм является специфической областью деятельности людей, требующей обязательного управления, в этой связи проблема кадрового состава в сфере туризма сегодня осознается на всех уровнях: от высшего руководства, до руководителей туристских организаций и их персонала. Все это объясняется пониманием того, что экономическая эффективность туристской организации напрямую зависит от качества процесса управления [4; 8], качества обслуживания, которые определяются уровнем профессиональной компетентности персонала и личностного потенциала руководителя турорганизаций.

Обобщенный опыт работы российских и зарубежных организаций (С. М. Бычкова, И. Б. Дуракова, А. Я. Кибанов, О. В. Кузьмина, Л. Н. Позднякова, О. П. Федянина, В. О. Филатова и др.) формулирует основную цель системы управления персоналом – сопровождение планирования и организации кадров, их эффективное использование, профессионально-личностное и социальное развитие. Базой для построения системы управления персоналом считаются принципы, закономерности, методы и т. д., разработанные наукой и апробированные практикой [1]. Достаточно большое количество руководителей предприятий СКСиТ пытаются в практической деятельности использовать опыт управления различных отраслей экономики, забывая, что сфере туризма характерны специфические черты, иногда затрудняющие применение управленческих технологий, успешно зарекомендовавших себя в других отраслях [7, с. 96]. Поэтому процесс управления и повышения производительности организации в сфере туризма должен опираться на ряд особенностей данной отрасли. К ведущим особенностям можно отнести: специфика турпродукта, особенности, характерные для системы «человек-человек» [4], особенности предоставления услуг (требования к профессионализму, личностным качествам персонала, к результативности отношений «продавец-потребитель»), специфика туристского спроса.

К настоящему времени сложилось два типа систем управления: первая система связана с долгосрочным стратегическим планированием, вторая – с быстрой реакцией на неожиданные изменения в окружении предприятия. В связи с банкротством туристских фирм за последние годы актуализируется проблема выбора эффективных стратегических решений в сфере туристского бизнеса на всех уровнях управления. Руководители туристского бизнеса вынуждены разрабатывать новые стратегии управления, учитывающие вероятность резких и неожиданных колебаний, заранее определять нестандартные пути выхода из кризисных ситуаций и закладывать возможности для уменьшения негативного влияния внешних факторов, которые вызывают стратегические неожиданности и приводят к изменениям конъюнктуры туристского рынка [3].

Все вышеописанные тенденции предъявляют особые требования к личности руководителя туристской организации, а точнее к его личностному потенциалу, под которым мы понимаем способности руководителя преумножить свои возможности на основе самодетерминации мотивации, поведения, личностных способностей и качеств. Основу личностного потенциала руководителя составляют его профессионально-важные качества, а также группа способностей, реализующая его управленческий потенциал (руководство коллективом, оценка, подбор персонала, определение стратегии организации и т. д.).

К качествам, характеризующим уровень предъявляемых профессией квалификационных требований к руководителю туристской организацией можно отнести: знание не менее двух иностранных языков; образование в области туризма; совокупность знаний ведущих направлений отдыха, курортов, специфики продаж в туризме, умение работать с персональным компьютером в различных информационных системах [2; 7].

Контент анализ различных исследований (Е. Ю. Мандрикова, В. Н. Марков, Н. А. Моисеенко, Л. О. Саакян, Н. Н. Тавилова и др.) позволяет констатировать, что в деятельности руководителей различных рангов прослеживается совпадение характеристик, позволяющих смоделировать ведущие качества руководителя: широкий кругозор, высокий интеллект, инициативность, деловая активность, адекватная самооценка, уверенность в себе и результатах своей управленческой деятельности, коммуникативная компетентность, организаторские способности, способность к принятию социальной роли, доминирование, эмоциональная стойкость, целеустремленность. К этим качествам мы предполагаем логичным добавить следующие особенности, составляющие потенциал руководителя турорганизации: возможности быстрой адаптации к новым условиям, преобладание мотивации к действиям, критичная оценка своих способностей и достижений, тайм-менеджмент, совпадение ценностных ориентаций личности и в профессии, готовность к инновациям, риску и т. д. Все перечисленные ка-

чества объединяются в стиль управления конкретного руководителя – совокупность способов, методов, приемов работы в профессиональной повседневной деятельности; виды действий по отношению к подчиненному персоналу для оказания на них влияния и побуждения к достижению цели организации. Стиль руководства – профессиональная характеристика руководителя.

На успешность реализации личностного потенциала руководителя туристской организации влияют опыт в профессии, способность к саморазвитию, стремление к повышению квалификации и т. д. [6].

#### *Список литературы*

1. Антифеева Т. А. Особенности разработки системы управления производительностью труда в туристских организациях Орловского региона // Социально-культурный потенциал региона: уникальность, приоритеты, инновации: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. А. В. Михайлина, Л. Н. Орлова, А. С. Рубаник. Орёл, 2018. С. 131–135.

2. Бурдюгова О. В., Шагалина Д. А. Специфика управления персоналом в туристских организациях // INTERNATIONAL INNOVATION RESEARCH: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2018. С. 169–173.

3. Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Проблема выбора эффективных управленческих решений в туристском бизнесе в условиях стратегических неожиданностей // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 2. С. 25–29.

4. Колесникова И. А. Туризм как субъект международного культурного обмена / Образовательный процесс как один из механизмов повышения уровня функционирования и развития рекреационных территорий и санаторно-курортных комплексов страны: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. С. 128–131.

5. Колесникова И. А., Тапешкина С. А. Инновационные стратегии туристских организаций // Проблемы туризмоведения: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. по туризмоведению. Ростов н/Д.: ЮФУ, 2014. С. 181–185.

6. Колесникова И. А., Толбатовская Е. Г. Функции научных исследований в практике социально-культурного сервиса и туризма // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2016. Т. 10, № 2. С. 52–54.

7. Тапешкина С. А., Колесникова И. А. Проблемы профессионального образования в сфере сервиса и туризма // Проблемы, опыт и пер-

спективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы II Междунар. науч.-практ. интернет-конф. / под ред. О. А. Лях. Чита, 2015. С. 95–99.

8. Тапешкина С. А., Колесникова И. А. Проблемы подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма // Проблемы и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы I Всерос. науч.-практ. интернет-конф. / под ред. О. А. Лях. Чита, 2013. С. 182–186.

**УДК 388**

***Дарья Сергеевна Колпакова,***

*студентка,*

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

*г. Москва, Россия*

### **Страхование в туризме**

*В условиях резкого увеличения потока туристов страхование становится важнейшим условием безопасности отдыха, это неотъемлемая часть страховых компаний. В последние годы отмечается заметный рост числа страховых случаев, особенно тяжелых и дорогих, включая смертные исходы и необходимость репатриации тела к постоянному месту жительства.*

**Ключевые слова:** туризм, страхование, безопасность отдыха, страховые компании, страховой случай

***Daria Sergeevna Kolpakova,***

*Student,*

*Russian Academy of National Economy and Public Administration  
under the President of the Russian Federation,*

*Moscow, Russia*

### **Travel Insurance**

*In the conditions of a sharp increase in the flow of tourists, insurance becomes the most important condition for the safety of rest, it is an integral part of insurance companies. In recent years, there has been a marked increase in the number of insurance claims, especially severe and expensive, including deaths and the need to repatriate the body to a permanent place of residence.*

**Keywords:** tourism, insurance, rest safety, insurance companies, insurance case

Insurance in the field of tourism is a special type that provides insurance protection of property (material) interests of citizens during tourist trips, trips, shopping tours, etc. This applies to risky types of insurance, the most characteristic feature of which is their short duration (not more than 6 months), a large degree of uncertainty about the time of occurrence of the insured event and the consequences of possible damage (loss) [2].

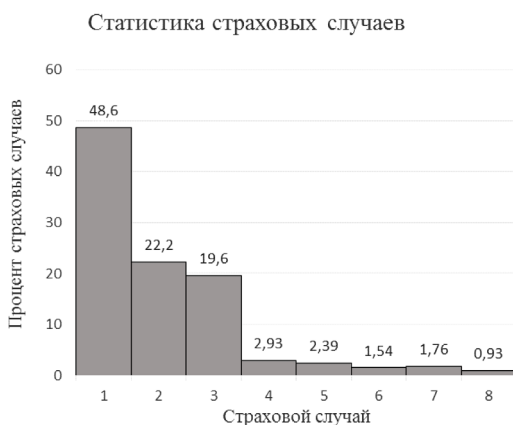
The essence of insurance, like any other economic category, is expressed in its functions.

Features of insurance in tourism are:

- riskiness (probability of accidents). Stay of tourists in various exotic, extreme and unusual places for them, where it is often difficult to foresee the presence of factors unfavorable for the health of tourists;

- short duration of travel;

- uncertainty of occurrence of insurance claims. Insurance cases are seasonal: their maximum number usually falls on the summer – autumn season (colds, various injuries, gastrointestinal problems). It is considered more calm winter-spring season (the percentage of injuries mainly in ski resorts) [7].



**Fig. 1.** Statistics of insured events

1 – colds; 2 – various injuries; 3 – poisoning; 4 – skin allergic reactions; 5 – insect, snake and animal bites; 6 – vascular diseases; 7 – acute toothache; 8 – other insured events, including death; the diagram is based on the materials [4]

Insurance has ancient roots. Thus, ancient merchants, travelers and sailors created mutual aid departments to protect themselves from risks and disasters. In 1652, Edward Lloyd opened a cafe in London Harbor, where sailors discussed issues related to the safety of travel and freight transport. This was the reason for the emergence and development of the insurance company. Today, Lloyd is the de facto legislator of global insurance standards. Lloyd is the name of the world famous insurance corporations with annual revenues of around 700 million Fund, which insures absolutely everything [1].

In the USSR in 1921 created the company Gosstrakh. In 1947 part of the state has been allocated a legal person – foreign insurance (Ingosstrakh).

In 1988, joint-stock insurance companies began to appear. Currently, more than 1,300 insurance companies and the Association of insurance companies have been established in Russia.

The undisputed leaders in the Russian insurance market are Rosgosstrakh, founded by the Ministry of state property management, and Ingosstrakh, formed as a joint-stock company [3].

But which insurance companies are the most effective in the Russian tourism market? If we rely on the feedback of the participants of the tourism market [5], it becomes clear that such a company as Zetta is the leader in this market. This organization provides full protection from all the troubles that can happen in the journey, and therefore becomes a leader.

But recently, due to the economic situation, we are faced with the bankruptcy of companies in the tourism sector. Hence the need for travel protection and insurance. Association of tour ASSISTANCE-Association of tour operators in the field of outbound tourism. The main objective of the Association: to provide emergency assistance to Russian tourists abroad who are in an emergency situation due to the financial insolvency of the tour operator, and since January 2017. Due to the entry into force of the Federal law № 49-FZ dated 02.03.2016 «On amendments to certain legislative acts of the Russian Federation in order to improve the legislation regulating tourist activities» [8], the Association of tourist ASSISTANCE has additional functionality in terms of the formation of personal liability funds.



Association of tourist ASSISTANCE has existing cooperation agreements with the all-Russian Union of insurers, Rosaviatsia, the National Association of information and tourism organizations, as well as links the tourism business and government agencies. Over the past period, effective cooperation has been established with the Federal Agency for tourism, the Ministry of foreign Affairs of the Russian Federation, the Ministry of culture of the Russian Federation, the Ministry of emergency situations of the Russian Federation and Russian consulates abroad [6].

#### *Список литературы*

1. Ваш электронный гид. История страхования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.egid.info/news/2011/01/29/19/> (дата обращения: 27.09.2018).

2. Гвозденко А. А. Страхование: учебник. М.: Проспект, 2006. 464 с.

3. История развития страхования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.strahovikst.ru/373-istorija-razvitija-strahovanija.html> (дата обращения: 27.09.2018).

4. Крючкова В. Н. Туристическое страхование в РФ и его особенности [Электронный ресурс]. М., 2015. С. 137–139. Режим доступа: <https://www.moluch.ru/conf/econ/archive/132/7168/> (дата обращения: 26.09.2018).

5. Отзывы о страховой компании «Зетта Страхование» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.banki.ru/insurance/responses/company/zettastrahovanie> (дата обращения: 28.09.2018).

6. О «Турпомощи» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourprom.ru/page/o-turpomoschi> (дата обращения: 29.09.2018).

7. Сущность и принципы страхования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.knowledge.allbest.ru/bank/c-2c0a65625a3ac68a5d53a88421216c27.html> (дата обращения: 26.09.2018).

8. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» от 02.03.2016 № 49-ФЗ (посл. ред.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_194702/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194702/) (дата обращения: 16.09.2018).

**Ирина Евгеньевна Лилиенталь,**

*канд. пед. наук, доцент,  
Северо-Кавказский федеральный университет,  
г. Ставрополь, Россия*

**Татьяна Валерьевна Пешкова,**

*магистрант,  
Северо-Кавказский федеральный университет,  
г. Ставрополь, Россия*

### **Профессионально-личностное развитие руководителя организации**

*Описаны особенности туристической деятельности с точки зрения требований к профессионально-личностному развитию руководителя туристской организации, представлен краткий обзор основ теории профессионально-личностного роста, дано его определение, представлены компоненты, возможности, некоторые тенденции профессионально-личностного развития руководителя туристской организации.*

**Ключевые слова:** туристская деятельность, руководитель туристской организации, профессиональные требования, личностные качества, профессиональное развитие, личностное развитие, компоненты, возможности, тенденции развития

**Irina Evgenievna Lilienthal,**

*Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor;  
North Caucasus Federal University,  
Stavropol, Russia*

**Tatyana Valeryevna Peshkova,**

*Master's Degree Student,  
North Caucasus Federal University  
Stavropol, Russia*

### **Professional and Personal Development of the Head of the Organization**

*The features of tourism activities are described from the point of view of the requirements for professional and personal development of the head of a tourist organization, a brief overview of the basics of the theory of professional and personal growth is presented, its definition is given, components, possibilities, and some tendencies of professional and personal development of the head of a tourist organization are presented.*

**Keywords:** tourist activity, head of a tourist organization, professional requirements, personal qualities, professional development, personal development, components, opportunities, development trends

Туристическая деятельность представляет собой особый вид профессиональной деятельности, основное предназначение которой составляет обеспечение посредничества между государством, туристской организацией, потребителем; она полифункциональна и предполагает реализацию профессиональных действий, нацеленных на удовлетворение потребностей человека к путешествиям, саморазвитию и т. д.; а также она предъявляет особые требования к руководителю, персоналу в туристской индустрии, его профессиональным качествам, поведению, особенно в плане повышения профессионального мастерства. Профессионально-личностное развитие является необходимым условием успешности руководителя туристской организации, а соответственно и самой турфирмы на рынке туристических услуг [3].

Теоретические основы проблемы профессионально-личностного развития руководителя туристской организации заложены в рамках психодинамического, дифференциально-диагностического подходов, теорий решения, развития акме-профессионального становления, управления, в концепции профессионализации и т. д. (Б. Г. Ананьев, Е. А. Климов, Л. М. Митина, Э. Роу, Х. Томэ и мн. др.). Согласно представлениям ученых объектом развития выступает личность (руководитель), а основанием его развития – процессы ее саморазвития и самореализации. Самопознание основанное саморефлексии считается толчком с саморазвитию (трактуются как начало (И. Кант), как центр всей человеческой мудрости (Г. Лессинг)).

Профессионально-личностное развитие в различных работах рассматривают в качестве повышения профессиональной компетентности руководителя (как результат освоения профессиональных ЗУН, совокупность качеств личности, позволяющих наиболее эффективно выполнять профессиональную деятельность), им принято обозначать высокий уровень профессионализма.

Для эффективного процесса управления руководитель туристской организации должен обладать качествами, знаниями, умениями и навыками:

– определяемыми профессиональной сферой деятельности организации (в нашем случае – туристская): полученное образование, опыт работы в туристской индустрии соответствие требованиям квалификации и др.;

– относящимися к сфере руководства человеческими ресурсами и не зависящими от направлений деятельности организации (личностные ресурсы, качества, способности и т. д.) [5].

Профессиональные качества характеризуют руководителя с точки зрения его как специалиста, профессионала, а личностные отображают ресурсные возможности, уровень развития способностей, качеств и т. д.

Профессионально-личностное развитие руководителя туристской организации это:

– управляемый личностный, профессиональный, карьерный рост;

– процесс непрерывного осмысления собственной профессиональной деятельности, способов ее осуществления, прогноз результатов, реализация в ней своей субъектной позиции [2; 4].

Профессионально-личностное развитие основывается на учете: личностных возможностей; профессиональных требований, объединяемых востребованными возможностями руководителя туристской организации. Основой профессионально-личностного развития руководителя выступает потребность в саморазвитии (личностный рост, самообразование, профессиональное самосознание, профессиональное мастерство, профуспех) [4].

Т. И. Власова [1] определила компоненты профессионально-личностного развития специалиста в сфере туризма: базовые основания его личности (профессиональное сознание и самосознание, профессионально-ценностные ориентации, профессионально-обусловленные качества личности); его виды готовности к 1) профессиональной деятельности, 2) к развитию и саморазвитию.

Профессионально-личностное развитие – динамичный, целенаправленный процесс, который протекает весь период профессиональной деятельности руководителя туристской организации.

Достижению цели профессионально-личностного развития руководителя туристской организации способствует усиление его направленности на основе актуализации мотивов личностного и профессионального саморазвития [2]. Актуализация потребности в профессиональном-личностном развитии руководителя туристской организации осуществляется на основе «каскадных оценки»: 1) личностных качеств и профессиональных ЗУН (знаний, умений, навыков), 2) разработанного плана личностно-профессионального роста (формулирование личных и профессиональных целей, целей дополнительного обучения, оценка их доступности и прогноз достижения; согласование ближайших и дальних целей, определение их преимуществ и способов преодоления препятствий и т. д. Наиболее эффективными в плане профессионально-личностного развития признаны курсы повышения квалификации, участие у различных формах интерактивной деятельности, самообразование и др.

Ведущими тенденциями профессионально-личностного развития руководителя туристской организации можно считать: взаимообусловленность формирования профессиональной и личностной составляющих; непрерывность, целостность, целенаправленность профессионально-личностного развития, ее психолого-педагогическая поддержка [1; 2; 5]; внедрение акмеологических механизмов в систему подготовки специалистов сферы туризма [1].

#### *Список литературы*

1. Власова Т. И. Профессионально-личностное развитие специалиста в системе непрерывного профессионального образования: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.08. М., 2001. 270 с.
2. Колесникова И. А., Лилиенталь И. Е. Подготовка современного специалиста в системе многоуровневого образования // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. 2015. № 2. С. 90–95.
3. Колесникова И. А. Туризм как субъект международного культурного обмена // Образовательный процесс как один из механизмов повышения уровня функционирования и развития рекреационных территорий и санаторно-курортных комплексов страны: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. С. 128–131.

4. Колесникова И. А., Тапешкина С. А. Инновационные стратегии туристских организаций // Проблемы туризоведения: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Ростов н/Д.: ЮФУ, 2014. С. 181–185.

5. Лилиенталь И. Е., Колесникова И. А. Возможности психологической поддержки личности в становлении субъектности студентов // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2015. № 4. С. 181–185.

6. Тапешкина С. А. Проблемы подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма // Проблемы и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы I Всерос. науч.-практ. интернет-конф. / под ред. О. А. Лях. Чита, 2013. С. 182–186.

**УДК 005.21:640.412**

***Алла Вениаминовна Полякова,***

*канд. техн. наук, доцент,*

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

*г. Донецк, ДНР*

### **Организация услуг аутсорсинга в гостинице**

*В статье рассмотрена проблема организации и управления процессами аутсорсинга в малых и средних гостиничных предприятиях. Предложена последовательность проведения согласованных процессов, лежащих в основе организации аутсорсинговой деятельности в гостинице с учетом рекомендаций международных стандартов серии ИСО-9000-2015, которая позволит улучшить запланированный результат.*

**Ключевые слова:** *аутсорсинг, процессный подход, уровень качества, планирование, организация, управление, удовлетворение потребителей*

***Alla Veniaminovna Polyakova,***

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,*

*Donetsk National University of Economics*

*and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,*

*Donetsk, DPR*

### **The Organization of Outsourcing Services in a Hotel**

*The article deals with the problem of organization and management of outsourcing processes in small and medium-sized hotel enterprises. The*

*sequence of coordinated processes underlying the organization of outsourcing activities in the hotel, taking into account the recommendations of international standards ISO-9000-2015, which will improve the planned result, is given.*

**Keywords:** *outsourcing, process approach, quality level, planning, organization, management, consumer satisfaction*

Систематическое выполнение требований и постоянное удовлетворение всевозрастающих потребностей потребителей ставят перед предприятиями гостиничного бизнеса ряд серьёзных задач, требующих незамедлительного решения. В условиях имеющейся острой конкуренции в сфере гостиничной индустрии особенно сложно приобрести преимущества, позволяющие сохранить своих потребителей, малым и средним средствам размещения. Мощность материально-технической базы таких предприятий не позволяет организовать все необходимые структурные подразделения, которые бы собственными силами осуществляли все виды работ по жизнеобеспечению хозяйствующего объекта, а также, обеспечивали бы управление и контроль над процессами. Во избежание проявлений несоответствий, связанных с возможным снижением уровня достигнутого качества, предприятия могут решить для себя данную проблему, прибегнув к практике аутсорсинга. Выполнение части функций, возложенных на гостиничное предприятие, с помощью специалистов работающих в других компаниях, позволит средству размещения освободить необходимые ресурсы и сконцентрироваться на формировании конкурентных преимуществ. Как любая иная деятельность аутсорсинг нуждается в планировании, разработке, организации, реализации, контроле и анализе.

Целью данной работы является изучение процессов связанных с организацией и управлением услуг аутсорсинга в гостиничном предприятии.

Малые и средние гостиницы вынуждены конкурировать с крупными гостиничными гигантами не имея собственной широкой инфраструктуры в силу ограниченных материальных возможностей, однако ни в коей мере не должны уступать в уровне комфорта и качестве обслуживания. Известно, что

аутсорсинг позволяет повысить эффективность предприятия в целом и использовать освободившиеся организационные, финансовые и человеческие ресурсы для развития новых направлений или для концентрации усилий, не требующих повышенного внимания. Функции гостиницы связанные с организацией безопасности, инженерно-технического обеспечения предприятия, обслуживания имеющегося оборудования, с оказанием некоторых бытовых, транспортных услуг, а также с маркетинговой и бухгалтерской деятельностью могут быть переданы малыми гостиницами другим компаниям, которые специализируются на данных видах деятельности. И если руководство гостиничного предприятия обоснованно принимает решение прибегнуть к услугам компании-аутсорсера с целью упразднения в своей организационной структуре некоторых подразделений и сокращения штата сотрудников, необходимо чётко представить тот формат взаимодействия и алгоритм действий, который позволит экономить средства и не создаст проблем с уровнем качества оказываемых услуг.

В свете современного представления менеджмента качества в данном случае следует использовать рекомендации международных стандартов серии ИСО-9000-2015 «Системы менеджмента качества», где реализация одного из принципов менеджмента качества «процессного подхода» позволит достигнуть понимания путей достижения намеченных результатов, организовывать и управлять взаимосвязями и взаимозависимостями между процессами, определяющими реализацию стратегии предприятия [1].

При организации аутсорсинговой деятельности важно провести комплекс работ по обоснованию, определению результативности и ожидаемых преимуществ, а также прогнозированию возможных несоответствий и проявлению рисков. На рисунке 1 представлена блок схема организации и управления услугами аутсорсинга.





*Рис. 1.* Организация и управление услугами аутсорсинга

Учитывая этапы реализации аутсорсинг-проекта, следует сосредоточиться на ключевых процессах, последовательных действиях и прогнозируемых выходах в системе последовательных операций.

Установленная последовательность проведения согласованных процессов по организации аутсорсинговой деятельности в гостинице и в дальнейшем её реализации, позволит осуществлять контроль над эффективностью проводимых работ, оценивать результативность и обеспечивать управление запланированными процессами, компанией-аутсорсером в том числе. Детализация деятельности также учитывает основные факторы, которые оказывают влияние на тип и степень управления процессами аутсорсинга, а, следовательно, и на качество конечного продукта [2]. Определение необходимой степени контроля и управления аутсорсингом в зависимости от специфики процессов, переданных на выполнение сторонним организациям, обеспечит согласованность действий и подключение при необходимости корректирующих мероприятий, направленных на улучшение.

Таким образом, четко и правильно спланированный и разработанный процесс аутсорсинга в гостинице позволит получить большие выгоды: снизить затраты, сосредоточиться на основных видах деятельности, выполнить требования потребителя и других заинтересованных сторон, избежать несоответствий при сертификационном и инспекционном аудитах, повысить качество продукции и обеспечить конкурентоспособность организации.

#### *Список литературы*

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. М.: Стандартинформ, 2015. 24 с.
2. Марцынковский Д. А. Процессы аутсорсинга в СМК: степень управления, анализ рисков // Компетентность. 2009. № 4. С. 40–47.

**Никита Сергеевич Пушин,**  
магистрант,

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Сувенирная продукция как средство территориального маркетинга**

*В статье рассматривается сувенирная продукция как средство развития территориального маркетинга и необходимые меры для брендирования сувенирной продукции. Целью исследования является рассмотрение сувенирной продукции в качестве узнаваемости региона.*

**Ключевые слова:** сувенирная продукция, туризм, брендинг, Ленинградская область

**Nikita Sergeevich Pushin,**  
Master's Degree Student,

*Saint-Petersburg State University of Culture and Arts,  
St. Petersburg, Russia*

### **Souvenirs as a Means of Territorial Marketing**

*The article discusses souvenir products as a means of developing territorial marketing and the necessary measures for branding souvenirs. The purpose of the study is to consider souvenirs as a factor of region recognition.*

**Keywords:** souvenir products, tourism, branding, Leningrad region

Одним из важных составляющих элементов экономики турпродукта является сувенирная продукция. Хорошо подобранные и разработанные сувениры продвигают территориальный туризм. Каждый турист желает вспомнить, как он хорошо провел время, будь то отпуск, учеба или командировка. Именно сувенирная продукция служит воспоминанием для таких людей. Помимо этого, родственники или знакомые, увидевшие сувенир, который сумеет заинтересовать их, пожелают так же посетить то место, откуда был привезен продукт.

Слово сувенир в переводе с французского языка означает память, воспоминание. Соответственно, сувенирная продукция является напоминанием, вещью, которую связывают с памятью о месте.

История сувениров берёт свое начало с возникновения человеческого общества. Самые первые сувенирные изделия были созданы из природных материалов. Они обрабатывались, приобретали форму, а затем украшались. Изначально они создавались из металла, дерева и глины. Из этих материалов создавались статуэтки, куклы и посуда. В дальнейшем появляются подвески и медальоны. Уже ближе к 19 веку появляются первые рекламные сувениры. Так в 1845 году был издан первый календарь. Появляются сувенирные ручки, тетради, блокноты и т. п.

В настоящее время многие фирмы выделяют огромные денежные средства и большое количество времени для продвижения бренда фирмы. Одним из инструментов, как раз, являются сувениры. В основном, запатентованный логотип отображается на таких вещах, как кружки, платки, полотенца, сумки, ручки, календари и множество других вещей. В последующем, такой сувенир предоставляется в качестве подарка на различных мероприятиях, будь то выставки, ярмарки, семинары, совещания и другие подобные мероприятия. Так же подобные сувениры продаются в магазинах, прилавках и киосках.

Не смотря на все это, в последнее время, значимость сувенирной продукции заметно снизилась. К самому продукту изменился подход: сувенир стал вещью, которая мало значит и которая должна быть у каждого региона и компании только потому, что так принято [2].

Актуальность статьи заключается в том, что на сегодняшний день развитие сувенирной продукции является приоритетным направлением в туризме. Необходимость брендирования сувенира для продвижения в туристской сфере является бесспорной.

Сувенир, созданный в качестве брендирования марки, должен нести за собой тот же смысл, что и вся коммуникативная активность самого бренда. То есть сувениры, как и реклама, должны в первую очередь способствовать формированию и поддержанию нужного представления о целях, задачах и выгодах конкретного бренда. Поэтому отношение к сувенирной продукции надо менять [1].

На всероссийской конференции «Региональные туристские бренды – синергия успеха», которая прошла 16 ноября 2017 года, директор департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Торговой промышленной палаты РФ И. А. Коротин отметил, что мощным фактором продвижения регионов служат, именно, туристские бренды, так же они создают условия для привлечения инвестиций и последующего развития бизнеса [6].

На той же конференции было отмечено членом комитета совета Федерации по социальной политике, председателем экспертного совета по туризму при комитете совета Федерации по социальной политике И. В. Фоминым, что в России проблемой маркетингового продвижения территории является отсутствие комплексного подхода [6].

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурных технологий Самарской государственной академии культуры и искусств Н. А. Барабанова в своей статье отметила, что туристский сувенир имеет функциональную сущность, которая, в свою очередь, обеспечивает удовлетворение потребностей туристов [5].

Её коллега, М. А. Корецкая, представляет сувенир как телесно организованную мнемотехнику, что означает, что сувенир является свидетельством о состоявшемся. Она отмечает необходимость сувенира, как напоминания о том, что кусок страны остался в собственности туриста. «Некоторые сувениры кажутся специально придуманным предметным языком, «записывающим» географию жизни: дешёвые штампы эйфелевых башен, голландских домиков и венецианских масок собирают уютную пыль биографии» [4].

Сувениры, на которых изображена региональная символика, выступают в качестве инструмента распространения необходимой информации о крае, месте и времени. Следовательно, сувенирная продукция является неким предметом и выполняет рекламно-информационную функцию. На сегодняшний день, благодаря социальным сетям, средствам массовой информации, можно получить любую необходимую информацию об интересующей территории, не выходя из дома,

но не стоит забывать старую истину, которая присутствует в туристской практике: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Поэтому регион, который принимает туристов, должен предоставлять широкий выбор ассортимента сувенирной продукции, которая выполняется местными мастерами, фабриками и ремесленниками. С другой стороны производство туристического сувенира должно придерживаться истории, тематики и стиля региона, а так же должен быть понятным и своего рода простым.

Так же сувениры влияют на социально-экономическую функцию. Создаются дополнительные рабочие места на сувенирном производстве (фабриках, ремесленных мастерских, сувенирных магазинах, дизайнерских классах и т. д.). Помимо этого, туристы привозят в регион свой капитал, что улучшает экономическую ситуацию на территории и в стране в целом.

Подводя итог, учитывая высказывания специалистов, приведенные выше, можно отметить всю необходимость разработки туристских сувениров как рекламно-информационный ресурс. При создании таких сувениров нужно придерживаться комплексного подхода, а символика должна придерживаться идеи и тематики региона, которого она представляет.

#### *Список литературы*

1. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. М.: Вильямс, 2005. 704 с.
2. Тамберг В. В., Бадьин А. В. Боевая машина бизнеса. М., 2005. 240 с.
3. Чудинов А. Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. СПб.: Изд. книгопродавца В. И. Губинского, 1910. 1004 с.
4. Корецкая М. А. Сувенир // Вестник Самарской гуманитарной академии. Сер. Философия. Филология. 2008. № 1. С. 38–43.
5. Барабанова Н. А. Функциональная сущность туристского сувенира [Электронный ресурс] // Концепт. 2014. Т. 20. С. 4126–4130. Режим доступа: <http://www.e-koncept.ru/2014/55090.htm> (дата обращения: 20.09.2018).
6. Савенко О. А. Туристские бренды – мощный фактор продвижения регионов, развития бизнеса и привлечения инвестиций [Электронный ресурс] // Торгово-промышленная палата Российской Федерации. 2017. Режим доступа: <https://www.tpprf.ru/ru/news/turistskie-brendy-moshchnyy-faktor-prodvizheniya-regionov-razvitiya-biznesa-i-privlecheniya-investits-i214986> (дата обращения: 21.09.2018).

УДК: 388

*Дарья Романовна Тюн,*

*студентка,*

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

*г. Москва, Россия*

### **Экскурсионный туризм и художественные музеи мира**

*В исследовании анализируется процесс развития мирового туризма, рассматриваются цели туристических поездок и составляется рейтинг самых посещаемых музеев мира.*

**Ключевые слова:** *мировой туризм, экскурсионный туризм, рейтинг, художественные музеи*

*Daria Romanova Tyun,*

*Student,*

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

*Moscow, Russia*

### **Excursion Tourism and Art Museums of the World**

*The study analyzes the development of world tourism, discusses the purpose of tourist travel and compiles a ranking of the most visited museums in the world.*

**Keywords:** *world tourism, exertion tourism, rating, art museums*

Как известно мировой туризм начал стремительно развиваться в 50-е годы XX века, когда закончилась Вторая Мировая война и международные отношения стали развиваться в мирном русле. Для того, чтобы оценить темп развития международного туризма, стоит сравнить главные показатели его развития: число туристов (представлено в млн человек) и поступления от туризма, то есть сколько денег туристы оставили в своих поездках (представлено в млрд \$). Для наглядности стоит представить эти данные в виде столбчатой диаграммы (см. рис. 1).



**Рис. 1.** Динамика роста числа туристов и поступлений от них за 65 лет  
Составлено автором по нескольким источникам [1]

Анализируя данные, представленные в диаграмме можно сделать вывод о том, что с каждым годом количество туристов стремительно возрастает, следовательно, популярность туризма увеличивается. Так для чего же люди путешествуют? В зависимости от цели самой поездки выделяется множество видов туризма: паломнический, событийный, гастрономический, медицинский и т. д. Например, событийный туризм связан с проведением конкретного мероприятия, в посещении которого заинтересован турист. Целью рекреационного туризма является отдых: восстановление духовных и физических сил человека. Именно такой вид туризма является наиболее распространенным и массовым. Достаточно часто во время отдыха люди также становятся частью экскурсионного туризма, так как посещают различные достопримечательности, выставки и художественные музеи. Какие же музеи наиболее популярны среди туристов? Проанализируем самые посещаемые художественные музеи мира. Для этого рассмотрим следующий рейтинг.

10 самых посещаемых музеев мира [2]:

1. Лувр. Париж, Франция.

Общее число посетителей: 7 400 000.



2. Метрополитен-музей. Нью-Йорк, США.  
Общее число посетителей: 7 006 859.
3. Британский музей. Лондон, Великобритания.  
Общее число посетителей: 6 420 395.
4. Национальная галерея. Лондон, Великобритания.  
Общее число посетителей: 6 262 839.
5. Музеи Ватикана. Ватикан.  
Общее число посетителей: 6 006 649.
6. Тейт Модерн. Лондон, Великобритания.  
Общее число посетителей: 5 839 197.
7. Национальный музей императорского дворца. Тайбэй, Тайвань.  
Общее число посетителей: 4 665 725.
8. Национальная художественная галерея. Вашингтон, США.  
Общее число посетителей: 4 261 39.
9. Государственный Эрмитаж. Санкт-Петербург, Россия.  
Общее число посетителей: 4 119 103.
10. Центр искусств королевы Софии. Мадрид, Испания.  
Общее число посетителей: 3 646 598.

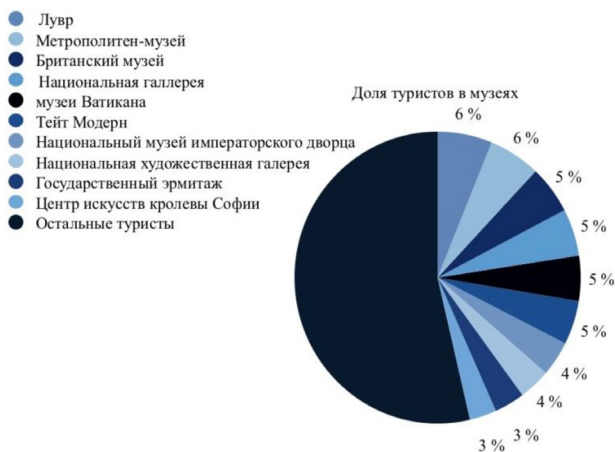


Рис. 2. Доля туристов в музеях мира

Данная диаграмма показывает, что экскурсионный туризм на данный момент является достаточно популярным и развивающимся видом туризма. Огромное значение при этом имеют художественные музеи. Особенно хочется отметить тот факт, что в последний рейтинг, который мы взяли за основу, входит наш российский музей. И это связано, прежде всего, с увеличением туристического потока как внутреннего, так и международного туризма.

#### ***Список литературы***

1. Максаковский В. П. Географическая картина мира [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.e-reading.club/home.aspx> (дата обращения: 20.09.2018).
2. Отчеты UNWTO [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourlib.net/wto.htm> (дата обращения: 12.09.2018).
3. Сетевое издание «Вести. Экономика (vestifinance.ru)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru/articles/85793> (дата обращения: 12.09.2018).
4. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourlib.net/wto.html> (дата обращения: 12.09.2018).

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

УДК 338.48; 339

*Ольга Анатольевна Бабанчикова,  
канд. экон. наук, доцент,  
заведующий кафедрой туристского бизнеса,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Традиции и индивидуальность – актуальный тренд в туризме и новые перспективы для развития семейного бизнеса в сфере гостеприимства**

*В данной статье проведен анализ актуальных тенденций развития туристского бизнеса, предпринята попытка сформулировать новые потребительские предпочтения туристов, обозначены факторы, влияющие на развитие семейного бизнеса в индустрии гостеприимства.*

***Ключевые слова:** актуальные тренды развития туризма, семейный бизнес в индустрии гостеприимства, интернет-ресурсы*

***Olga Anatolievna Babanchikova,***  
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of Tourism Business,  
St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,  
St. Petersburg, Russia*

### **Traditions and Individuality – the Current Trend in Tourism and New Prospects for the Development of Family Business in the Field of Hospitality**

*This article analyzes current trends in the development of tourism business, attempts to formulate new consumer preferences of tourists, identifies factors affecting the development of family business in the hospitality industry.*

**Keywords:** *current trends in tourism development, family business in the hospitality industry, internet-resources*

Организация объединенных наций определила развитие туризма как одну из основных целей в области устойчивого развития на период до 2030 года [1]. По данным ООН, туризм обеспечивает рабочие места, а также способствует развитию местной культуры и производству местных продуктов.

Согласно отчету WTTC «Economic Impact Report 2017», в 2016 году сектор путешествий и туризма вырос на 3,3 %, составив 7,6 трлн. долл. США во всем мире, что составляет 10,2 % от мирового ВВП. Сектор поддерживал в общей сложности 292 миллиона рабочих мест в 2016 году, что составляет 1 из 10 всех рабочих мест в мире.

Дэвид Скоузил, президент WTTC, отметил, что шестой год подряд сектор путешествий и туризма опережает глобальную экономику, демонстрируя свою устойчивость и стремление людей продолжать путешествовать и открывать новые места, несмотря на наличие экономических и политических проблем во всем мире [2].

Драйвером революционных изменений мировой туристической индустрии, произошедших в последние годы, стало активное развитие цифровых технологий [3]. Происходит сближение поставщиков туристических услуг и потребителей. Развитие онлайн-технологий и соответствующих предложений активизирует спрос, формирует потребительские привычки.

Можно выделить несколько актуальных трендов в развитии туризма:

1. Поиск новых направлений. В связи с избыточным количеством туристов в популярных городах, путешественники все чаще ищут более самобытные направления, в которых так же интересно, как и в больших городах, но меньше людей и ниже цены.

На уровне дестинации этот тренд можно назвать – борьба с овертуризмом. Если раньше городские власти мечтали о том, как бы привлечь в город больше туристов, то сейчас они стремятся перенаправить поток туристов в менее популярные направления [4].

Именно развитие семейного бизнеса в сфере гостеприимства позволяет отвлечь туристов от популярных туристских центров и обратить их взгляд в сторону небольших городов.

Однако для успешного развития туризма в небольших городах необходима грамотная маркетинговая стратегия продвижения территории на туристском рынке. Одной из современных технологий является муниципальный маркетинг, который направлен на более эффективное и выгодное для города использование имеющихся ресурсов с целью повышения конкурентоспособности на основе удовлетворения спроса целевых групп потребителей [5].

2. Следующий тренд связан с растущей популярностью гастрономического туризма. Если раньше путешественники стремились попасть в самые известные рестораны, то будущее гастротуризма не за дорогими ресторанами. Туристам интереснее посещать местные рынки и сидеть за одним столом с местными жителями у них в гостях, что теперь легко превратить в жизнь с помощью таких сайтов, как EatWith и Meal Sharing [6].

Останавливаясь в семейных отелях или гостевых домах, турист может в полной мере ощутить местный колорит и попробовать гастрономические изыски региона. Здесь опять же важна последовательная работа по продвижению гастрономического бренда территории. Это может быть как отдельный продукт, так и гастрономическое событие.

3. Стремление познавать мир в путешествии эмпирическим путем, пытаться понять образ жизни и ценности местного населения, погружаясь в местную культуру. Ресурс аренды жилья Airbnb теперь помогает и в организации досуга. Раздел с «впечатлениями» на Airbnb растет в 13 раз быстрее, чем главный и изначальный бизнес сервиса [7].

4. В тренде отказ туристов от опеки, то есть желание самостоятельно осваивать новые для себя места, выходя из зоны комфорта. В этом путешественникам существенно помогают все те же информационные технологии – благодаря обширному перечню приложений, смартфон теперь это и навигатор, и переводчик и даже эксперт по вину.

Во владельцах жилья путешественники хотят видеть местных жителей, которые будут доступны для решения необходимых вопросов, но не навязчивы, а 10 % опрошенных предпочтут вообще не взаимодействовать с ними [8].

Наиболее приемлемым каналом продвижения гостевых домов являются уже упомянутые онлайн-сервисы.

Распространение онлайн-сервисов, позволяющих быстро и без посредников арендовать жильё, поссорило жителей крупных городов с властями и отельерами. В августе 2015 года мэр города Барселоны обрушилась с критикой на Airbnb и Booking.com. Она заявила, что Интернет-сервисы не должны становиться способом обхода законов и быть прикрытием для нелегальной сдачи жилья туристам. Жители Барселоны присоединились к негодованию и провели несколько акций протеста. Для избежания дальнейших налоговых споров и судебных разбирательств Airbnb планирует заключить налоговые соглашения с властями 700 городов присутствия [9].

5. Совмещение работы с путешествиями. С хорошим доступом Wi-Fi практически по всему миру, при развитии мессенджеров для корпоративного общения и онлайн-инструментов для управления проектами, стало возможным работать вне офиса.

6. Все перечисленные тренды как нельзя лучше иллюстрируют формирование новых вкусов у современных туристов – это желание окунуться в традиционную жизнь страны,

в которую они приехали и отказ от типового массового турпродукта в пользу индивидуального путешествия, основанного на личных предпочтениях. И семейный бизнес в сфере гостеприимства может полностью удовлетворить эти потребности.

Для изучения правовых аспектов организации индивидуальных средств размещения для туристов был проведен сравнительный анализ правил ведения подобной предпринимательской деятельности в России и Италии.

Проанализировав источники, можно сделать вывод, что итальянцы всё чаще сдают в аренду свой «второй дом» не только для того, чтобы заработать. В настоящее время владеть недвижимым имуществом в Италии и не использовать его по назначению, то есть не проживать в нем постоянно, является роскошью, которую лишь немногие могут себе позволить. Правительство в последние годы значительно повысило налогообложение на вторичную недвижимость.

Сейчас уже третья часть объявлений на Airbnb размещают владельцы двух и более квартир, которые, по сути, стали конкурентами гостиничного бизнеса. В связи с чем, в Италии вступили в силу новые правила для итальянских пользователей сервиса Airbnb, по которому владельцев квартир приравняли гостиницам. Согласно новому «закону о туризме» (2015 г.) владельцы квартир, зарегистрированные на портале Airbnb, будут вынуждены выполнять те же требования, что и отели: регистрировать прибытие гостей, оповещать полицейский участок и взимать налог за проживание, который пойдет в комму-ну. Ранее у владельцев домов, сдающих жилье туристам, не было никаких обязательств перед налоговой и полицией. Кроме того, по новому закону деятельность хозяина жилья должна быть нерегулярной. Для владельцев гостиниц новость стала первым шагом к более прозрачной конкуренции.

Такие же тенденции наблюдаются и в России. Аренда средств размещения у местных жителей совсем не новое явление и у нас в стране, но нормативная база этого явления изменилась.

Индивидуальные средства размещения должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 55817 – 2013 «Услуги средств

размещения. Общие требования к индивидуальным средствам размещения», где прописаны обязательные и рекомендуемые требования к оснащению как самого дома, так и территории.

В соответствии с определением, данным в указанном стандарте, индивидуальные средства размещения – средства размещения, используемые физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, для временного проживания и предоставления услуг средств размещения [10].

Можно сдавать жильё как физическое лицо, а с полученных средств платить 13 % налогов и каждый год подавать декларацию по форме 3-НДФЛ. Если сдача квартиры станет основным источником дохода, необходимо открыть ИП с упрощённой схемой налогообложения.

Каждый иностранец, приезжающий в Россию, должен быть зарегистрирован по месту пребывания. Это входит в обязанности принимающей стороны: отеля или, как в нашем случае, собственника апартаментов. При отсутствии регистрации штраф выписывается не только нарушителю, но и компании, по приглашению которой он приехал.

Подводя итог можно сделать следующие выводы: семейный бизнес в индустрии туризма – это очень перспективное и социально значимое явление, крупные предприятия туристской индустрии и частники не должны находиться в конфронтации. Для обеих сторон выгодно интегрировать свои усилия и предлагать туристу совместный продукт, который будет полностью удовлетворять его запросы. Необходимо развиваться и оперативно адаптироваться к современным условиям. Кроме всего прочего семейный бизнес – это гарантированное трудоустройство для молодёжи, которая вовлечена в процесс с самого детства. Каждому новому поколению не нужно начинать своё дело с нуля, у них есть готовый бизнес, который необходимо поддерживать и развивать.

#### *Список литературы*

1. Шилова А. Э., Лубкова Э. М., Мазурова М. А. Нормативно-правовое регулирование в Российской Федерации: от международного до национального уровня // Экономика и предпринимательство. 2017. № 4–1. С. 174–179.



2. WTTC: Туризм поддерживает 1 из 10 рабочих мест, опережая глобальную экономику шестой год подряд [Электронный ресурс] // EREPORT.RU. Мировая экономика. Режим доступа: <http://www.ereport.ru/news/1703211212.htm> (дата обращения: 22.09.2018).

3. Клейман А. А., Бабанчикова О. А. Проблемы и перспективы развития туристского рынка в условиях цифровой экономики // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч.-практ. интернет-конф. Чита: ЗабГУ, 2017. С. 127–135.

4. Тревел-тренды 2018 года. Ч. 1 [Электронный ресурс] // 34travel.me – интернет-журнал для независимых путешественников. Режим доступа: <https://www.34travel.me/post/travelclever-trends-2018> (дата обращения: 18.09.2018).

5. Кирьянко А. В. Использование инструментов муниципального маркетинга в реализации конкурентных преимуществ городов: автореф. ... канд. экон. наук. [Электронный ресурс] // Научная библиотека диссертаций и авторефератов. Новосибирск, 2009. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/ispolzovanie-instrumentov-munitsipalnogo-marketinga-v-realizatsii-konkurentnykh-preimushches#ixzz5Ti14AO1O> (дата обращения: 09.09.2018).

6. Туристические тренды в 2018 году [Электронный ресурс] // Hoteliernews – гостиничные новости. Режим доступа: <https://www.hoteliernews.ru/turisticheskie-trendy-v-2018-godu> (дата обращения: 10.09.2018).

7. Глава Airbnb рассказал о своем новом сервисе [Электронный ресурс] // Forumdaily. Режим доступа: <http://www.forumdaily.com/glava-airbnb-rasskazal-o-novom-servise-puteshestvij/> (дата обращения: 12.09.2018).

8. Главные тенденции путешествий [Электронный ресурс] // National Business. Режим доступа: <http://www.nb159.ru/rubric/krasota-i-zdorove/glavnye-tendencii-puteshestvij> (дата обращения: 23.09.2018).

9. Как Airbnb и подобные ему онлайн-сервисы изменили рынок аренды жилья [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://tranio.ru/articles/kak\\_airbnb\\_i\\_podobnye\\_emu\\_onlayn-servisy\\_izmenili\\_rynok\\_arendy\\_zhilya\\_4965](https://tranio.ru/articles/kak_airbnb_i_podobnye_emu_onlayn-servisy_izmenili_rynok_arendy_zhilya_4965) (дата обращения: 20.09.2018).

10. ГОСТ Р 55817-2013. Услуги средств размещения. Общие требования к индивидуальным средствам размещения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru/document/1200107623> (дата обращения: 12.09.2018).

**Регина Ильдусовна Махмутова,**

*студентка,*

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*

*г. Уфа, Россия*

### **Разработка инновационного терминала регистрации в сфере гостиничной индустрии**

*В статье раскрывается смысл внедрения автоматизированного терминала регистрации в гостиничной индустрии. Дается характеристика разновидностей терминалов, принцип их работы. Делается вывод, что внедрение данной инновации будет способствовать повышению эффективности работы гостиничного предприятия, а также сделает процедуру регистрации максимально простой и удобной для клиентов.*

**Ключевые слова:** *инновационные технологии, терминал регистрации, системы автоматизированного управления, гостиничное предприятие*

**Regina Ildusovna Makhmutova,**

*Student,*

*Ufa State Petroleum Technological University,*

*Ufa, Russia*

### **Development of an Innovative Registration Terminal in the Sphere of Hotel Industry**

*The article reveals the meaning of the introduction of an automated registration terminal in the hotel industry. The characteristic of the terminal types, the principle of their work is given. It is concluded that the introduction of this innovation will help to increase the efficiency of the hotel business, and also make the registration procedure as simple and convenient for customers as possible.*

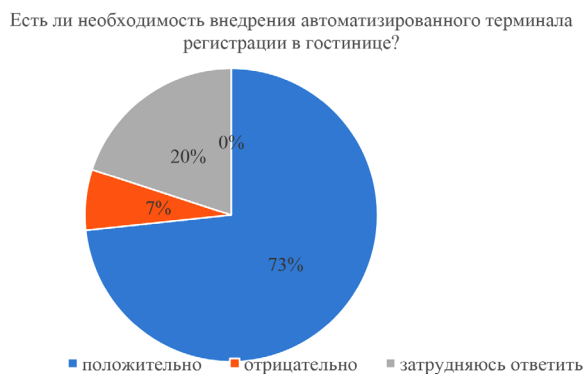
**Keywords:** *innovative technologies, registration terminal, automated control systems, hotel enterprise*

Инновационные системы актуальны для изучения, поскольку на сегодняшний день гостиничный бизнес является одной из самых динамично развивающихся отраслей. Важнейшим условием развития гостиничного бизнеса и решением финансовых проблем, как свидетельствует опыт успешных

гостиничных сетей, является обслуживания на основе инновационных достижений. Преобразование деятельности ряда предприятий гостиничного сервиса и активное внедрение инновационных новшеств будут содействовать повышению их имиджа.

Гостиницы и отели заинтересованы во внедрении и освоении инноваций, поскольку это позволяет данным предприятиям получить конкурентное преимущество. В некоторых случаях возможна ситуация, при которой гостиницы получают инновационные разработки, заказывая их у специализированных исследовательских организаций. Чаще всего это присуще международным сетевым гостиницам, которые имеют возможность вкладывать большие суммы в данные разработки.

Сегодня трудно представить себе отель, в котором тысячи задач по ежедневному ведению бизнеса велись бы вручную. В настоящее время основная инновация в сфере систем электронного управления это интернет-технологии. На российском рынке такими системами являются Opera, Fidelio, Eritome PMS. Среди зарубежных систем наиболее известные Libra OnDemand, ProHotel [1]. Внедрение терминалов регистрации необходимо, так как они упрощают систему регистрации и сокращают время.



*Рис. 1.* Социологический опрос

В ходе соцопроса, проведенного среди студентов Уфы, приняло участие 30 человек. В результате опроса было выявлено (см. рис. 1):

- 73 % респондентов считают, что внедрение автоматизированного терминала регистрации является целесообразным;
- 20 % опрошенных затрудняются ответить;
- 7 % участников выступили против.

Анализ полученных в результате социологического опроса данных позволяет сделать вывод о достаточной степени доверия к внедрению нововведений.

Для упрощения обслуживания гостей в крупных отелях, были разработаны следующие виды оборудования. Терминал (киоск) VisitorControl – простое и технологичное решение для самостоятельной регистрации посетителей и автоматической выдачи пропуска. Позволяет существенно разгрузить бюро пропусков и минимизировать очереди посетителей.

Модель «Премиум» имеет стильный тонкий корпус, настраиваемую контурную подсветку и специальную покраску с лаковым покрытием (см. рис. 2), стоимость данной модели – 310 450 рублей [2].

Терминал позволяет посетителю самостоятельно находить на себя заявку, вводить данные и получать пропуск – в том числе посетитель может:

- принимать согласие на обработку персональных данных (опция);
- указывать подразделение компании, куда направляется посетитель (опция);
- самостоятельно сканировать документ в терминале (опция);
- указывать ФИО или ПИН-код для поиска заявки на посетителя;
- делать фотографию с веб-камеры терминала (опция).

Преимущества внедрения самостоятельной регистрации посетителей:



*Рис. 2.* Терминал VisitorControl Premium

- высокий уровень безопасности (может быть проведена проверка подлинности документов, так же посетитель может быть проверен по черному списку);

- эффективное бюро пропусков (терминал выполняет те же функции, что и ресепшенист, так же он может заменить ресепшениста в выходные дни или во внерабочее время);

- быстрота обслуживания (получение пропуска занимает 30 секунд);

- имидж компании;

- интеграция с системами контроля доступа.

Терминал Check.Invend (см. рис. 3), стоимость данной модели – 780 000 рублей.



**Рис. 3.** Терминал CHECK.INVEND

Преимущества:

- быстрота обслуживания (регистрация гостя займет минуту);

- различный способ оплаты: принимает наличные, выдает сдачу купюрами 100, 500, 1000 рублей или монетами;

- безопасная оплата – ввод пин-кода при оплате. Ответственность берет на себя банк, а не отель;

- безопасность (проверяет паспорт на подлинность; фото-сканер распознает паспортные данные за 5 секунд);

- печатает фискальный чек в соответствии с Ф3-54;

- совместим с ПО отеля (Opera Enterprise Solution Suite 8 (Fidelio), IC ОТЕЛЬ Epitome, Logus HMS);

- быстрое выселение (достаточно сдать ключ-карту обратно в терминал);

- простое подключение (нужна только розетка и интернет кабель).

Затраты на реализацию такого проекта составят от 200 до 800 тысяч рублей. Один терминал заменит 1–2 администраторов.

страторов. Самая дорогая версия терминала – 780 000 рублей. Годовое обслуживание – всего 24 000 рублей в год. Для обслуживания гостей при работе по сменам в 2/2, 1/3 необходимо 3 человека. Их зарплата 25 000 рублей + отпускные, больничные и праздники = 44 800 рублей. Умножаем на три человека и на 12 месяцев. Получаем расходы в 1 612 800 в год.

Следовательно, данные терминалы будут эффективны в использовании как для крупных гостиничных сетей, так и для небольших гостиниц. Приведем пример: крупное гостиничное предприятие организует конференцию с большим количеством человек, при регистрации происходит столпотворение и суматоха, поэтому применение терминала регистрации является необходимым, чтобы минимизировать очереди и ускорить процедуру регистрации. Благодаря широкому ассортименту терминалов, предприятия могут закупить их в зависимости от своих возможностей.

В заключение можно сказать, что в целом использование инновационных технологий позволяет повысить комфорт гостей во время пребывания в гостинице, что в свою очередь повышает лояльность клиентов, эффективность работы и престиж гостиницы, а также её конкурентоспособность в регионе. Нововведение будет способствовать привлечению гостей, что скажется на увеличении продаж гостиничного предприятия.

#### *Список литературы*

1. Инновации в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.hotelline.ru/technology\\_article.php?news\\_cid=540&news\\_id=641](http://www.hotelline.ru/technology_article.php?news_cid=540&news_id=641) (дата обращения: 30.09.2018).
2. Терминалы для регистрации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.securityrussia.com/skud/terminaly/> (дата обращения: 30.09.2018).

**Ирина Ивановна Старкова,**

*канд. социол. наук, доцент,  
Бурятский государственный университет,  
г. Улан-Удэ, Россия*

**Мария Александровна Фролова,**

*студентка,  
Бурятский государственный университет,  
г. Улан-Удэ, Россия*

### **Проблемы организации безбарьерного туризма для лиц с нарушениями слуха**

*В статье рассматриваются проблемы организации безбарьерного туризма для лиц с нарушениями слуха как потребителей туристского продукта. Выделены различные сложности, с которыми лица с нарушениями слуха сталкиваются на этапе планирования и организации тура.*

**Ключевые слова:** *безбарьерный туризм, люди с ограниченными возможностями, лица с нарушениями слуха*

**Irina Ivanovna Starkova,**

*Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor;  
Buryat State University,  
Ulan-Ude, Russia*

**Maria Alexandrovna Frolova,**

*Student,  
Buryat State University,  
Ulan-Ude, Russia*

### **Problems of Organizing Barrier-Free Tourism for People with Hearing Impairments**

*The article deals with the problems of organizing barrier-free tourism for people with hearing impairments as consumers of a tourist product. The various difficulties that hearing impaired people face during the planning and organization of the tour are highlighted.*

**Keywords:** *barrier-free tourism, people with disabilities, people with hearing impairments*

Безбарьерный туризм является актуальной формой, которая позволяет реализовать права на отдых и доступ к туристским объектам различных категорий граждан, а также лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе лиц с нарушениями слуха.

Уровень развития безбарьерного туризма и доступности к туристским объектам, совершенство правовой базы является характерной чертой социального и экономического развития той или иной страны. В России, как и в мире в целом, происходит постоянное увеличение числа инвалидов, старение населения и растет необходимость в доступной инфраструктуре, а также совершенствование нормативной и правовой базы в области туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Данные Всемирной организации здравоохранения насчитывают примерно 360 миллионов человек страдающих глухотой или нарушением слуха: из них 165 млн чел. в возрасте старше 65 лет, 32 млн слабослышащих, глухих – дети младше 15 лет.

Инвалиды с нарушениями слуха подразделяются на три категории:

1. Глухие (ранооглохшие) – потерявшие слух с рождения, до начала речевого развития или на ранних его этапах. К этой группе относят людей с такой степенью потери слуха, которая ограничивает возможность естественного восприятия и самостоятельного овладения речи.

2. Слабослышащие (тугоухие) – частичная потеря слуха. По глубине нарушения слуха при тугоухости можно выделить четыре степени – легкую, умеренную, значительную и тяжелую.

3. Позднооглохшие «глухие, сохранившие речь» (Р. М. Боскис, 1971) – потерявшие слух после формирования речи. Различается степень нарушения слуха и уровень сохранности речи, так как без специальной педагогической направленности речь начинает распадаться.

Безбарьерный туризм – это относительно новое направление туризма, представляющее собой функционал организаций предприятий туристической индустрии, специализирующиеся на развитии и продаже комплексного туристского продукта, отвечающего потребностям лиц с ОВЗ, а также людей, сопровождающих их.

Организация безбарьерного туризма для лиц с нарушениями слуха, имеет ряд проблем:



– отсутствие законодательной базы, которая регулировала бы взаимоотношения между людьми с ограниченными возможностями здоровья, государством и представителями бизнеса;

– недостаточная информированность работников туристской индустрии и предпринимателей, в вопросах, касающихся экономической привлекательности предоставления туруслуг для лиц с нарушениями слуха;

– недостаток или отсутствие туристской инфраструктуры, позволяющей людям с нарушениями слуха пользоваться различными туруслугами;

– нехватка информационных ресурсов, позволяющих получать достоверную информацию о возможностях безбарьерного туризма в России;

– отсутствие эффективной региональной инвестиционной политики в области туризма для лиц с ограниченными возможностями, в частности для лиц с нарушениями слуха.

Основная проблема людей с нарушениями слуха как потребителей туристского продукта заключается в том, что они сталкиваются с различными сложностями сразу же на этапе планирования и организации туристского путешествия/тура:

1. Людям с ограниченными возможностями не просто получить информацию о туристских услугах, так как адаптированных источников для них мало. Вместе с этим также имеются барьеры со стороны сотрудников, работающих в сфере туризма. Плохая подготовленность менеджеров показывает, что они плохо представляют правила поведения с лицами с нарушениями слуха, им трудно определить потребности лиц с нарушениями слуха и как соответственно, возникают проблемы с удовлетворением их нужд.

2. Наличие внутреннего/эмоционального барьера, т. е. негативная реакция окружающих, которые вводят в состояние стресса человека с нарушениями слуха, это может быть любопытство, насмешка, гиперопека, страх, жалость и т. д. А также эмоции самого человека с нарушениями слуха: жалость к себе, стремление изолироваться, недоверие к социуму и т. д.

3. В России нет законодательно-правовой базы, программы развития социального туризма на федеральном уровне. Предпринимались попытки организовать для людей с ограниченными возможностями обычные экскурсионные туры или выезды инвалидов по принципу «спасение утопающих». Недоступность медико-социально-культурной среды, неприспособленность транспортных средств, плохая подготовка сотрудников культурно-досуговых и туристских учреждений к работе с данной категорией туристов, недостаток информации о турпродукте, странах, регионах и об их возможностях принимать людей с ограниченными возможностями здоровья.

4. Также существуют проблемы сурдоперевода, нет специально обученных экскурсоводов и программ туров, разработанных именно для людей с ограничением слуха, а также высокие цены на сам турпродукт.

Совокупность этих факторов вызывает недоверие лиц с нарушениями слуха к туристской отрасли. Возможность того, что люди с нарушениями слуха могут воспользоваться качественными туристскими услугами, например экскурсионными, в специально рассчитанном темпе и по маршруту, который адаптирован для них; размещаться в специально оборудованных гостиницах, и взаимодействовать с персоналом, который имеет навыки работы с такой категорией гостей, представляется маловероятной. Является очевидным, что негативный опыт лиц с нарушениями слуха это следствие малой изученности этого вида туризма, а также то, что в сфере безбарьерного туризма функционирует небольшое количество турпредприятий, а качественное удовлетворение нужд и потребностей лиц с нарушениями слуха пока остается проблематичным.

В Бурятии проживает около 1000 людей с ограничением или полным отсутствием слуха, как сообщают в республиканской клинической больнице. На сегодняшний день в Республике Бурятия предпринимаются меры по развитию безбарьерного туризма для лиц с нарушениями слуха. В 2018 году Художественный музей им. Ц. С. Сампилова и региональный

общественный фонд инвалидов-колясочников «Общество без барьеров» презентовали современное звуковое оборудование для проведения экскурсий посетителям с проблемами слуха – индукционной петли, которая помогает человеку, пользующемуся слуховым аппаратом, услышать речь экскурсовода.

В 2017 году при поддержке правительства Республики Бурятия для обеспечения доступности музея были приобретены планшеты. Через последние демонстрировались видеofilмы, дополненные сурдопереводом, что позволило людям с проблемами слуха впервые самостоятельно ознакомиться с постоянной выставкой Художественного музея имени Сампилова.

На сегодня возможности расширились за счёт дополнительно подготовленных 5 фильмов в рамках проекта «Доступный туризм Бурятии», поддержанного министерством социальной защиты населения региона. Фильмы созданы на основе передач «Сокровища музея имени Сампилова», изданных ГТРК «Бурятия». Автором серии передач является директор Национального музея республики Татьяна Бороноева. Картины, представленные в видео-гиде, отмечены специальным знаком «инвалид по слуху». Видео-гид на жестовом языке направлен на знакомство людей с проблемами слуха с творчеством бурятских художников, с произведениями, представленными в музейных залах. Размещённый на планшете видео-гид состоит из десяти видеofilмов длительностью около 15 минут по разделам постоянных экспозиций «Изобразительное искусство Бурятии», «Русское искусство конца XVIII – начала XX вв.». Видеofilмы снабжены звуковой дорожкой, рядом на жестовом языке.

В 2018 году в городе Улан-Удэ открыли круглосуточный колл-центр видео связи для поддержки слабослышащих, под названием «Мир на кончиках пальцев». Открыть центр хотели еще 2 года назад, но не было необходимой аппаратуры. Раньше люди с нарушениями слуха пользовались помощью восьми сурдопереводчиков, которые не успевали выезжать по всем вызовам. В итоге компьютер и телефоны выделили в Министерстве социальной защиты населения Республики Бурятия,

остальные расходы легли на плечи общественников. Теперь на помощь жителям республики с ограничением или полным отсутствием слуха пришли современные средства коммуникации. Они могут обратиться в любое время со своего телефона в колл-центр через Skype, Viber, WhatsApp, Вконтакте, Одноклассники, где им помогают сурдопереводчики. Сейчас в мечтах – расширить штат переводчиков, но для Бурятского регионального отделения Общероссийской общественной организации инвалидов «Всероссийское общество глухих» эта статья трат пока непосильна, так как к сожалению, финансовые вопросы решаются сложнее, чем социальные.

Проведенный анализ показал, что на данный момент в Республике Бурятия происходит развитие безбарьерного туризма. В частности для лиц с нарушениями слуха, оказывается поддержка для реализации прав на отдых и доступ к туристским объектам. Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. Безбарьерный туризм является одним из наиболее перспективных и актуальных направлений современной туристской деятельности. Слабая изученность направления безбарьерного туризма в России становится причиной неопределенности понятийного аппарата, и как следствие возникновения нарушения понимания самого термина.

2. Человек с нарушениями слуха представляет собой особую категорию потребителя туристских услуг, при предоставлении туристических услуг которому необходимо учитывать ряд особых требований к продукту по физическим, психологическим и медицинским показателям, кроме удовлетворения потребности такого туриста относительно туристского продукта. Подобная поддержка даст возможность не только привлечь новые туристские потоки, сформировать благоприятный имидж туристической индустрии в Республике Бурятия, но и поддержать лиц с нарушениями слуха в реализации их прав. Осваивание новой ниши позволит туристской отрасли получить новые источники дохода во время сложной экономической ситуации в стране и падении спроса на туристские

услуги. Таким образом, формирование условий для обеспечения доступности туристской инфраструктуры и услуг для лиц с нарушениями слуха является на сегодня одним из важных вопросов.

#### *Список литературы*

1. Магомедов Р. Р., Гордеев Р. М., Попова М. Р. Доступный «Безбарьерный туризм» для лиц с ограниченными возможностями здоровья // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1/1. С. 183–192.
2. Маньшина Н. Россия без барьеров, или перспективы развития туризма для инвалидов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sankurtur.ru/press/item/3000> (дата обращения: 05.10.2018).

## ВИДЫ ТУРИЗМА И СПОРТ

УДК 338

*Денис Николаевич Беспалько,  
канд. ист. наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

### **Потенциальные возможности и проблемы севера Забайкальского края в сфере развития индустрии охотничьего туризма**

*В статье рассматриваются вопросы, связанные с формированием охотничьего туризма на севере региона. В большинстве случаев отрасль развивается нелегально, качество оказываемых услуг находится на низком уровне. Биологические ресурсы расходуются неэффективно, без проведения биотехнических мероприятий, позволяющих горно-таежной зоне лесов в обозримом будущем восстановить свою целостность. Тем не менее, на основе действующих охотничье-промысловых комплексов существует возможность создания полноценных условий для организации специализированных охотничьих туров и привлечения любителей спортивной охоты.*

**Ключевые слова:** охотничий туризм, организация охотничьего тура, трофей, угодя, промысловый сезон

**Denis Nikolayevich Bepalko,**  
*Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

## **Potential Opportunities and Problems in the North of the Trans-Baikal region in the sphere of hunting tourism industry development**

*The article deals with the issues related to the formation of hunting tourism in the North of the region. In most cases, the industry is developing illegally, the quality of services is low, biological resources are spent inefficiently, without biotechnical measures that allow the mountain taiga forest zone in the foreseeable future to restore its integrity. Nevertheless, on the basis of existing hunting and fishing complexes there is a possibility of creating full-fledged conditions for the organization of specialized hunting tours and attracting fans of sports hunting.*

**Keywords:** *hunting tourism, organization of hunting tour, trophy, land, fishing season*

В Забайкальском крае охотничье-промысловое хозяйство в начале XXI в. претерпевает серьезные экономические и структурные изменения, движущие отрасль по пути медленного восстановления промхозов, созданных еще в прошлом столетии, так и формирования на социально-экономической платформе сложившихся промыслов основ охотничьего туризма. Проблем на этом пути возникает множество. Появление небольших экспериментальных хозяйств не всегда выдерживает натиск экономического давления со стороны крупных представителей бизнеса, ввозящих готовую продукцию из пушно-мехового сырья. Серьезное влияние оказывают и природно-климатические условия края. Поэтому, наиболее выгодной формой, сочетающей в себе многоотраслевое развитие охотхозяйственной территории с возможным предоставлением в ее пределах различного вида услуг, подкрепленных высоким уровнем сервисного обслуживания, будет охотничий туризм на базе действующих лесохотничьих и охотничьих хозяйств. Названный вид досуга является не чем иным, как одной из разновидностей спортивной охоты, известной всем

советским любителям осенне-зимнего промыслового сезона. Его развитие не требует создания узкоспециализированных угодий с большим штатом круглогодично задействованных сотрудников (значительная часть является сезонными рабочими) и соответствует стандартным нормам рыночной системы спроса и предложения. То есть, это организация лесного путешествия, в период открытия промыслового сезона, с целью добычи трофеев животного происхождения. На фоне низкой окупаемости труда большинства государственных охотхозяйств, охотничий туризм является прибыльной отраслью и может обеспечить поддержание того или иного промысла на плаву в период «не урожая» основных промысловых видов.

Наличие в Забайкалье уникальных охотничье-промысловых угодий может предоставить все возможности для развития данной отрасли туристической деятельности. Перспективными и пока слабо развитыми в этом плане, представляются северные районы: Каларский, Тунгокоченский и Тунгино-Олекминский. Их общая площадь составляет 150 тыс. км<sup>2</sup>, из которой около половины занимают высокопродуктивные охотничьи угодья [1, с. 66]. Каждый из них располагает огромным потенциалом для создания полноценного комплекса охотничьего туризма, с реализации услуг которого можно составить существенную статью доходов, как местному населению, так и бюджету районов. Промысловая фауна представлена благородными видами парнокопытных зверей, среди которых можно выделить лосей и изюбрей. В изобилии водятся косули, кабаны и другие травоядные. Из числа хищников выделяется медведь, россомаха, волк. Велики запасы пернатой дичи – глухарь, тетерев, рябчик, водоплавающей и болотной птицы [2, с. 122–123].

Экономика вышеназванных районов находится в упадке, поэтому часть населения на местах достаточно давно задействована в сфере предоставления разного рода услуг по обслуживанию охотничье-промысловых запросов, поступающих из краевого центра, других субъектов РФ и КНР. Это организация охотничьих туров абсолютно на все виды диких животных, в том числе, занесенных в красную книгу. Сезонность



предоставления услуг, как это должно быть по закону, соблюдается не всегда. В зависимости от спроса, действуют «туры» и в летний период времени. Все это существует в стихийной и нелегальной форме. С точки зрения действующего законодательства, ситуацию на рынке данного вида услуг можно приравнять к браконьерству и нарушению основ политики национальной безопасности по сохранению Госохотфонда [3]. Проблема, безусловно, имеет место быть от экономической безысходности и отсутствия достойного уровня жизнеобеспечения. Но отчасти, её можно решить как раз путём создания и развития практики охотничьего туризма, поскольку виды разрешенной охоты на территории охотничьих угодий Забайкальского края предусматривают проведение любительской и спортивной охоты. Можно предлагать её осуществление различными способами: загон, охота движущейся цепью, с подхода или подъезда на лодке, в сопровождении егеря с собакой и т. д. Каждый из перечисленных способов доставит массу незабываемых впечатлений.

Спрос на недорогие туристические услуги является постоянным, но районные администрации на севере уделяют этой отрасли мало внимания, недооценивая, таким образом, возможный потенциал охотничьего туризма как такового. Реализация в Забайкальском крае программы, активно внедряемой в жизнь на западе России, по привлечению охотников-любителей из других субъектов РФ, как впрочем, и своих собственных, оставляет желать лучшего. Приезжая в охотничьи угодья, туристы рассчитывают не только на великолепные трофеи, но и на высокий уровень обслуживания, интересное проведение досуга. Если осознать и правильно расставить приоритеты развития охотничьей отрасли туризма, то легко убедиться, что в программу тура можно включить не только охоту на животных, но и многочисленные услуги, предлагаемые на территориях охотничьих баз. Это аренда внедорожников и грузовых машин; верховых коней для более удобного выслеживания необходимого вида или совершения конной прогулки; аренда амуниции; баня; рыбная ловля в горных реках; сбор кедрового ореха, ягод, грибов; обучение установке самозарядных орудий

охоты; фотоохота; обучение навыкам разделки добытого животного; заказ чучела и т. д. Поэтому всё больше потребителей выбирают данный вид туризма для семейного отдыха.

Чтобы качественно изменилось отношение к последнему, необходимо легализовать его сферы обслуживания, создать механизмы справедливого распределения получаемых доходов от реализации деятельности групповых или индивидуальных туров, провести специальную рекламную акцию, объясняющую людям, что проще приобрести лицензию разрешающую охоту в зоне ответственности туроператора – аутфиттера, чем нарушать закон [4]. Представляется целесообразным создание информационной базы данных о культурно-исторических достопримечательностях севера региона, подробных описаниях действующих охотхозяйств с обязательным перечнем предоставляемых услуг, программ туров, специальных возможностей по организации индивидуальных запросов и т. д.

К сожалению, полноценных туроператоров, на легальной основе занимающихся организацией охотничьих туров, на севере края, нет. Тем не менее, спрос на данный вид услуг есть, поэтому их появление остается лишь вопросом времени. Основные проблемы, которые могут возникнуть у начинающих организаторов платных охотничьих туров, будут, скорее всего, заключаться в отсутствии практического опыта проведения подобного рода мероприятий и низкий уровень дополнительного обслуживания досуга. Сюда также относятся некомпетентность целевого оформления документов, разрешающих право на охоту въездным лицам из других субъектов РФ или иностранным гражданам; низкий уровень подготовки штатных сотрудников (набирать которых придется из числа местных жителей, не особо обременяющих себя поддержанием порядка в области вежливого обращения с клиентом) и т. п. проблемы.

Необходимо отметить, что немногочисленные северные охотхозяйства, на сегодняшний день обладают необходимыми техническими средствами и транспортом, оборудованными промысловыми участками – жилыми зимовьями, солонцами и прочей инфраструктурой, но не используют в полную силу свои ресурсы. В то время как большинство местных охотников, хорошо знающих возможности своих угодий, вместо их

максимальной эксплуатации в угоду высокому спросу на живсырье со стороны КНР, могли бы получать стабильный заработок, обслуживая запросы туристов и не разрушать окружающее наполнение таежного ландшафта.

Таким образом, при решении вышеназванных проблем, северные районы края могут реализовать следующие возможности: 1) появится новая отрасль туристической деятельности, привлекающая в регион людей и инвестиции; 2) местное население легализирует свои источники дохода и получит более широкие возможности для развития сферы услуг, изготовления и сбыта сувенирной продукции; 3) существенно сократится хищническое истребление фауны, поскольку это будет экономически невыгодно.

#### *Список литературы*

1. Беспалько Д. Н. Проблемы организации труда в охотничье-промысловом хозяйстве на севере Читинской области в 1930-х – начале 1950-х гг. // Genesis: исторические исследования. 2018. № 7. С. 66–76.

2. Материалы комплексного экологического обследования территории, обосновывающего придание этой территории статуса особо охраняемой природной территории федерального значения – национальный парк Кодар в Забайкальском крае. Чита, 2016. Т. 1. 285 с.

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 30.12.2015 г.).

4. Калинин И. Б. Правовое регулирование ресурсопользования. Томск: Изд-во науч.-техн. лит., 2001. 314 с.

**УДК 33.338**

*Денис Александрович Кравец,  
магистрант,*

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,  
г. Москва, Россия*

### **Чемпионат мира по футболу-2018 – индикатор развития туризма**

*Любое мировое спортивное соревнование, особенно Чемпионат мира по футболу или Олимпийские игры, вызывает помимо спортивного интереса всплеск туристического потока к той стране, которая*

*принимает и организывает данное мероприятие. Чемпионат мира по футболу-2018 года проходил в России в 11 городах. В данной статье объясняется, почему именно футбол привлекает так много зарубежных болельщиков и туристов; что было сделано с туристической точки зрения и как это благоприятно отразилось на городах-организаторах.*

**Ключевые слова:** туризм, футбол, Чемпионат мира, туристический поток, иностранные болельщики, туристические программы

***Denis Alexandrovich Kravets,***

*Master's Degree Student,*

*Russian Presidential Academy of National*

*Economy and Public Administration,*

*Moscow, Russia*

### **FIFA World Cup 2018 as an Indicator of Tourism Development**

*Any global sporting event, especially FIFA World Cup or the Olympic Games, is excited not only for sports interest, but it also increases tourist flow to the country, that hosts and organizes this competition. The 18<sup>th</sup> FIFA World Cup was held in Russia in 11 cities. This article explains why such kind of sport like football attracts so many foreign fans and tourists; what has been done for tourists and how this sporting event had a positive impact on the host cities.*

**Keywords:** *tourism, football, World Cup, tourist flow, foreign fans, travel program*

Футбол является одним из самых захватывающих и популярных видов спорта. Треть населения Земли старше 10 лет можно отнести к любителям футбола или лицам, которые с симпатией относятся к этой игре. В числовом показателе по последним данным это составляет 2,9 млрд человек. Во многих странах футбол – часть национальной культуры, а в некоторых даже предмет национальной гордости [2].

На стадион приходит десятки тысяч болельщиков в день матча и ещё больше зрителей собирается у экранов телевизоров. Главным турниром, который привлекает наибольшее внимание, является Чемпионат мира, куда квалифицируются и отбираются лучшие сборные, чтобы начать борьбу за кубок и определить победителя. Чемпионат мира по грандиозности

и доходности сравним с Олимпийскими играми. Футбол по своим объёмам (в стоимостных и физических показателях) не уступает никакому другому виду спорта, а в большинстве и превосходит.

Следовательно, проведение Чемпионата мира по футболу в какой-либо стране колоссальное событие, обладающие многими преимуществами, одно из которых – развитие туристической отрасли. Данное мероприятие влечёт за собой всплеск интереса у населения к спорту в целом и к спортивному туризму в частности [6].

Финальная часть 21-го Чемпионата мира по футболу прошла в России с 14 июня по 15 июля. Впервые турнир состоялся в Восточной Европе, а также на территориях сразу двух частей света – Европы и Азии. Игры чемпионата проходили на 12 стадионах в 11 городах. Ростуризм (Федеральное агентство по туризму) при помощи органов исполнительной власти в сфере туризма опубликовала туристические итоги Чемпионата мира 2018 в России [7].

Суммарное количество болельщиков и туристов, которые посетили во время проведения матчей города-организаторы, составило около 6,8 млн человек, среди которых 3,4 млн – иностранцы. Таким образом, данные города приняли более чем на 40 % больше, чем за тот же период прошлого года. Въездной поток в этих городах также вырос примерно на 50 %. Столицу России, Москву, посетили больше всего: 3 млн человек, из них почти 2 млн – гости из-за рубежа. Вызвано это тем, что в Москве проходили главные футбольные матчи турнира (полуфинал, финал), как для россиян, так и для иностранных болельщиков. Далее идут города: Санкт-Петербург – около 800 тыс. и Сочи – 795 тыс. По статистике наибольшее количество туристов оказалось из Китая, США и Германии [4].

Представители ФИФА дали оценку «отлично» проведённому Чемпионату миру 2018 по футболу, отметив качественную работу в обеспечении чемпионата первоклассной, ультрасовременной инфраструктурой и безопасной, гостеприимной окружающей средой. Зарубежные СМИ также хорошо оценили увиденное, о чём свидетельствовали их репортажи и ста-

ты, кроме того, чуть ли не самым важным моментом являются позитивные отзывы самих иностранных болельщиков, посетивших страну.

Для того, чтобы провести такой грандиозный турнир на высочайшем уровне и подарить незабываемые впечатления и эмоции любителям футбола был произведён ряд мер:

- выполнены необходимые условия для принятия болельщиков на объектах транспортной инфраструктуры;
- приведены в нормы объекты питания;
- проведена работа в гостиничных объектах: обучение персонала индустрии гостеприимства, гидов-переводчиков;
- созданы туристические маршруты и программы, соответствующие экскурсионное обслуживание;
- разработаны культурные, развлекательные и образовательные мероприятия [3].

Всего за время подготовки было построено новых 24 гостиницы категории от трёх до пяти звёзд. Общее количество отелей, задействованных к чемпионату, составило 183 отеля, из которых 39 обладают категорией «пять звёзд». Теперь не только Москва и Санкт-Петербург обладают необходимой гостиничной инфраструктурой, но и такие города, как Саранск, Волгоград, Калининград, Нижний Новгород и Ростов-на-Дону получили новые возможности для принятия и расселения туристов в будущем.

В регионах обновлены аэропорты и железнодорожные вокзалы, современные дороги и новые развязки. В целом расширена сеть авиамаршрутов, чтобы и в будущем действовало удобное транспортное сообщение городов-организаторов с зарубежными странами. Например, в Ростове-на-Дону появился первый в современной истории России построенный с нуля аэропорт, именуемый «Платов». Остальные аэропорты были реконструированы, в частности, после таких работ был открыт аэропорт Саранска.

За наземное перемещение болельщиков отвечала компания РЖД, которая отлично подготовила вокзальные комплексы в городах-организаторах и маршруты. Всего за время чемпионата успешно было перевезено около 2,6 млн пассажиров [5].

Очень большая работа была проведена по адаптации сервиса в гостиницах, аэропортах, вокзалах, ресторанах, музеях и других объектах и заведений под индивидуальные особенности болельщиков с самых разных стран или специфические потребности различных культур.

Кроме того, турнир положительно повлиял и на другие города, не входящие в так таковые города-организаторы: одним из таких является Крым. В перерывах между матчами, которые иногда достигали в несколько дней, футбольные болельщики ездили в Крым. Каждый преследовал свой интерес: кто-то приезжал, чтобы отдохнуть, кто-то с культурной целью, познакомиться с полуостровом, узнать его историю [1].

Подобные действия, которые направлены на обеспечение максимально комфортного и разнообразного пребывания болельщиков и туристов на территории городов, принимающих матчи турнира, послужат хорошей практикой и базой в обслуживании иностранных туристов и в дальнейшем, позволяя развивать туризм за пределами таких городов как Москва и Санкт-Петербург.

Чемпионат мира 2018 по футболу обеспечил для российской туристской отрасли долгосрочный эффект. Его наследие продолжает работать, способствуя росту как внутреннего, так и въездного турпотоков.

#### *Список литературы*

1. Белякова М. Ю., Журавлева Н. В., Иванова Н. Ю. Повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы услуг // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2016. № 48. С. 119–129.
2. Кравец Д. А. Некоторые особенности менеджмента английских футбольных клубов [Электронный ресурс] // Аллея Науки. 2018. № 9. Режим доступа: [http://www.alley-science.ru/domains\\_data/files/12Oktober2018](http://www.alley-science.ru/domains_data/files/12Oktober2018) (дата обращения: 30.09.2018).
3. Денисов А. 2018 год под знаком Чемпионата мира по футболу [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gia.ru/tourism/20180105/1512162750.html> (дата обращения: 23.09.2018).
4. Туристические итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/> (дата обращения: 22.09.2018).

5. Чемпионат мира по футболу-2018. Готовность [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.worldcup2018.tass.ru/articles/5267987> (дата обращения: 24.09.2018).

6. Бадальянц С. В., Лубашова А. А. Чемпионат мира по футболу-2018 и развитие туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sibac.info/studconf/econom/lx/90588> (дата обращения: 23.09.2018).

7. Чесалин М. Чемпионат мира по футболу-2018. Всё, что нужно знать о грандиозном турнире в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.championat.com/football/article-3461739-vsja-informacija-o-chempionate-mira-po-futbolu-v-rossii---2018.html> (дата обращения: 22.09.2018).

**УДК 338.48-2 (470.621)**

***Светлана Ивановна Лабинцева,***

*канд. с.-х. наук, доцент,*

*Майкопский государственный технологический университет,*

*г. Майкоп, Россия*

### **Ресурсный потенциал этнического туризма Республики Адыгея**

*В статье рассмотрен ресурсный потенциал этнического туризма Республики Адыгея. На основе анализа ресурсной составляющей выявлены существующие тренды и определены перспективные модели организации этнического туризма в Республике Адыгея, даны рекомендации по оптимизации этого вида туризма.*

**Ключевые слова:** *этнический туризм, культура, археологические памятники, культурный потенциал, культурно-историческое наследие, социокультурная среда*

***Svetlana Ivanovna Labintseva,***

*Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor;*

*Maikop State Technological University,*

*Maikop, Russia*

### **Resource Potential of Ethnic Tourism in the Republic of Adygea**

*The article discusses the resource potential of ethnic tourism of the Republic of Adygea. Based on the analysis of the resource component, the*



*existing trends are identified and promising models for the organization of ethnic tourism in the Republic of Adygea are identified, recommendations on how to optimize this type of tourism are given.*

**Keywords:** *ethnic tourism, culture, archaeological monuments, cultural potential, cultural and historical heritage, socio-cultural environment*

Наличие уникальных и разнообразных туристско-рекреационных ресурсов, определяет хорошие возможности для организации различных видов туризма и создает комфортные условия отдыха. Успех развития туризма ориентированного на использование, главным образом, культурно-исторических ресурсов территории будет зависеть от исторической или художественной ценности, аттрактивности экскурсионных объектов, а также географической, культурной и социально-экономической среды, в которой они находятся. Рост интереса туристов к материальной и духовной культуре других народов порождает стремление людей к сохранению своей национальной самобытности к этнокультурному возрождению и сопровождается активным использованием этнокультурного потенциала в сфере туризма.

Следует отметить, что в Республике Адыгея этнический туризм пока редкое явление: нет продуманных маршрутов, программ и туров, поэтому число туристов, отправляющихся в Адыгею с целью этнотуризма очень мало. Тем не менее, перспективность этого направления турбизнеса, на наш взгляд, велика, поскольку республика имеет значительные ресурсы этого вида туризма.

Перспективность развития этнического туризма в Республике Адыгея обусловлена, в первую очередь, богатой материальной и духовной культурой адыгейского этноса, его самобытностью.

На небольшой территории Адыгеи (7600 м<sup>2</sup>) сосредоточено большое количество археологических памятников практически всех эпох развития человечества – от каменного века до позднего средневековья: дольмены, менгиры, курганы (IY–II в. до н. э. Гузерипльские, Хаджохские, Усть-Сахрайские, Богатырские дольмены, дольмены Дегуакской поляны, хребта

Ду-Ду-Гуш, хребта Уна-Коз, скалы Монах, урочища «Клады» и др.). Только в городе Майкопе насчитывается 48 охраняемых памятников истории и культуры, 15 памятников искусства, 25 памятников градостроительства и архитектуры.

Великий шелковый путь, который проходил в средние века из Европы в Азию оказал огромное влияние на формирование культурного устройства адыгов. В Адыгее археологические находки данного периода свидетельствуют о высоком мастерстве местных ремесленников и ювелиров. Предки адыгов создали ставшей известной в мировой археологии Майкопскую культуру (получившая своё название от Майкопского кургана). Курганы и курганные могильники являются самым многочисленным видом объектов археологического наследия в республике. Майкопский курган «Ошад» – археологический памятник эпохи ранней бронзы (сер. IV – сер. III тыс. до н. э.) считается открытием века. Предметы из Майкопского кургана – едва ли не древнейшие в мире памятники культуры бронзового века. К сокровищам археологического наследия Адыгеи следует отнести и предметы, найденные в Келермесских и Ульских курганах.

Богата Адыгея и таким культурным наследием как легенды, обычаи, народные промыслы, агрикультура. Ещё А. С. Пушкин писал: «Черкесы, их обычаи и нравы, занимают большую и лучшую часть моей повести».

Вблизи поселка Победа расположен Свято-Михайловский Афонский мужской монастырь, привлекающий как паломников, так и обычных туристов. Обитель основана в 1877 г. выходцами со Святой горы Афон. В 2001 году монастырь был возвращен Русской Православной Церкви в плачевном состоянии, в настоящее время постепенно возрождается. Реконструируется большое здание бывшей дворянской гостиницы, где будут размещать прибывающих паломников.

В Адыгее 8 государственных и 23 общественных музея. Национальный музей Республики Адыгея располагает уникальными коллекциями по археологии и этнографии. Национальный музей имеет филиал – Литературный музей им. Т. Керашева на базе, которого, проходят литературные

и музыкальные вечера, творческие встречи с известными художниками, поэтами и композиторами Адыгеи. С 1985 г. с целью сбора, изучения и пропаганды предметов материальной культуры и искусства народов Северного Кавказа с древности и до наших дней функционирует Северо-Кавказский филиал Государственного музея искусств народов Востока [Бушманова...].

У адыгов была традиция организовывать в своих кунацких вечера отдыха, на которые собирались уважаемые люди. На них приглашались исполнители фольклорных песен, известные в народе сказатели, которые рассказывали истории и легенды, чаще всего под аккомпанемент традиционных адыгских музыкальных инструментов.

В многовековой культуре адыгов особое место занимает танец. Главным хранителем хореографических традиций адыгов и «визитной карточкой» Республики Адыгея является Государственный академический ансамбль народного танца Адыгеи «Нальмэс», созданный в 1936 г.

Кулинарное искусство адыгейского народа формировалось в течение многих столетий. В рационе адыгов большое место занимают блюда из натурального мяса баранины, говядины и птицы. Скотоводство стало также источником для разнообразных молочных изделий, в том числе и сыров. Адыгское застолье в целом – это обычай гостеприимства, целая адыгская философия.

Перспективные виды этнического туризма в Республике Адыгея представлены в таблице.

*Таблица*

**Перспективные виды этнического туризма в Республике Адыгея**

<i><b>Виды этнического туризма</b></i>	<i><b>Местоположение</b></i>	<i><b>Название объекта</b></i>
Познавательный	Республика Адыгея	«Большой Руфабго», «Хаджожская теснина», «Казачий камень», родник «Мешоко» «Гранитный каньон», «Манькин шум», плато «Мамрюк-Огой и др.

Религиозный	п. Гавердовский	Часовня святой мученицы Елизаветы
	п. Тимирязево	Деревянная церковь Святого мученика Пантелиемона
	ст. Дондуковская	Свято-Ильинский храм
	п. Победа	Свято-Михайловский монастырь
Сельский	Сельские районы	Ст. Даховская, ст. Хамышки, ст. Новособорная, пос. Темерязево и др.
Событийный	г. Майкоп	Туристско-познавательный, развлекательный фестиваль «Туристская масленица»
	п. Каменноостский	Пельменный фестиваль «Добрый повар», праздничный день «Черкесской груши», праздничный день «Халуж»
	Лаго-Наки	Этнофестиваль «Лаго-Наки. Сокровища народов Адыгеи», «День национального адыгского (черкесского) костюма»
	ст. Даховская	Фестиваль «Адыгейского сыра»
	п. Хамышки, р. Белая	Соревнование по спортивному водному туризму «Интерралли Белая»

Как видно из таблицы, перспективными видами этнического туризма в Республике Адыгея являются познавательный, религиозный, сельский и событийный.

Однако, эффективно развивать этнический туризм как отдельный вид услуг, который мог бы обеспечить самостоятельный турпоток, сложно. Он должен стать обязательным дополнением к основным видам отдыха в Адыгее: горно-пешеходному туризму, горно-лыжному отдыху, альпинизму и лечению в санаториях. Например, более увлекательной может стать поездка на водопады Руфабго или Хаджохскую теснину, где прямо у воды актёрами в национальных костюмах разыгрывается легенда о славном воине Хаджохе, увидеть процесс изготовления адыгейского сыра и т. д.

Для развития этнического туризма важно строительство адыгского этнического подворья, на котором все желающие смогли бы стать гостями адыгской свадьбы и других старинных обрядов, реконструированных по всем правилам, а также стать участниками мастер-классов по изготовлению изделий народных ремёсел и промыслов.

В этом направлении уже предприняты шаги. В Республике Адыгея народным мастером, членом Союза художников России Замудином Лелевичем Гучевым создан музей-мастерская по изготовлению национальных музыкальных инструментов и возрождению адыгских народных ремёсел (в частности искусства изготовления циновки). Мастерская, ставшая поставщиком уникальных инструментов, сувениров и предметов традиционного обихода адыгского народа, принимает экскурсантов.

Таким образом, исходя из проведенного анализа ресурсов этнического туризма, можно сделать вывод, что все анализируемые объекты являются значимыми для развития этнического туризма в республике, обладают хорошей транспортной доступностью, высокой аттрактивностью, эстетической и познавательной ценностью. Перспективными видами этнического туризма являются познавательный, религиозный, сельский и событийный.

Перспективность развития этнического туризма в Республике Адыгея возможна при совмещении различных видов туризма. Посещение мест, наделённых яркой самобытной окраской даст туристам прекрасную возможность получить от путешествия по Адыгее яркие впечатления и незабываемый опыт на всю жизнь.

#### *Список литературы*

Бушманова Н. В., Дерзиян Г. Г., Жанэ З. К., Фоменко Е. Н. Туристский паспорт Адыгеи. Майкоп: Адыгея, 2006. 140 с.

*Светлана Алексеевна Лебедева,  
аспирант,*

*Российская академия народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте Российской Федерации,  
г. Москва, Россия*

**Этимология понятия «гастрономический туризм»  
и его соотношение с концепцией  
«экономика впечатлений»**

*Состоящий из давно известных и понятных слов термин «гастрономический туризм» появился относительно недавно. История возникновения этого понятия начинается в 1998 году в США. Многие авторы из разных стран мира давали свои определения данному понятию. Однако только в 2012 году Всемирная ассоциация гастрономического туризма предложила определение, полностью соответствующее концепции экономики впечатлений – области, в которой функционирует туристская индустрия.*

**Ключевые слова:** *кулинарный туризм, гастрономический туризм, экономика впечатлений, Всемирная ассоциация гастрономического туризма*

*Svetlana Alekseevna Lebedeva,  
Postgraduate Student,*

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

**The Etymology of the Notion “Gastronomic Tourism”  
and Its Correspondence with the Experience Economy**

*The term “gastronomic tourism” consists of two well-known clear words but the term itself appeared relatively recently. The history of this notion begins in 1998 in the United States. Many authors from different countries gave their definitions to this concept. However, only in 2012 World Food Travel Association proposed a definition that fully corresponds to the concept of the experience economy – an area in which the tourism industry operates.*

**Keywords:** *culinary tourism, gastronomic tourism, experience economy, World Food Travel Association*

Этимология слова «гастрономия» имеет греческие корни. Однако в научной литературе слово «гастрономия» впервые встречается только в 1825 году в исследовательской работе французского философа, кулинара и политического деятеля, Жана Антельма Брилья-Саварена, «Физиология вкуса» [7, с. 355]. В последнее время гастрономия рассматривается, как способ коммуникации в социальной, культурной, а также политической сферах, средство воспитания толерантности и гармонизации межнациональных отношений.

Очевидно, что потребление продуктов питания или гастрономия, в целом, является неотъемлемой составляющей туристского продукта. Тем не менее, место данного феномена в туризме может быть рассмотрено с точки зрения четырёх подходов [3]. Первый подход рассматривает гастрономию как часть туристского продукта или туристской дестинации, то есть, это способ удовлетворения физиологических потребностей человека и компонент культурного капитала дестинации в инкорпорированном состоянии [4, с. 243–248].

Второй подход рассматривает гастрономию с точки зрения процесса потребления. Основные вопросы в этом подходе связаны с тем, какой тип кухни предпочитает турист, пребывая в конкретной стране, имеет ли местная кухня какое-либо символическое значение для путешествующего или только функциональное, а также какие факторы влияют на потребление туристов.

Следующий подход оценивает, какое место сам турист отводит институту питания в своем путешествии, а также какие именно факторы влияют на уровень его удовлетворённости этим видом услуг.

Последний подход сосредоточен на еде, напитках и различных гастрономических событиях, происходящих на данный момент в дестинации, как цели всего путешествия. Еда в конкретном случае является не физиологической потребностью, а сутью и смыслом поездки. Именно из данного подхода «вытекает» определение понятия «гастрономический туризм».

Несмотря на то, что по отдельности термины «гастрономия» и «туризм» известны давно, термин «гастрономический

туризм» появился не сразу, изначально существовал термин «кулинарный туризм». Его в 1998 году ввела доцент кафедры народной культуры государственного университета Боулинг Грин в США Люси Лонг. По мнению автора определения, кулинарный туризм предполагает не только преднамеренное исследовательское участие в мероприятиях, связанных с продуктами питания, но и любой другой выход за рамки рутинного повседневного питания [8, с. 181].

Позже многие авторы давали свои определения данного понятия или же придумывали схожие определения, например, «вкусовой туризм» или «продовольственный туризм». В 2006 году Майкл Холл и Ричард Митчелл ввели термин «продовольственный туризм» и предложили следующее определение. Продовольственный туризм, согласно авторам, должен рассматриваться как посещение первичных и вторичных производителей продуктов питания, продовольственных фестивалей, ресторанов и конкретных мест, где дегустация продуктов питания является основной мотивацией для путешествий [9].

В этом же году другие два учёных также предложили свое определение кулинарного туризма. Стефан Смит и его коллега Елена Игнатов рассматривают данный термин как туристическую поездку, в ходе которой покупка и потребление местных продуктов питания, включая напитки, а также изучение местных технологий производства продуктов питания являются основным мотивирующим фактором для путешествующего [5].

Двумя годами позже С. Смит уже с другим своим коллегой Хунгень Сяо в своей работе дали ещё одно определение этому понятию. Кулинарный туризм – это любая туристская поездка, во время которой человек знакомится и потребляет фирменные местные кулинарные ресурсы [12].

В 2008 году другая группа учёных, Гэри Пол Грин и Майкл Догерти, предложила очередное определение термина «кулинарный туризм». Кулинарный туризм – это стремление получить уникальный опыт в области потребления продуктов питания и напитков, предлагаемых местными системами питания, реализованное посредством туристической поездки [6, с. 150].



В 2010 году впервые упоминается термин «гастрономический и кулинарный туризм», который, согласно Майклу Оттенбахеру и Роберту Харрингтону, представляет собой туризм, где возможность получения опыта в области потребления продуктов питания и напитков значительно влияет на мотивацию и потребление туристов [10].

Однако только в 2012 году термин «кулинарный туризм» был полностью заменен на термин, «объединяющий в одно понятие продовольственные магазины, уличных торговцев, пабы для местных жителей, винные заводы и единственные в своем роде рестораны» [2, с. 208], – «гастрономический туризм». Замена на более доступный термин была произведена, так как исследование Международной ассоциации кулинарного туризма (Всемирная ассоциация гастрономического туризма, начиная с 2012 г.), основанной в 2003 году Эриком Вульфом, показало, что большинство англоговорящих респондентов полагали, что кулинарный туризм – это туризм для определённой элитарной группы [13]. Согласно данной организации, гастрономический туризм – это поездка с целью ознакомления с кухней дестинации, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, посещения гастрономических фестивалей, выставок, ярмарок и праздников, единственных в своем роде ресторанов и небольших местных заведений, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний и навыков в области гастрономии, кулинарии и ресторанного искусства [1, с. 38].

С развитием производства, мирового хозяйства и экономической мысли возникло понятие «экономика впечатлений» – концепция, впервые предложенная американцами Джозефом Пайном и Джеймсом Гилмором в 1999 году. Данная концепция представляет собой подход к производству и продвижению товара или услуги, основанный на создании позитивного впечатления от производства и продвижения, получения товара или услуги и от последующих за этим ощущений, получаемых потребителем данного товара или услуги [11].

Туристскую отрасль, в целом, и гастрономический туризм, в частности, принято относить к экономике впечатле-

ний, так как путешествие предлагает переживания, лежащие во всех четырех областях впечатлений (развлечение, образование, эстетика, уход от реальности), предложенных авторами концепции. Соответствие предлагаемых различными авторами определений рассматриваемого понятия областям впечатлений представлено в таблице.

*Таблица*

**Соответствие предложенных определений термина областям впечатлений**

<i>Авторы</i>	<i>Год</i>	<i>Развлечение</i>	<i>Образование</i>	<i>Эстетика</i>	<i>Уход от реальности</i>
Люси Лонг	1998		•	•	
Майкл Холл, Ричард Митчелл	2006	•	•		
Стефан Смит, Елена Игнатов	2006		•		•
Стефан Смит, Хунгень Сяо	2008		•		
Гэри Пол Грин, Майкл Догерти	2008		•	•	
Майкл Оттенбахер, Роберту Харрингтону	2010		•		
Всемирная ассоциация гастрономического туризма	2012	•	•	•	•

*Источник:* таблица составлена автором

Таким образом, определение, предложенное Всемирной ассоциацией гастрономического туризма, – единственное из всех, которое соответствует концепции областей впечатлений, разработанной Джозефом Пайном и Джеймсом Гилмором в рамках новой экономики, области, в которой функционирует вся туристская отрасль.

***Список литературы***

1. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3. С. 36–50.

2. Кушева Н. Б., Бедряева Т. В. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России // *Современные исследования социальных проблем*. 2014. № 12. С. 207–217.
3. Athena H. N. Mak, Margaret Lumbers, Anita Eves, 2012. Globalisation and food consumption in tourism // *Annals of Tourism Research*, 39(1), p. 171–196.
4. Bourdieu Pierre, 1986. The forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, in: J. Richardson (Ed.): Greenwood Press. New York. P. 241–258.
5. Elena Ignatov, Stephen Smith, 2006. Segmenting Canadian culinary tourists // *Current Issues in Tourism*, 9(3), p. 235–255.
6. Gary Paul Green, Michael L. Dougherty, 2008. Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as a Community Development Strategy // *Community Development*, 39(3), p. 148–158.
7. Jakša Kivela, John C. Crotts, 2006. Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination // *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), p. 354–377.
8. Lucy M. Long, 1998. Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness // *Southern Folklore*, 5(3), p. 181–204.
9. Michael C. Hall, Richard Mitchell, 2006. Gastronomy, food and wine tourism. In D. Buhalis & C. Costa (Eds.). *Tourism Business Frontiers: Consumers, produces and industry*, Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann. P. 137–147.
10. Michael C. Ottenbacher, Robert J. Harrington, 2010. Culinary tourism – A case study of the gastronomic capital // *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), p. 14–32.
11. Pine J. B., Gilmore J. H., 1999. *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
12. Stephen Smith, Honggen Xiao, 2008. Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination // *Journal of Travel Research*, 46(2), p. 289–299.
13. Официальный сайт Всемирной ассоциации гастрономического туризма [Электронный ресурс] // World Food Travel Association. Режим доступа: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home> (дата обращения: 22.09.2018).

**Виктория Валерьевна Лиханова,**

*канд. пед. наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

### **Перспективные направления туризма в Забайкальском крае**

*В исследовании проведен анализ перспективных направлений туризма для Забайкальского края с целью развития как въездного, так и внутреннего туризма. Выявлен потенциал туристской территории для основных направлений туризма.*

**Ключевые слова:** *сельский туризм, гастрономический туризм, фототуризм, Забайкальский край*

**Victoria Valerievna Likhanova,**

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Prospective Areas of Tourism in the Zabaikalsky Region**

*The study analyzes the prospective areas of tourism for the Zabaikalsky region in order to develop international and domestic tourism. The potential of the tourist territory is revealed for the main directions of tourism.*

**Keywords:** *rural tourism, gastronomic tourism, photo tourism, the Zabaikalsky region*

Приграничное расположение Забайкальского края всегда вызывало огромный интерес со стороны таких стран как Китай и Монголия. Среди перспектив развития въездного туризма в Забайкальском крае нам видятся следующие: масштабность не тронутых территорий, национальный колорит, противоположность рекреационных ресурсов, русская культура, заинтересованность иностранных туристов в истории и особенностях русской культуры. Одной из основных задач формирования и дальнейшего развития международного туризма на туристской территории является выделение туристско-рекреационных возможностей края с учётом географического положения, природных и культурных предпосылок.

Одним из перспективных и наиболее интересных направлений туризма, активно развивающихся в мире, на наш взгляд, сегодня является сельский туризм. Исследователи в области туризоведения подходят по-разному к определению данного направления, называя его агротуризмом, фермерским, зеленым, экологическим туризмом. В основе всех подходов находится такой сегмент как сельская культура, являющийся компонентом формирования туристского продукта.

Сельский туризм может быть определён как форма продукта, реализуемая в сельской местности, потребляемая в сельском пространстве и обладающая сельской спецификой. Несмотря на отсутствие единой концепции и терминологии, принятой на глобальном уровне, можно утверждать, что, сельский туризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и её специфики для создания комплексного туристского продукта [3]. Сельский туризм как перспективное направление оказывает положительное влияние на устойчивое развитие территории и способствует получению экономической прибыли.

Сельское хозяйство является одной из ведущей отраслей экономики Забайкальского края: прибыль с индивидуальных подворий составляет около 90 % аграрной продукции края. В связи с чем нам представляется возможным развитие сельского туризма в крае с целью привлечения иностранных туристов.

Среди других регионов страны Забайкальский край заметно выделяется благодаря ландшафтному и биологическому разнообразию, рассматриваемому в контексте рекреационных ресурсов. К территориям, владеющим более высоким рекреационным потенциалом, сельский туризм привязан географически. Число работоспособных сельских подворий, готовых принять горожан на отдых растет в Агинском, Дульдургинском, Могойтуйском, Читинском, Красночикийском, Ононском, Улетовском, Карымском, Акшинском районах. Именно благодаря развитой инфраструктуре, хорошо развитому транспортному сообщению и большому количеству объектов куль-

турной значимости, к числу наиболее насыщенных объектами высокого туристского интереса относится Читинский район.

Необходимо отметить, что правительство края несмотря на сложную экономическую ситуацию уделяет внимание поддержке и развитию туристической деятельности, в частности развитию сельского туризма на территории. В крае планируется грантовая поддержка проектов по развитию сельского туризма. Согласно проекта решения заседания регионального правительства планируется осуществлять финансирование проектов, связанных с поддержкой национальных промыслов и восстановлением природных ландшафтов, а также с созданием зон отдыха до 60 % [2]. В целях развития сельского туризма на своих территориях в Муниципальных целевых программы устойчивого развития села, многие муниципальные районы (Могойтуйский, Агинский, Нерчинский, Красночикойский) включили поддержку инициатив сельских жителей.

В связи со сложившейся политической и экономической ситуацией, сельский туризм, на наш взгляд, будет отличным подспорьем для развития внутреннего туризма страны при наличии достаточного потенциала и поддержки со стороны государства. Актуальность этого вида деятельности проявляется в его воздействии как на экономику, так и на решение социально-культурных проблем сельских территорий.

Вторым перспективным направлением развития туризма в Забайкальском крае, на наш взгляд, выступает гастрономический туризм. Гастрономический туризм как услуга – это хорошо продуманный комплекс мероприятий, который включает в себя дегустацию традиционных блюд характерных для местной кухни, посещение производств по приготовлению инклюзивных продуктов, не встречающихся больше нигде кроме этой местности, имеющих свой особенный вкус [1].

Забайкальский край, как и каждый регион России, имеет свою неповторимую кухню, уникальные блюда, традиции принятия пищи. На территории края проживают народы различной национальности: русские, буряты, украинцы, татары, армяне, белорусы, узбеки, эвенки и многие другие, которые характеризуются своей традиционной кухней. Данный факт

обуславливает наличие на территории края разнообразных предприятий питания, которые предоставляют блюда от русской и европейской, до восточной кухонь.

На территории края имеются предприятия и фабрики, специализирующиеся на производстве продуктов питания: «Маккавеевский пищевой комбинат», «Читинский молочный комбинат», кондитерская фабрика «Радуга», «Читинские Ключи». На базе данных предприятий имеется возможность организации экскурсий и мастер-классов по приготовлению традиционных продуктов. В ресторанах города Чита также проводятся разнообразные мастер-классы по приготовлению блюд русской, итальянской, кавказской, китайской, японской и многих других кухонь.

Одним из факторов развития гастрономического туризма в крае могут стать фестивали и конкурсы данного направления. В 2018 году прошли такие мероприятия, как благотворительный турнир «Шедевр на тарелке» среди кафе, ресторанов и других заведений общественного питания города, выставка-ярмарка «Фестиваль минеральной воды». Кроме этого, министерством образования, науки и молодёжной политики Забайкальского края и Забайкальской ассоциации рестораторов и отельеров был организован конкурс: на протяжении 10 дней участники стажировались и готовились к чемпионату «World Skills» под руководством семи ведущих ресторанов города Читы [5].

Таким образом, Забайкальский край обладает большим количеством ресурсов для организации гастрономического туризма, который в свою очередь можно рассматривать в русле поиска решения привлечения иностранных туристов на территорию края. Гастрономические туры, на наш взгляд, могут выступать частью комплексных туров как для иностранных, так и внутренних туристов.

Ещё одним перспективным направлением развития туризма в Забайкальском крае является фототуризм. Фототуризм как перспективно новое направление может привлечь как местное население, так и туристов со всей России и мира в Забайкальский край. С нашей точки зрения, фототуризм можно

определить как организованный вид поездок по природным, историческим и другим местам и достопримечательностям с целью создания качественных фотоснимков и повышения уровня фотомастерства [4].

Фотография, которая отражает в процессе путешествия элементы реальности, становится компонентом имиджевой и коммуникативной стратегией в сфере туризма, так как она является носителем информации и определенных образов. Для формирования положительного образа края необходимы качественные фотографии, отображающие реальность. В процессе фототура создаются хорошие снимки под руководством фотографа-профессионала. Данные снимки могут быть использованы турфирмами как средство привлечения туристов к объекту. Также фотографии туристов можно размещаться в журналах, каталогах, в сети интернет, что также будет формировать привлекательный образ туристской территории.

Создание и продвижение нового специфического вида туризма, такого как фототуризм, будет благоприятно влиять на развитие как социально-культурной, так и экономической сфер края. Организация фототуризма в Забайкальском крае способствует, во-первых, удовлетворению культурных и информационных потребностей населения, во-вторых, созданию условий для развития профессиональных навыков населения, и, в-третьих, повышению процента дохода от туризма в крае.

#### *Список литературы*

1. Гастрономический туризм в России: направления и перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ppjournal.ru/idea/3116-gastronomicheskij-turizm-v-rossii-napravlenija-i-perspektivy> (дата обращения: 15.03.2018).

2. Гранты на развитие сельского туризма будут предоставляться в Забайкальском крае [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.chita.ru/news/70301> (дата обращения: 20.09.2017).

3. Лиханова В. В. Сельский туризм как фактор социально-экономического развития туристской территории // Эколого-географические аспекты природопользования, рекреации, туризма: материалы междунар. науч.-практ. конф. Курган, 2017. С. 163–166.

4. Путинцева Е. А., Лиханова В. В. Перспективы развития фототуризма в Забайкальском крае // Молодежь – НАУКЕ-IX: Развитие сферы



туризма, гостеприимства и спорта в контексте повышения уровня и качества жизни населения: Всерос. науч.-практ. конф. Сочи: СГУ, 2018. С. 256–258.

5. Синева Т. С., Лиханова В. В. Анализ современного состояния гастрономического туризма в мире // Проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: опыт и инновации: IV Междунар. науч.-практ. интернет-конф. Чита: ЗабГУ, 2018. С. 19–24.

**УДК 796.017(470+571)**

***Евгения Сергеевна Маркелова,***

*студентка,*

*Уфимский государственный технический университет,*

*г. Уфа, Россия*

### **Развитие банджи-джампинга в России**

*В данной статье рассматривается развитие такого подвида экстремального туризма как, банджи-джампинг. Выявлены основные проблемы этого вида туризма, его положительные и отрицательные стороны.*

**Ключевые слова:** *туризм, развитие туризма, приключенческий туризм, экстремальный туризм, банджи-джампинг*

***Evgeniya Sergeevna Markelova,***

*Student,*

*Ufa State Technical University,*

*Ufa, Russia*

### **The Development of Bungee-Jumping in Russia**

*This article discusses the development of one of the new area of extreme tourism as bungee-jumping. The main problems of this type of tourism and its advantages and disadvantages are revealed.*

**Keywords:** *tourism, tourism development, extreme tourism, bungee-jumping*

В последнее время активно развивается приключенческий туризм, а именно его разновидность – экстремальный туризм, набирающий оборот во всём мире. Это происходит потому, что людям надоедает однообразный отдых где-нибудь на пляже, им хочется опробовать что-то новое, испытать «острые» ощущения.

За рубежом этот вид туризма развивается быстрыми темпами. Например, в Испании туристы могут совершить забег с быками, в Австралии поплавать с крокодилами, в США поохотится на торнадо, а в Чили предоставляется возможность прыгнуть в вулкан. В России экстремальный туризм ещё не настолько развит. А всё потому что большая часть туристов не знает, что в себя включает экстремальный туризм, куда можно поехать и сколько это будет стоить.

Для начала определим сущность экстремального туризма. Экстремальный туризм – это разновидность приключенческого туризма, который объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха с целью получения новых ощущений, впечатлений, улучшение туристом физической формы и достижение спортивных результатов и представляющий повышенный риск для здоровья и жизни человека.

Водными видами экстремального туризма являются: дайвинг (подводное погружение с аквалангом), вейкбординг (комбинация водных лыж, сноуборда, скейта и сёрфенга), рафтинг (спуск по горной реке на специальных плотках) и другие. К наземным видам экстремального туризма относят: маунтинбайкинг (катание по горам на велосипеде), спелеология и другие. К горным видам относят: альпинизм, горные лыжи и сноуборд. Воздушными видами экстремального туризма являются: парашютный спорт, полеты на воздушных шарах, дельтапланизм.

Большинство из этих видов экстремального туризма представлены в России, но такой молодой вид воздушного экстремального туризма, как банджи-джампинг пока не получил широкого распространения в нашей стране. Это может быть связано с дороговизной этого аттракциона, а также с отсутствием нормативно-правовой базы (организаторы не хотят брать на себя ответственность за жизни людей).

Термин «банджи-джампинг» можно перевести как «прыжки с банджи», то есть – пружинящего троса. Банджи-джампинг можно сравнить с «тарзанкой», но различия всё же имеются. После максимального растяжения троса он сокращается

и поднимает человека вверх. Цикл из падений и подъёмов может повторяться несколько раз. Самыми популярными площадками для такого аттракциона являются подвесные мосты, высотки и пропасти.

В России организованный центр банджи-джампинга имеется в Сочи в Скайпарке. Предложение данной услуги обещает специалистов, прошедших обучение по самым высоким стандартам в соответствии с правилами Аккредитации банджи мастеров и стандартами безопасности AS/NZS 584, которые разработаны Аланом Джоном Хаккеттом совместно с правительством Австралии и Новой Зеландии.

Однако возможностей для развития этого вида туризма имеется множество. Многочисленные горы с ущельями в самых живописных местах России имеют потенциал для строительства банджи-джампинг площадки.

Снаряжение для банджи-джампинга включает в себя: эластичный трос, шлем, крепление для рук и ног человека, но оно должно быть проверено и сертифицировано до его введения в эксплуатацию. Если конструкция крепления исправна и соответствует нормам безопасности, то вся опасность банджи-джампинга заключается в преодолении своих страхов. Банджи-джампинг не требует специальной подготовки туриста. Но имеются ограничения по весу и возрасту. Испытать себя может турист старше 18 лет и весящий от 35 до 100 кг.

Разумеется, у такого аттракциона имеются и плюсы и минусы.

К минусам относятся:

- определенно присутствует риск для здоровья человека, поэтому прыжки запрещены людям с проблемами сердца, лёгких и психики;
- чрезмерное напряжение организма и внутренних органов;
- высокая стоимость.

К плюсам можно отнести:

- возможность побороть свои страхи;
- приобретение уверенности в себе;
- выработка стрессоустойчивости;
- тренировка сердечно-сосудистой и дыхательной системы.

Но, разумеется, человек решает для себя сам, хочет ли он опробовать такой вид экстрима или нет.

Согласно исследованию международного туристского метапоиска momondo.ru почти каждый четвертый россиянин иногда определяет направление поездки, исходя из желания «прокачаться» в каком-нибудь из своих спортивных навыков или приобрести новый. Желание россиян получить дозу адреналина сказывается и в том, что они чаще выбирают более опасные прыжки с парашютом, чем относительно спокойный парапланеризм. Именно поэтому банджи-джампинг найдет свою «аудиторию» среди россиян.

#### *Список литературы*

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д., 2015.
2. Туристический сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.momondo.ru> (дата обращения: 15.09.2018).
3. Skypark AJ Hakett Sochi [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ajhackett.com/sochi/media/the-story/safety/> (дата обращения: 15.09.2018).

**УДК 796.57**

*Галина Николаевна Москалевич,  
канд. юрид. наук, доцент,  
Белорусский институт правоведения,  
г. Минск, Беларусь*

### **Спортивный туризм в Республике Беларусь**

*В исследовании анализируются проблемы спортивного туризма, развивающегося в Республике Беларусь. Спортивный туризм рассматривается как разновидность путешествия с самыми разными целями. Спортивный туризм признается наиболее социально ориентированным видом туризма, национальным видом спорта с многовековыми историческими традициями. Отмечается, что спортивный туризм направлен на формирование у туристов потребности в здоровом образе жизни. Развивая спортивный туризм, государство проявляет заботу о здоровье своих граждан.*

***Ключевые слова:** спортивный туризм, путешествия, походы, Республика Беларусь, социально ориентированный вид туризма, здоровый образ жизни*

**Galina Nikolayevna Moskalevich,**  
*Candidate of Law Sciences, Associate Professor,  
Belarusian Institute of Law,  
Minsk, Belarus*

## **Sports Tourism in the Republic of Belarus**

*The study analyzes some problems of sports tourism developing in the Republic of Belarus. Sports tourism is considered as a kind of travel with a variety of purposes. Sports tourism is recognized as the most socially oriented type of tourism, a national sport with centuries-old historical traditions. It is noted that sports tourism is aimed at shaping the need for a healthy lifestyle among tourists. Developing sports tourism, the state takes care of the health of its citizens.*

**Keywords:** *sports tourism, travel, trips, the Republic of Belarus, socially oriented type of tourism, healthy lifestyle*

Вряд ли кому-то сегодня неизвестно такое явление, как туризм. И все же известность он получил только недавно, когда туризм стали рассматривать как специфический вид деятельности человека и как популярную отрасль экономики. Подавляющее большинство населения Беларуси хоть раз в жизни выезжали на экскурсию или на отдых за пределами своего жилища. В связи с этим за понятием «туризм» закрепилось понимание его как разновидности путешествия с самыми разными целями: чтобы отдохнуть, поехать в командировку по делам фирмы и т. п.

Туризм, как правило, социально ориентирован, способствует духовному и физическому развитию личности, формированию бережного отношения к природе.

Все выше сказанное относится и к такому виду туризма, как спортивный туризм.

Под спортивным туризмом мы понимаем вид спорта, базирующийся на путешествиях и походах, предполагающих наличие маршрутов, на пути которых встречаются определенные препятствия, естественные для природной среды и которые необходимо преодолеть (например, горные перевалы, пещеры и т. д.).

М. А. Изотова и Ю. А. Матюхина справедливо рассматривают спортивный туризм в Республике Беларусь в качестве национального вида спорта с многовековыми историческими традициями, содержащего как спортивные элементы, так и особую духовную сферу, более того, образ жизни туристов [1, с. 11–12].

В последнее десятилетие белорусские туроператоры все больше акцентируют свое внимание на организации туров с полноценным отдыхом и досугом, предусматривающих ограниченную программу спортивно-оздоровительных занятий, направленных на формирование у туристов потребности в здоровом образе жизни.

Для привлечения клиентов туроператоры стремятся разработать для них интересные увлекательные программы, учитывающие возрастные и психологические особенности, традиции, наполненные физическими упражнениями, подвижными играми и т. д. Однако далеко не всегда этим занимаются туроператоры, иногда передавая свои функции не совсем компетентным людям. Не менее важно для развития спортивного туризма и наличие соответствующей материально-технической базы (спортивных сооружений, площадок и др.), а также природных условий (расположение туристического комплекса у моря, в лесу и т. д.).

Что касается инфраструктуры спортивного туризма, то следует подчеркнуть, что в Республике Беларусь в последние годы получило невиданный размах строительство спортивных объектов. С помощью миллиардных инвестиций в спортивные сооружения, государство не только имеет возможность гарантировать гражданам соблюдение их конституционных прав, но и вложить их в самое ценное – здоровье своих граждан. Причем в центре внимания государства, прежде всего, здоровье молодёжи.

По всей республике располагается множество спортивных баз, которые предоставляются в распоряжение отечественных спортсменов и приезжающих со всех уголков страны и многих зарубежных стран гостей и спортсменов, в том числе и тех, кто занимается спортивным туризмом. В Респу-

блике Беларусь возрождаются и получают развитие некогда забытые виды спортивного туризма и спорта, например, конный спорт: так, введен в эксплуатацию конно-спортивный комплекс в д. Урожайная – неподалеку от Минска.

Практически каждый год появляются новые объекты физкультурно-спортивного назначения. Среди наиболее крупных спортивных сооружений можно назвать республиканский горнолыжный центр «Силичи», «Минск-Арена», горнолыжный центр под Логойском, физкультурно-оздоровительные комплексы в Старобине, в Несвиже, г.п. Уречье Любанского района, в Минском районе («Виталюр»), Вилейке («Сатурн» с плавательным бассейном), спортивно-оздоровительный горнолыжный комплекс в Мозыре, Ледовый дворец «Солигорск-Арена», Ледовые дворцы в Бобруйске и в Кобрине, спортивный комплекс игровых видов спорта «Виктория» и Дворец водных видов спорта в Бресте, гребная база в городе Калинковичи, в Гомеле, Бресте, аквапарки и многие другие спортивные сооружения [5].

В результате количество людей, занимающихся спортивным туризмом, постоянно растёт.

Нормативное правовое регулирование отношений в спорте и туризме осуществляется с помощью Положения о министерстве спорта и туризма Республики Беларусь, принятого Советом министров Республики Беларусь, и иных актов законодательства Республики Беларусь, в том числе Лесного и Водного кодексов Республики Беларусь.

К основным нормативным правовым актам относятся:

– Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 13 июля 2007 г. № 18 «О туристском ваучере» [2];

– Постановление Министерства образования Республики Беларусь от 17 июля 2007 г. № 35а «Об утверждении инструкции об организации участия обучающихся учреждений образования в туристских походах и экскурсиях» [4];

– Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг.: постановление Совета Министров Республики Беларусь 23 марта 2016 г. № 232 [3].

Кроме того, разрабатываются различные инструкции, предусматривающие детальную проработку вопросов в сфере организации туристских походов разных категорий сложности; разрабатываются и рекомендуются специальные туристские маршруты в самые разные места Беларуси, где имеются благоприятные природные ресурсы, в том числе в Поозерье, Понеманье, Приднепровье, Полесье, Центральную Беларусь [5].

Самый большой успех в последнее десятилетие имеют проекты оздоровительного туризма и агроэкотуризма.

Согласно Государственной программе «Беларусь гостеприимная» в качестве поставленной цели выступает формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики [3]. Всё это направлено на популяризацию здорового образа жизни среди населения, в первую очередь, среди молодёжи.

Итак, на основе выше изложенного можно прийти к выводу, что в Республике Беларусь проводится активная работа по развитию спортивного туризма и туризма в целом.

Однако, несмотря на огромное внимание, уделяемое государством Республики Беларусь развитию спортивного туризма, все еще некоторые проблемы остаются нерешенными.

Следует признать недостаточную эффективность использования туристских ресурсов Республики Беларусь; малую известность Беларуси на мировом рынке туристских услуг; отсутствие популярности республики как страны, обладающей богатыми природными и историко-культурными ресурсами; несоответствие качества предлагаемых туристических услуг их цене, которая не ниже, чем цена, например, в Польше или Литве, при том, что качество этих услуг уступает качеству предлагаемых аналогичных услуг в названных странах.

Существенной проблемой является законодательное обеспечение спортивного туризма. Следует также отметить слабое развитие инфраструктуры спортивного туризма (явно недостаточное количество кемпингов, хостелов, объектов питания, придорожного сервиса и многих иных объектов). Все



еще ощущается нехватка автомобильных парковок, санитарных зон и пунктов по продаже сувенирной продукции на территории основных туристических объектов.

#### *Список литературы*

1. Изотова М. А., Матюхина Ю. А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. М., 2006. 223 с.

2. О туристском ваучере: Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 13 июля 2007 г. № 18 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 10 августа 2007 г. № 8/16943.

3. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг.: постановление Совета Министров Республики Беларусь 23 марта 2016 г. № 232 (в ред. от 2 октября 2018 г. № 709) // Нац. правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.10.2018, 5/45651.

4. Об утверждении инструкции об организации участия обучающихся учреждений образования в туристских походах и экскурсиях: Постановление Министерства образования Республики Беларусь от 17 июля 2007 г. № 35а // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 2 августа 2007 г. № 8/16904.

5. Решетников Д. Г. География туризма Беларуси: пособие для студентов. Минск: БГУ, 2012. 303 с.

**УДК 796.55**

*Светлана Александровна Москаленко,  
студентка,  
Иркутский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия*

*Любовь Федоровна Матвеева,  
канд. геогр. наук, доцент,  
Иркутский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия*

### **Некоторые аспекты развития спелеологии и спелеотуризма в Иркутской области**

*В статье отражены ресурсы, проблемы и перспективы развития спелеотуризма в Иркутской области. Рассматриваются вопросы истории создания спелеоклубов, безопасности участников маршрутов, проблемы освоения рекреационных ресурсов пещер.*

**Ключевые слова:** *спелеология, спелеотуризм, пещеры, клубы спелеологов, рекреационный потенциал пещер, экскурсионное обслуживание, спелеотур*

**Svetlana Aleksandrovna Moskalenko,**

*Student,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

**Lubov Feodorovna Matveeva,**

*Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,*

*Irkutsk State University,*

*Irkutsk, Russia*

### **Some Aspects of the Development of Speleology and Caving in the Irkutsk Region**

*The article reflects the resources, problems and prospects for the development of speleotourism in the Irkutsk region. The history of speleoclub creation, the safety of route participants, the problems of developing the recreational resources of the caves are considered.*

**Keywords:** *speleology, speleotourism, caves, speleologists clubs, recreational potential of caves, excursion services, speleotour*

Спелеология (от греч. *spelaiion* – пещера) – наука, занимающаяся изучением пещер, их происхождением, морфологией, микроклиматом, водами, растениями, современной и древней пещерной фауной, остатками материальной культуры людей каменного века, наскальными рисунками и скульптурными изображениями, современным использованием [1].

Термин «карст» происходит от названия плато Карст (Динарский Карст) в Югославии, где широко распространены пещеры. Пещера – это углубление, полое пространство под землей или в горном массиве, имеющее выход наружу. Основным условием образования пещер является наличие водорастворимых (карстовых) пород – это известняки, реже доломиты, гипс, ангидриты, каменная соль. Пещеры уникальны по красоте, но экологически это очень ранимые объекты. Сталактиты, сталагмиты и другие натёки, которые часто встречаются в пещерах, формируются в течение сотен лет [2].

Под спелеологией понимают не только науку, но и вид туризма, связанный с посещением пещер в спортивных или научных целях. Такие походы играют большую роль в местном туризме и краеведении. Пещерами для спелеотуризма приня-

то называть подземную полость в верхней части земной коры, которая соединена с поверхностью одним или несколькими выходными ходами. Пещеры, для прохождения которых необходимы специальные технические средства и навыки, делятся на девять категорий сложности (1, 2А, 2Б, 3А, 3Б, 4А, 4Б, 5А, 5Б). Главным критерием, который определяет категорию сложности пещеры, является продолжительность путешествия, количество препятствий, и их сложность [3].

Спелеология и спелеотуризм активно развивались в советское время, но в девяностые годы прошлого века и нулевые нового столетия эта мощная база была практически разрушена. И только недавно началось возрождение данного активного вида отдыха в России. Во многих городах вновь стали открываться спелеологические клубы, где подготовленные специалисты дают теоретические знания всем желающим и оттачивают навыки на практике в пещерах с туристами.

На территории России имеются регионы, которые являются пригодными для проведения спелеологических маршрутов. Основные центры расположены в Крыму, на Камчатке (ледяные пещеры), Красноярском, Краснодарском, Алтайском, Пермском краях, Иркутской области и др.

Иркутская область располагает уникальными ресурсами, которые позволяют рассматривать регион как перспективный для развития спелеотуризма: на территории открыто и в какой-то степени изучено более 200 пещер. Из них 49 имеют длину более 100 м, 7 – более 1000 м. Большинство пещер находятся в малоосвоенных районах, они труднодоступны и не оборудованы. Для того чтобы дойти до них, часто требуется совершить переход продолжительностью от 5 до 17 часов.

Привлекательность пещер зависит от достопримечательностей – геологических, ископаемых остатков, культурных объектов. Где-то есть следы пребывания древнего человека, где-то пещеры имеют целительные свойства. В зависимости от особенностей пещеры Иркутской области интересны как для учёных, так и для специалистов турбизнеса. К примеру, для тех, кого интересует геологическая наука, привлекательны Мечта, Охотничья, Ая, Ботовская, Аргаракан. Для археологов

и этнографов наиболее интересны Часовня, Ая, Шаманская. Палеонтологам и специалистам по спелеофауне интересны Нижнеудинские пещеры, Охотничья, Ботовская, Аргараканская, где найдено много останков древних и современных животных [5].

Самая знаменитая пещера Иркутской области – Ботовская, находится в Жигаловском районе, в 90 км от поселка Жигалово, недалеко от устья реки Бота. Пещера является самой протяженной пещерой на территории России, ее длина составляет более 66,5 км. Пещера сложена из песчаника и известняка, представляет собой лабиринт ходов, уходящих вглубь горного массива. В ней имеются озера длиной до 10 м и глубиной до 1,5 м. Добраться до пещеры проще всего зимой, когда река Лена покрыта льдом. В 1947 г. геологи исследовали и описали первые 300 метров, однако активно пещера стала изучаться только с конца 80-х гг. В феврале 1999 г. спелеологи вывели ее по протяженности ходов на первое место в России [4].

В Иркутской области спелеотуризм бурно развивался с советских времен. В 1969 году появилось две спелеосекции – при политехническом институте и при иркутском клубе туристов. 70–80 годы были временем бурного развития самодельного туризма СССР. Как раз в эти годы открыто и исследовано большинство известных на сегодня пещер региона. В 1975 г. впервые был проведен спелеолагерь на Байкале. История современной иркутской спелеологии не прекращалась ни на год, несмотря на то, что в постперестроечные времена была прекращена работа некоторых клубов и секций.

В плане безопасности иркутские спелеологи не экстремалы – это подтверждается и статистикой: не отмечено ни одного трагического случая на спелеомаршрутах или на тренировках за 50 лет. Самые сложные травмы – это несколько переломов ног и рук, что гораздо чаще встречается в обычных спортивных секциях. Путь новичка в спелеоклубе начинается с изучения основ безопасности, взаимопомощи и спасательных работ, не только теоретически, но и на практике – в спортзале и на реальных скалах. У настоящих спелеологов существует ряд этических «вечных» договоренностей и правил, которые

передаются из поколения в поколение, и зачастую бумажно даже как-то не регламентированы, так называемый своеобразный этический кодекс [6].

С 2010 года в отделе природы Иркутского областного краеведческого музея проводится выставка «По пещерам Прибайкалья», которая уже стала традиционной. В выставке принимают участие клубы спелеологов: Иркутский областной клуб спелеологов (ИОКС), Клуб «Академия» (ИИМТ), Иркутский детский клуб спелеологов (ИДКС) «Мечта», Ангарский клуб туристов. Организатором традиционно является Областной спелеоклуб совместно с клубом «Академия» (ИИМТ). Также на выставке все желающие могут записаться в любой из понравившихся клубов спелеологов [7].

С начала 2017 года в иркутской библиотеке имени И. И. Молчанова-Сибирского проходят лекции «Как образуются пещеры?», «Спелеология. С чего начать?» и др. в рамках спелеосекции, организованной при Молодежном клубе Иркутского областного отделения Русского географического общества (ИОО РГО). Клуб запускает новый формат мероприятий – секцию активно-познавательного туризма. В рамках секции проводятся теоретические занятия, семинары, практические занятия, и, конечно же, походы и экспедиции [8].

В настоящий момент успешно работает клуб спелеологов «Арабика», организованный еще в 1989 году. Основными направлениями работы клуба являются поиск, исследование и картирование пещер, экологические проекты и др. В клубе занимаются не только опытные спелеологи, ученые, студенты высших и средних учебных заведений, но и учащиеся школ, начиная с 14 лет. Ежегодно проводятся экспедиции в различные районы России и за рубежом, спелеологи открывают и исследуют новые пещеры. Каждый новичок в клубе «Арабика» проходит специальный курс обучения, а более опытные спелеологи повышают квалификацию – обучаются спасательным работам в пещерах. В каждой выездной экспедиции за безопасность ее членов отвечает руководитель команды [9].

Пещеры Иркутской области могут быть привлекательным туристическим продуктом. Научный сотрудник Института

географии им. В. Б. Сочавы, кандидат географических наук В. Преловский, который увлечен пещерами со студенческих лет, считает рекреационный потенциал подземного мира категорически недооценённым: «Одно из самых перспективных направлений в мире – спелеотуризм. Карстовую Мамонтову пещеру в штате Кентукки, самую протяженную в мире (только ее исследованная часть – 587 км), посещает более 500 тысяч туристов в год. В Айсризенвельт – ледяную пещеру в Австралии – канатной дорогой доставляется около 2,5 тысяч туристов в день. В России самую популярную пещеру – Кунгурскую, расположенную в Пермском крае, - ежегодно посещают от 50 до 80 тысяч туристов. В посещаемых пещерах все оборудовано, имеется иллюминация, обязательно есть экскурсионное обслуживание, они доступны почти для всех возрастных групп, для людей разной физической подготовки. Россия, конечно, сильно отстает в организации «пещерного» сервиса от всего мира; у нас всего восемь оборудованных пещер, тогда как в США – 169, во Франции – 110, в Японии – 94.

Проводник потребуется во многих пещерах. Но получить экскурсионное обслуживание можно только в пещере Мечта в Приольхонье, которую опекает одноименный спелеоклуб. Спелеологи берут плату за вход – 250 рублей с гражданина РФ и 500 рублей с иностранца. За эту сумму они могут провести экскурсию и дать в аренду необходимое снаряжение. Это единственная пещера с платным входом. Пещера Мечта находится на северо-западном берегу Байкала, в Тажеранских степях. Протяженность ее ходов меньше километра, глубина – всего 52 метра, но здесь очень красивые и залы, и гроты. В пещере несколько залов: Тронный – высотой до 15 м; Музыкальный, где натеки издают удивительный звон при прикосновении.

Наиболее благоприятно в отношении спелеотуризма западное побережье Байкала, где открыты более 50 пещер с различной сложностью прохождения и высокой степенью привлекательности. Было бы хорошо включить эти пещеры в экскурсионные маршруты по Большой байкальской тропе. Для познавательного туризма важны красота и таинственность, сакральность. Пещеры Мечта, Шаманская, Ая и Часов-

ня, которые обросли легендами и удобно расположены, как раз подходят под эту категорию. Крупные Охотничья, Аргараканская, Ботовская также имеют эстетические достоинства, но до них трудно добраться».

Главная сложность, по словам Владимира Преловского, в том, что в России не разработана законодательная база, регламент, который позволил бы использовать эти памятники природы без ущерба для них самих – 85 пещер в Иркутской области включено в кадастр памятников природы. Также это необходимо для развития отрасли – ведь невозможно направить туристический поток туда, где нет элементарного оборудования [5].

Чтобы открыть турпоток, лучше всего передать пещеры коммерческим структурам – как это сделано в других странах. При этом они находятся под постоянным контролем научной общественности и попечителей. Но в РФ нет законодательной базы, которая позволила бы использовать рекреационный потенциал пещер, регламентируя права и обязанности тех, кто будет их эксплуатировать. Как единственный удачный пример в России можно привести Кунгурскую пещеру, где бизнес благодаря взаимопониманию администрации города Кунгур и администрации Пермского края развивает инфраструктуру. В гостиницах на территории, примыкающей к пещере, отдыхает по несколько тысяч человек, выбравших спелеотур. В последнее время произошли некоторые изменения относительно особо охраняемых природных территорий, их все равно нужно развивать, если они особо значимы для туризма. Принят ряд законов, но нет механизмов реализации. Поэтому пока единственными «друзьями пещер», а также их самыми аккуратными посетителями остаются спелеологи и ученые. Они ждут, когда законодательная база позволит осваивать пещеры «на законных основаниях».

#### *Список литературы*

1. Бутко И. И., Ляшко Г. И., Маркин П. П., Ситников В. А. Туризм. Безопасность в программах туров и на туристических маршрутах: учеб. пособие. М.: Феникс, 2010. 360 с.

2. Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма: учебник. Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2002. 265 с.
3. Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tourlib.net/statti\\_tourism/speleoturizm.htm](http://www.tourlib.net/statti_tourism/speleoturizm.htm) (дата обращения: 12.09.2018).
4. Команда Кочующие [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.komanda-k.ru/Россия/самые-большие-красивые-и-удивительные-пещеры-россии> (дата обращения: 12.09.2018).
5. МК.RU – Пещерный потенциал: что мешает сделать пещеры туристическими объектами? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.baikal.mk.ru/social/2018/05/08/peshhernyy-potencial-cto-meshaet-sdelat-peshhery-turisticheskimi-obektami.html> (дата обращения: 12.09.2018).
6. ICS Иркутский Клуб Спелеологов «Байкал-Спелео» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ics.angarabizcon.ru> (дата обращения: 12.09.2018).
7. Пещеры Иркутской области или «Там, где не встает солнце». Иркутский краеведческий музей от 12 ноября 2010 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pribaikal.ru/irkutsk-item/article/6054.html> (дата обращения: 12.09.2018).
8. Как образуются пещеры? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ics.angarabizcon.ru> (дата обращения: 12.09.2018).
9. Арабика. Иркутск. Клуб спелеологов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.arabika-irk.ru/index/0-2> (дата обращения: 12.09.2018).

**УДК 379.85**

***Людмила Петровна Павлова,***

*канд. пед. наук, доцент,*

*Белорусский институт правоведения,*

*г. Минск, Беларусь*

## **Спортивный туризм в системе физической культуры, спорта и туризма**

*В исследовании рассматриваются вопросы, связанные со спортивным туризмом. Определяется место этого вида туризма в системе физической культуры, спорта и туризма. Спортивный туризм трактуется как комплексный вид спортивно-оздоровительного туризма, включающий в себя целый ряд различных типов, видов и форм туризма.*



*Выявляются критерии, на основе которых объединяются данные типы, виды и формы туризма в единый комплекс. Это мотивация, характер маршрута, физические нагрузки и организационные формы.*

***Ключевые слова:** спортивный туризм, физическая культура, спортивно-оздоровительный туризм, активный отдых, социальное явление, оздоровление*

**Ludmila Petrovna Pavlova,**

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor;  
Belarusian Institute of Law,  
Minsk, Belarus*

### **Sports Tourism in the System of Physical Culture, Sports and Tourism**

*The study addresses to some issues related to sports tourism. The place of this type of tourism in the system of physical culture, sports and tourism is determined. Sports tourism is treated as a complex type of sports and health tourism, which includes a number of different types, kinds and forms of tourism. Criteria for combining these types, kinds and forms of tourism into a single complex are identified. These criteria are motivation, nature of the route, physical activity and organizational forms.*

***Keywords:** sports tourism, physical culture, sports and health tourism, active recreation, social phenomenon, recovery*

Спортивный туризм относится к особому виду туризма, предоставляющему потребителям возможность стать свидетелями интересных событий в жизни общества. Поездки такого рода остаются в воспоминаниях о ярких моментах в жизни человека, которые уже не повторятся никогда, и только память туриста будет хранить их как незабываемое свидетельство произошедшего с ним или в его присутствии события.

Спортивный туризм представляет собой комплекс целого ряда форм туризма, объединённых на основе таких критериев, как мотивация, характер маршрута, физические нагрузки и организационные формы. В качестве мотивов могут выступать стремление к оздоровлению, активный отдых, желание испытать чувство экстрима и получить порцию адреналина.

Это могут быть туристские походы и путешествия, различающиеся по характеру туристского маршрута [5, с. 8].

Спортивный туризм пользуется популярностью у населения. В связи с этим следует признать необходимость развития туризма как вида спорта, поскольку он удовлетворяет потребности населения в отдыхе, общении, в то же время является частью системы физической культуры, спорта и туризма.

В системе физической культуры, спорта и туризма спортивный туризм уже не отождествляется с рекреационными упражнениями, как это было ранее, а рассматривается как вид активного спорта, физической культуры [5, с. 9].

Спортивный туризм может рассматриваться также как один из самых перспективных отраслей экономики страны.

Нередко спортивный туризм недооценивается, далеко не всегда в обществе понимают его социальную и экономическую значимость, что негативно сказывается на его развитии.

Вместе с тем социальная значимость спортивного туризма состоит уже в том, что миллионы человек во всем мире регулярно занимаются спортивным туризмом, совершая туристские походы, в том числе и многодневные.

Вместе с тем, далеко не всегда, человек, практически занимаясь спортивным туризмом, осознает это; не задумываясь о том, как называется вид его активной деятельности, он совершает походы зимой и летом, поездки на велосипеде или мотоцикле, порой даже на дальние расстояния и т. п. А ведь каждый из этих видов активной деятельности фактически относится к спортивному туризму.

Потребителями спортивного туризма являются обычные люди, предпочитающие во время путешествия заниматься понравившимся видом спорта. И совсем необязательно, что они должны обращаться в туристические фирмы, они могут стать и самостоятельными участниками походов. И. В. Зорин отмечает, что их часто называют «самодеятельными туристами» [1; 2].

По мнению О. Т. Лойко, спортивный туризм является традиционной формой туристской деятельности. Он рассматривает спортивный туризм как «вид спорта по преодолению протяженного отрезка земной поверхности, называемым маршрутом» [4]. Более того, он выходит за рамки обычного

туризма, тем не менее, представляя собой одну из форм туризма. В более широком смысле спортивный туризм – это национальный вид спорта.

Спортивный туризм относится к общенациональным видам спорта, насыщенным особой духовной атмосферой. Это социальный вид спорта, который доступен всем слоям населения, в том числе тем, которые не имеют больших доходов, поскольку нет необходимости занимаясь спортивным туризмом нести существенные материальные расходы.

Спортивный туризм является массовой, самостоятельной и социально-ориентированной сферой, образом жизни населения, действенным средством духовного и физического развития личности, оказывая поддержку здоровью и помогая оставаться в хорошей физической форме, способ формирования коммуникации людей, построенной на взаимопонимании, уважения исторических, культурных традиций жителей страны, с которыми знакомится турист.

Спортивный туризм может иметь разные цели и, соответственно им, разные направления своей активной деятельности: спортивное, исследовательское, экологическое направление и их сочетания, исполняя при этом определенные и самые разные функции. В рамках спортивного туризма реализуются те или иные мероприятия: организуются путешествия, спортивные походы, экстремальные спортивные туры и т. д.

Сущность спортивного туризма проявляется в следующей его особенности: этот вид туризма является не просто активной двигательной деятельностью, а выражается в сочетании физических и волевых качеств туриста, участвующего в том или ином виде спортивного туризма. Это выражается, например, в том, что турист самостоятельно преодолевает большие географические расстояния и сложные препятствия. Все это требует хорошей физической подготовки, предполагает наличие у туриста выносливости и различных профессиональных навыков. Исходя из этого, А. Ю. Королёв трактует спортивный туризм как «комплексный (смешанный) вид спорта типа многоборья, но повышенной протяженности и продолжительности» [3, с. 1].

Как вид спорта, туризм имеет тесную взаимосвязь с разными компонентами физической культуры, что соответствует главной цели спортивного туризма, отраженной в Программе развития спортивного туризма в Российской Федерации: «Спортивный туризм способствует развитию массовости физкультурного движения в стране» [6, с. 4; с. 16].

Анализируя систему физической культуры, спорта и туризма, можно прийти к заключению, что для вхождения туризма в подсистему спорта необходимо обладать характеристиками, присущими для компонентов физической культуры (чем, как правило, и отличается спортивный туризм от других видов спорта).

Следовательно, туризм и спорт тесно и неразрывно связаны между собой, причем спортивный туризм входит составной частью в систему физической культуры и спорта в виде активного туризма (спортивный туризм), предполагающего определённую физическую нагрузку на организм человека [5].

В развитии современного спортивного туризма наблюдается возникновение некоторых проблем, которые не были характерны для советского периода. Назовем некоторые из них.

Прежде всего, это коммерческая сторона в развитии спортивного туризма. Деловые люди в сфере бизнеса пытаются извлечь для себя прибыль с помощью некоторых видов спортивного туризма, особое внимание уделяя экстремальным его видам (причём не особо утруждая себя вопросами безопасности потребителей). Естественно, что при этом они также отнюдь не стремятся развивать массовость физкультурного движения в стране, реализуя поставленную в государственных программах по развитию спорта и туризма цель.

В качестве второй проблемы можно назвать исчезновение некоторых запретов и ограничений в связи с демократизацией общества и появление в связи с этим новых подвидов спортивного туризма (например, тех же экстремальных видов). В погоне за прибылью бизнесмены нередко упускают из виду элементарные меры, необходимые для избегания неоправданных рисков и соблюдения правил безопасности, тем более, что старые инструкции устарели, а новые не созданы.

Не менее важной проблемой является и отсутствие или недостаточная подготовка специалистов в сфере новых подвидов спортивного туризма, а также их законодательное обеспечение.

#### *Список литературы*

1. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.
2. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2005. 288 с.
3. Королёв А. Ю. Географические и тактические аспекты спортивного туризма // Географический вестник. 2008. № 2. С. 1–9.
4. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2005. 152 с.
5. Организация спортивного туризма: учеб. пособие / под ред. Ю. Н. Федотова. М.: Советский спорт, 2010. 512 с.
6. Программа развития спортивного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 гг. М., 2011. 97 с.

**УДК 338.48 (470.621)**

***Зарема Аюбовна Ханахок,***

*канд. экон. наук, доцент,*

*Майкопский государственный технологический университет,*

*г. Майкоп, Россия*

### **Роль событийного туризма в привлечении туристов в Республику Адыгея**

*В статье рассматривается роль событийного туризма как эффективного инструмента привлечения в регион туристов. В ней нашли отражение особенности событийного туризма и дана классификация событийных мероприятий, проводимых на территории Республики Адыгея.*

***Ключевые слова:*** *событийный туризм, событийные мероприятия, имидж территории, бренд, брендинг территории*

**Zarema Ayubovna Khanakhok,**  
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor;*  
*Maikop State Technological University,*  
*Maikop, Russia*

## **The Role of Event Tourism in Attracting Tourists to the Republic of Adygea**

*The article discusses the role of event tourism as an effective tool to attract tourists to the region. Also, it reflects the features of event tourism and provides a classification of event activities held in the territory of the Republic of Adygea.*

**Keywords:** *event tourism, event management, image of the territory, brand, branding territory*

В условиях рыночных отношений роль событийного туризма, как одного из наиболее перспективных видов туризма, как в Республике Адыгея, так и в России в целом, возрастает.

На сегодняшний день рынок событийного туризма России находится на стадии развития. Следовательно, степень его влияния на социально-экономическое развитие практически всех российских регионов пока еще минимально.

Событийным туризмом считается туризм, который направлен на то, чтобы как можно большее количество людей посетило различные общественные мероприятия, имеющие привязку к конкретной территории, содействующие успешному развитию туризма, созданию положительного образа территории, а также продвижению регионального турпродукта [1].

Основными видами, включающимися в событийный туризм, являются гастрономический, образовательный и другие. Отличительной особенностью событийного туризма является то, что обычные туристские и экскурсионные услуги, а также объекты показа в рамках культурного и рекреационного туризма формируются в новый туристический продукт, сочетающий в себе устоявшиеся формы отдыха с праздничной атмосферой и объективной возможностью принятия участия в данном процессе. Всё это в значительной степени усиливает эффект и делает туристический продукт привлекательнее для туристов [2].

Специфичность событийного туризма заключается в том, что должны быть соблюдены следующие условия:

- неразделимость основной цели путешествия с действием, свершающимся в определенном месте в определенный момент;

- событие, которое лежит в основе тура, должно быть уникальным и аутентичным;

- если турист имеет возможность лично участвовать в происходящем событии, происходит не только укрепление имиджа страны на национальном уровне как доброжелательного и толерантного государства, но и создается импульс, развивающий туристскую инфраструктуру [4].

В республике Адыгея уделяется особое внимание формированию имиджа и созданию позитивной картины региона. В связи с этим, огромное значение придается событийному туризму. На современном этапе событийный туризм в республике не только многообещающий и движущийся вперед сегмент внутреннего туристского рынка, но и действенный инструмент привлечения туристов [3].

Туристские ресурсы Адыгеи представлены богатейшим культурным наследием, неповторимой природой, усовершенствованными системами транспортного сообщения, связи и коммуникаций.

В Адыгее насчитывается несколько природоохранных зон: Кавказский государственный биосферный заповедник, расположенный на территориях Республики Адыгея и Краснодарского края, ряд уникальных природных памятников, национальный природный парк «Горная Адыгея». Большая слава идет о пешеходных горных и конных маршрутах.

На территории РА расположено 370 единиц государственных учреждений культуры и искусства, в том числе: 153 учреждения составляют библиотечную сеть, 130 клубных заведений, 35 кинотеатров и киноустановок, 23 образовательных учреждения, 8 музеев, 9 театрально-концертных организаций, 1 картинная галерея, инспекция по охране памятников истории и культуры и т. д.

В последние годы в республике наблюдается увеличение количества разнообразных культурных и спортивных

мероприятий, необычных фестивалей, ярмарок. Проведение подобных мероприятий в значительной степени влияет на социально-экономическое состояние территории и увеличение числа посетителей региона.

Ускорению процессов развития инфраструктуры туризма способствуют событийные мероприятия, которые формируют привлекательность и положительный имидж республики. Событийный туризм является наглядным средством популяризации национальных и культурных традиций и обычаев.

В таблице 1 приведена классификация основных событийных мероприятий в Республике Адыгея в 2018 году [5].

*Таблица*

**Основные событийные мероприятия  
в Республике Адыгея в 2018 году**

<i>Классификационный признак</i>	<i>Мероприятия</i>	<i>Место проведения</i>
Культурные события	Фестиваль бэккантри и фрирайда «Лагонаки»	Плато Лагонаки
	День черкесского национального костюма	г. Майкоп, столица Республики Адыгея
	Международный фестиваль адыгской (черкесской) культуры	г. Майкоп, столица Республики Адыгея
	Киноакция «Неделя адыгского кино»	г. Майкоп, столица Республики Адыгея
	Региональный фестиваль «Нартские песни и наигрыши»	ГБОУ ДО РА «Адыгейская Республиканская детская школа искусств имени К. Х. Тлецерука»
Спортивные события	Высокогорная гонка на собачьих упряжках «Лагонаки 2018»	Плато Лагонаки
	Туристско-спортивные игры «Интерралли Белая-2018»	пос. Хамышки
	Открытый чемпионат РА по рафтингу	г. Майкоп, столица Республики Адыгея



Окончание табл.

<b>Классификационный признак</b>	<b>Мероприятия</b>	<b>Место проведения</b>
Гастрономические события	Праздничный день «Халуж»	Республика Адыгея, Майкопский район, пос. Каменноостровский
	Ежегодный фестиваль адыгейского сыра	Республика Адыгея, Майкопский район, трасса: Майкоп – Гузерипль, 7 км на развилке автодорог: Гузерипль – Лаго-Наки, Даховская поляна
	Ежегодный фестиваль черкесской груши	водопады Руфабго в Республике Адыгея

Рассмотрим более подробно некоторые из приведенных в таблице мероприятий.

1. Ежегодный фестиваль адыгейского сыра.

Мы все понимаем, что брендинг территории является одним из главных процессов создания имиджа региона. Данный процесс невозможен без наличия у региона товаров-брендов. Адыгейский сыр является визитной карточкой Республики Адыгея. Следовательно, фестиваль сыра очень популярен и с каждым годом количество посещающих его увеличивается. В 2018 году данный показатель достиг уровня 12 тыс. человек. На данном мероприятии можно увидеть не только технологию производства сыра, но и традиции и обычаи адыгского народа. Фестиваль адыгейского сыра направлен на развитие событийного туризма.

2. Фестиваль бэккантри и фрирайда «Лагонаки». Фрирайд как вид туризма в Адыгее только на стадии внедрения. Чтобы принять участие в данном фестивале, необходимо иметь хорошую физическую подготовку, уметь кататься на лыжах как минимум на среднем уровне, чтобы покорить снежную целину. Тем не менее, это сильно привлекает туристов в регион и способствует усилению позитивной картины Адыгеи.

3. Фестиваль адыгской (черкесской) культуры является мероприятием, объединяющим людей разных национально-

стей, разной территориальной принадлежности: Адыгеи, Иордании, Турции, Карачаево-Черкессии, Кабардино-Балкарии и т. д. Каждый из этих регионов принимает участие в данном ежегодном мероприятии, донося свою культуру и обычаи через танец, живопись, песню, народные инструменты и др. Такие событийные мероприятия способствуют сплочению всех народов и развитию событийного туризма.

4. Гонка на собачьих упряжках «Лагонаки 2018» – это один из немногих видов спорта, который использует природные факторы без вмешательства человека. Тем более, они проходят на территории Кавказского биосферного заповедника.

И последнее мероприятие, на которое хочется сделать акцент, это Интерралли Белая. Это региональные соревнования по рафтингу. Причем могут принять участие и юниоры в возрасте до 16 лет. В рамках данного мероприятия проходит также фестиваль песни для российских бардов.

В настоящее время в Республике Адыгея проводятся все новые и новые событийные мероприятия, фестивали, которые способствуют формированию бренда территории и делают ее привлекательной для туристов.

Таким образом, событийный туризм плодотворно решает вопросы интеграции современного общества, способствует формированию толерантных взаимоотношений между представителями различных национальных, этнических и иных социальных групп.

Подытоживая, можем сделать вывод, что событийный туризм в РА является перспективным направлением туризма, способствует развитию экономики, развитию инфраструктуры республики, а также увеличению туристского потока.

#### *Список литературы*

1. Арженовский И. В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/articl/a56.htm> (дата обращения: 19.09.2018).

2. Иваницкая Т. Ю. Событийный туризм как концепт развития региона в условиях глобальной экономики // Событийный туризм – основа реализации туристского потенциала территорий: актуальные задачи, проблемы и перспективы развития. М., 2016. С. 94–103.

3. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 № 941-р (ред. от 26.10.2016) // КонсультантПлюс.

4. Событийный туризм и маркетинг территорий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.geobranding.ru> (дата обращения: 12.09.2018).

5. Сайт комитета Республики Адыгея по туризму и курортам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.adygcomtur.ru/> (дата обращения: 12.09.2018).

УДК 338.48

*Ольга Александровна Лях,*

*старший преподаватель,*

*Забайкальский государственный университет,*

*г. Чита, Россия*

### **К вопросу о развитии этнографического туризма на территории Забайкальского края**

*В статье обоснована актуальность развития этнографического туризма в Забайкальском крае. Выявлены этносы, на базе культуры которых можно развивать этнографический туризм. Предложены формы развития данного вида туризма.*

**Ключевые слова:** туризм, виды туризма, этнографический туризм, русская культура, Забайкальский край

*Olga Alexandronva Lyakh,*

*Senior Lecturer,*

*Transbaikal State University,*

*Chita, Russia*

### **On the Development of Ethnographic Tourism in the Transbaikal territory**

*The article substantiates the relevance of the ethnographic tourism development in the Transbaikal region. Ethnoses on the basis of culture of which it is possible to develop ethnographic tourism are revealed. The forms of development of this type of tourism are offered.*

**Keywords:** tourism, types of tourism, ethnographic tourism, Russian culture, Transbaikal region

Сегодня туризм играет одну из первостепенных ролей в мировой экономике, его темпы постоянно растут. Если учесть то, что в мире живет более 2000 национальностей, то этнографический туризм является не только перспективным, но и довольно популярным направлением туристской индустрии.

Познание культуры, архитектуры, быта и традиций народа, проживающего сейчас и проживавшего когда-либо на определённой территории, является фундаментом этнографического вида туризма, цель которого – посещение и знакомство с разного рода этнографическими объектами.

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. Познание этнических особенностей других культур позволяет составить целостную картину многостороннего мира с уникальными в своей индивидуальности народами и народностями. Этнический туризм содействует более тесным связям между представителями этих народов, включению их культуры в мировое культурное наследие.

Понятийный аппарат этнографического туризма обширен и неоднозначен, как многие другие виды туризма имеет несколько схожих классификаций и свои особенности в организации. В данной статье было взято за основу следующее определение: этнографический туризм – это вид культурного и познавательного туризма в процессе осуществления которого происходит знакомство с культурой и бытом определённого народа, его костюмами, языком, фольклором, традициями, обычаями, этническим творчеством, рассчитанный на широкий круг туристов [1].

В мировой практике за основу для развития этнографического туризма зачастую берут малочисленные народы, однако в России распространены различные формы этнографического туризма, знакомящие иностранных и российских туристов с культурой самой многочисленной нации на территории Российской Федерации – русскими, а также с культурами

различных народов, живущих на территории РФ. Наиболее распространён этнотуризм в европейской части России, здесь подобного рода «деревни» можно встретить в окрестностях каждого крупного турцентра, за Уралом этнодеревни встречаются, но гораздо реже.

Таким образом, изучение этнографического туризма как перспективного вида туризма для устойчивого развития территорий, на которых проживают интересные для туристов народы, а также организация разного рода мероприятий связанных с этнографией, представляется весьма актуальным.

Туристические ресурсы Забайкальского края дают возможность развивать различные виды туризма. Богатые природными ресурсами территории края позволяют создавать и продвигать на туристическом рынке (как международном, так и внутреннем) объекты экологического, рекреационного, сельского, лечебно-оздоровительного, экстремального и др. видов туризма. Рассматривая край с точки зрения его истории, список видов туризма, которые возможно развивать здесь, можно расширить, добавив гастрономический, религиозный, этнографический и др.

Забайкальский край – территория особого этнографического значения, обладающая большим потенциалом для развития этнографического туризма, но в связи с экономическими и другими трудностями, существующими в крае, этнографический туризм развивается локально и довольно медленно.

Находясь на границе с несколькими государствами, Забайкальский край является огромной территорией с многонациональным населением, следовательно, здесь сосуществуют богатая история и культура разных народов, а значит большой потенциал для развития этнографического туризма. Сегодня в Забайкалье этнотуризм развивается в 5 направлениях:

- культура и быт эвенков;
- культура и быт бурят;
- культура и быт семейских;
- культура и быт казаков;
- культура и быт русских.

В последнее время в Забайкальском крае делают ставку на наиболее прибыльный въездной туризм, что обусловлено повышенным интересом к русской истории и культуре у граждан соседних государств, таких как Китай, Монголия, Япония. Туристы из этих стран приезжают в наш регион с вполне определенными целями, основными являются:

- посещение мест захоронения предков;
- посещение священных для буддистов мест;
- знакомство с Россией и русской культурой.

Являясь приграничным регионом, Забайкальский край может привлечь иностранцев не только объектами паломнического или ностальгического туризма, но и этнографического, ведь самобытная русская культура очень разнообразна и может заинтересовать туристов приехавших с разными целями, возможностями и интересами. Ни для кого не секрет, что большое количество китайских граждан достаточно увлеченно изучают (насколько им позволяют разного рода возможности) русскую культуру.

Проанализировав рынок спроса и предложения туров и экскурсий по Забайкальскому краю можно сделать вывод, что наиболее популярны экскурсии по историческим достопримечательностям города Читы, посещение религиозных объектов различных конфессий, и знакомство с природой Забайкалья, не подвергшейся сильному антропогенному воздействию.

В результате анализа состояния этнографического туризма в Забайкальском крае мы пришли к выводу о том, что сегодня туристам предлагается минимальное количество этнографических туров. Прежде всего, это связано финансовыми трудностями как в плане развития данного вида туризма, так и в плане трат туристов. Из предложенных этнографических мероприятий по привлечению туристов в край наиболее популярными являются этнографические фестивали. Большинство фестивалей проводятся на регулярной основе, ежегодно привлекая всё большее внимание общественности. Туристических баз и комплексов этнографического профиля в Забайкальском крае крайне мало. Причина в экономических проблемах тех,

кто организывает этнокомплексы и тех, кто стремится их посетить, а также с географической труднодоступностью некоторых районов края (особенно северных).

Для выявления аудитории, которую интересуют этнографический туризм, нами был проведен опрос жителей г. Читы и туристов из КНР, результаты которого показали, что респондентам интересен этнографический туризм, и они готовы проводить свой отдых в этнографических туристских центрах, в том числе их заинтересовало предложение провести отдых на территории этнографического комплекса, направленного на погружение в культуру и быт русского народа.

Все вышеизложенное привело к возникновению идеи разработки проекта «Русская усадьба», который объединит наиболее популярные и перспективные виды туризма, а также различные формы организации деятельности самого проекта.

Основным видом туризма, на котором и строится концепция проекта, является этнографический, в последствие к нему примыкают: экологический, сельский и некоторые другие виды.

Проект «Русская усадьба» подразумевает под собой этнографический комплекс, включающий традиционное русское питание и проживание в домах, оформленных в русском стиле с возможностью разнообразного проведения досуга и участия в различных анимационных программах, созданных для различных категорий туристов с различными финансовыми и физическими возможностями.

Важная специфическая особенность этнического туризма – диверсификация его структуры, обусловленная дифференциацией интересов и потребностей туристов. В настоящее время возросла потребность туристов в аутентичном опыте и продуктах, что подразумевает не столько экскурсию в стилизованную деревню или посещение музея этнографии, сколько проживание у местного населения с частичным или полным погружением в культуру и быт народа. Тем не менее, воплощение в жизнь проекта «Русская усадьба» для Забайкальского края является актуальным, т.к. одна из целевых аудиторий – это китайские туристы, которые являются представителями

коллективистской культуры. Во многих странах с коллективистской культурой мы можем увидеть у туристов стремление отдохнуть, основанное на важности получения в рамках путешествия социального взаимодействия, чувства наслаждения природными объектами, получения групповых видов активностей [3; 4].

#### *Список литературы*

1. Святоха Н. Ю., Филимонова И. Ю. Подходы к классификации этнического туризма // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 4. С. 179–183.
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
3. Kozak M. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations // Tourism Management. 2001. No 23. P. 221–232.
4. Reisinger Y. International tourism: Cultures and Behavior. Oxford, 2009.



## ТУРИЗМ И КРАЕВЕДЕНИЕ

УДК 338.486:711.2

**Оксана Валерьевна Ивлева,**

*канд. пед. наук, доцент,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

**Валерия Сергеевна Толюпа,**

*студентка,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

### **Разработка квест-тура по острову Иммануила Канта в городе Калининграде**

*Данное исследование было посвящено разработке квест-тура по острову И. Канта, с целью повышения фактора аттрактивности у туристов данного исторического места. Кроме того, было изучено понятие «квест» и его особенности.*

**Ключевые слова:** *квест, квест-тур, Иммануил Кант, туризм, туристская инфраструктура*

**Oksana Valerievna Ivleva,**  
*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

**Valeriya Sergeerva Tolyupa,**  
*Student,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

## **The Development of a Quest Tour Around the Island of Immanuel Kant in Kaliningrad**

*This research was devoted to the development of a quest tour around the island of Kant, with the aim of increasing the attractiveness of this historical site for tourists. In addition, the concept of "quest" and its features were studied.*

**Keywords:** *quest, quest tour, Immanuel Kant, tourism, tourist infrastructure*

С каждым годом сфера туризма развивается всё сильнее. Сейчас наибольшую популярность набирают так называемые квест-туры.

Что же такое «квест»? В переводе с английского *quest* означает «поиск, выполнение поручений».

В 1990-х годах во многих странах мира стали играть в квесты-головоломки, а в 2006 году появился один из первых реальных квестов, каким мы знаем его сегодня. Назывался он «Origin» и составлялся по мотивам знаменитых произведений Агаты Кристи. Со временем этот жанр получил широкое распространение по всему миру [3].

Почему люди разного возраста играют в эти игры, чем интересно прохождение квестов? Такие игры помогают человеку [4]:

- развить логику;
- стать интеллектуальнее и сообразительнее;
- получить новые знания.

На сегодняшний момент существует 5 основных жанров квеста:

1. «Эскейп – рум» – классический и наиболее популярных вид игр-квестов. Главная цель выбраться из запертой комнаты, разгадав все головоломки. Команде даётся строго отведённое время, за которое они должны открыть двери комнаты. Участникам следует проявить смекалку, включить логику и воображение.

2. «Перформанс» – может проводиться, как в комнате, так и в любом другом пространстве. Героям надо либо выбрать из комнаты за определённое время, либо достичь любой иной цели. Существенным отличием от экскейп-рума является то, что каждому участнику отведена своя роль, а роли второго плана играют актёр, которые могут помогать участникам или наоборот сбивать их с пути.

3. Квест в реальности («Живой» квест) – здесь присутствует определённый сценарий, который игроки должны попытаться повторить, например, как в фильме «Гарри Поттер», победить Тёмного Лорда. Выполняя определённые задания нужно проиграть поэтапно сценарий.

4. «Морфеус» – происходящий в воображении, квест – нереальность. Участникам завязывают глаза и все остальные органы чувств обостряются. С завязанными глазами, но максимальным слухом, осязанием и обонянием, героям предстоит решить ряд поставленных задач.

5. «Спортивный квест» (экшн-игра) – в данном жанре предстоит не только решать различные головоломки, но и проверить свои физические способности. Возможно, придётся пролезть в узкую щель или взобраться по трубе вверх, перепрыгнуть большую яму и т. д.

Квест – одна из наиболее безобидных игр, т. к. в ней не приходится убивать и сражаться. Их особенность – невозможность продвинуться дальше, не выполнив текущую задачу [21].

Для проведения квеста в городе Калининграде был выбран остров Канта (бывший Кнайпхоф), т. к. это место обладает удивительной историей, потому что прежде здесь находился процветающий немецкий городок с густой застройкой, сейчас в это совершенно трудно поверить, так как на острове сохранилось единственное здание – Кафедральный собор.

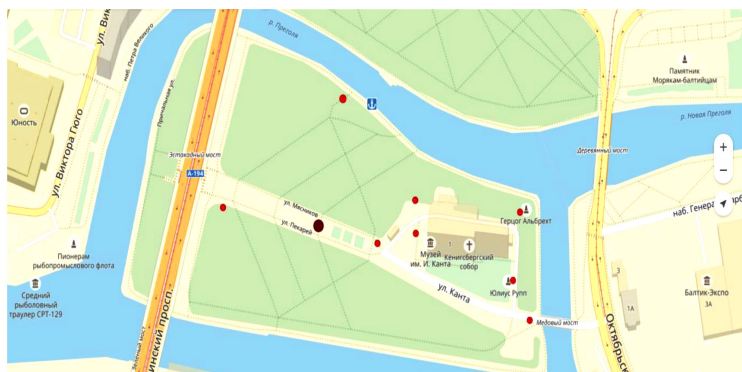
Первое упоминание острова как Кнайпхоф относится к 14 веку. Здесь жили в основном купцы, т. к. городок находился в выгодном для ведения торговли положении – на пересечении двух сухопутных и одного речного торгового пути. Дома строились неширокие, примерно 4,5–5 м в ширину, но высокие. Фасад каждого строения старались искусно украсить лепнинами и декором. Город обладал своей армией, раутушей и церковью.

Для ознакомления с прошлым данной территории был разработан квест – тур «Письмо из Кнайпхофа» для школьников среднего, старшего звена и студентов университетов. На наш взгляд, освоение материала в игровой форме проще и доступнее.

Время проведения игры четко структурировано. Первые 20 мин – погружение в легенду квеста: знакомство участников с историей места, в котором будет проходить игра, время на командообразование, предположительно, 5–10 минут, далее, выдача командам заданий, начало игры, где на прохождение одного этапа будет отведено 8 минут, перемещение между этапами составит 2–3 минуты.

Всего в квесте будет принимать участие 4 команды до 10 человек в каждой.

Игрокам предстоит преодолеть 9 контрольных точек – 8 основных и 1 итоговую. План со всеми станциями представлен ниже (см. рисунок).



*Рисунок.* Схема расстановки станций квест-тура

На каждом этапе командам предстоит найти какой – то предмет, который будет означать некое исчезнувшее слово из итогового текста. На последнем этапе ребятам потребуется собрать все предметы и названия и отдать их ведущему, который в свою очередь будет выдавать исчезнувшие слова в соответствии с найденными трофеями. Победит та команда, которая быстрее составит оригинальный текст.

4 команды будут стартовать с одной точки – в центре острова. Игрокам раздадут план, с нанесёнными на него этапами и список заданий. Названия пунктов будут неизвестны. Проходить все точки участники могут в любом порядке, это не повлияет на конечный результат.

1 этап – Медовый мост.

2 этап – памятник Альбрехта Бранденбургского.

3 этап – памятник великому посольству Петра I.

4 этап – закладной камень с фундамента Кёнигсбергского замка.

5 этап – информационный стенд с изображением Соборной улицы.

6 этап – информационный стенд с изображением Капустного рынка.

7 этап – скульптура «Гагарин».

8 этап – фотозадание.

9 этап – финальный. Все команды собираются в центре. Перед каждой стоит стол, на нем состаренные листы с неправильным текстом и маркеры, чтобы исправлять ошибки. Модератор меняет найденные необычные предметы на слова и засекает 3 минуты.

Оригинальный текст звучит так: «Его лекции носили характер приятной беседы; он говорил о каком-нибудь авторе, но думал за него сам, развивая дальше его мысли. Он не знал, что такое интрига... он не стремился вербовать последователей, не прилагал специальных усилий к тому, чтобы его имя было на устах у молодежи. Он не признавал никаких назиданий, диктовки, догм. Естественная история и жизнь природы, история народов и человека, математика и опытное знание были теми источниками, откуда он черпал свою всеоживляющую

мудрость. К ним он отсылал своих слушателей; его душа жила обществом...» [2]. Этот текст команды должны составить в конце квеста, чтобы получить приз – письмо от И. Канта.

Победителем будет считаться команда, которая закончила раньше всех.

Подводя итог, можно сделать вывод, что квест привлечёт внимание к уникальной истории острова Канта. Игроки знакомятся с некоторыми географическими объектами ушедшего города Кнайпхофа, скульптурами парка и основными объектами острова.

Поскольку немногие школьники и студенты интересуются историей родного края, то квест будет приятным поводом погрузиться в захватывающую игру и узнать пусть совсем немного, но некоторые исторические факты про Кёнигсберг и Кнайпхоф.

#### *Список литературы*

1. Жёлудь [Электронный ресурс] // Краткая энциклопедия символов. Режим доступа: <http://www.symbolarium.ru/index.php> (дата обращения: 23.09.2018).
2. «Царство целей» Иммануила Канта – блог Романа Авдеева [Электронный ресурс] // Живой Журнал. Режим доступа: <https://www.avdeev-roman.livejournal.com/207479.html> (дата обращения: 23.09.2018).
3. Что такое квест и в чём его суть? [Электронный ресурс] // База ответов на любые вопросы. Режим доступа: <http://www.mnogo-otvetov.ru/dosug/chto-takoe-kvest-i-v-chem-ego-sut> (дата обращения: 23.09.2018).
4. Что такое квест, квест-комната и квесты в реальности [Электронный ресурс] // Женский журнал WomanAdvice.ru – советы на все случаи жизни. Режим доступа: <http://www.womanadvice.ru/chto-takoe-kvest-vidy-kvestov-i-pravila-ih-prohozhdeniya> (дата обращения: 23.09.2018).

**Оксана Валерьевна Ивлева,**

*канд. пед. наук, доцент,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта,  
г. Калининград, Россия*

**Полина Викторовна Ушанова,**

*студентка,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта,  
г. Калининград, Россия*

### **Разработка квеста «Тайна “Шоколадницы”» по территории посёлка Железнодорожный**

*Статья посвящена разработке интерактивного занятия (квеста) на территории посёлка Железнодорожный. Показаны преимущества интерактивного занятия над экскурсией и перспективы развития исторической застройки. Авторами предложены некоторые задания квеста.*

**Ключевые слова:** *туризм, культурно-историческое наследие, квест, экскурсия*

**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*

### **Quest Development “Chocolate Girl Secret” in the Territory of the Settlement Zheleznodorozhny**

*The article is devoted to the development of interactive assignments (quest) in the settlement Zheleznodorozhny. The advantages of the interactive assignments over excursions and the prospects for the development of historical buildings are shown. The author suggested some tasks for the quest.*

**Keywords:** *tourism, cultural and historical heritage, quest, excursion*

Калининградская область уникальна и не похожа на другие субъекты Российской Федерации. Её неповторимость заключается в истории. Пруссы, немцы (Тевтонский Орден, правители Герцогства Пруссия и Королевства Пруссия) и русские

(СССР и Российской Федерации). Каждая эпоха оставила свой след. Больше всего на этой территории памятников историко-культурного наследия немецкой эпохи. Это административные и жилые постройки в Калининграде XIX – начала XX вв., кирхи и замки Орденского периода на всей территории региона, фортификационные сооружения Кенигсберга (нынешний Калининград) и Пиллау (нынешний Балтийск).

По мнению туристов одним из самых колоритных населённых пунктов региона является посёлок городского типа Железнодорожный, сохранивший как ни один другой городок, следы истории.

Богатая история местности привлекает туристов, но состояние исторической застройки на сегодняшний день плачевное, что отрицательно сказывается на туристском потоке в посёлок. В посёлок Железнодорожный в настоящее время проводят всего 2 экскурсионные поездки – «По следам Наполеона», включающая обзорные экскурсии по Багратионовску, Правдинску, Железнодорожному, Гусеву и Озёрску, а также отдельную экскурсию по Правдинску и Железнодорожному. Существуют и самостоятельные туристы, которые посещают посёлок и его достопримечательности. Но, в основном, они не задерживаются здесь более двух часов. Следовательно, их непродолжительное пребывание не приносит прибыль.

Что же можно предпринять, чтобы заинтересовать местное население и туристов из России посетить поселок Железнодорожный? Разные интерактивные мероприятия. Это могут быть театрализованные и виртуальные экскурсии или квесты. Главной особенностью (и сложностью одновременно) интерактивных занятий является работа с подлинными вещами. Использование интерактива, театральности или виртуальности без прикрепленной к ним подлинной истории, может привести познавательную экскурсию в шоу [2].

Нами был выбран вид интерактивного занятия – квест. Большая территория поселка и сооружения внутри неё, обладают исторической ценностью для познавательной экскурсии. Как место экскурсионного показа и как место для локации квеста могут служить целый ряд достопримечательностей:



1. Замок Гердауэн (XIV века).
2. Замковая мельница.
3. Здание Ратуши (Крайсхауса).
4. Орденская кирха (XV века).
5. Здание пивзавода «Киндерхоф».
6. Водонапорные башни Гердауэна.
7. Историческая застройка посёлка.
8. Здание железнодорожного вокзала [1].

Квест будет проходить по всей территории посёлка. Возрастная категория – 14+. На данный момент разработан только один вариант маршрута, поэтому его могут проходить 2 группы с интервалом в 30 минут. Максимальное количество участников в одной группе – 10 человек.

За основу квеста была взята статья, опубликованная в газете «Комсомольская правда» в 2005 году под названием «Здесь “отдыхали” “Сикстинская мадонна” и “Шоколадница”». В статье говорится, что во время нацистской Германии Дрезденская картинная галерея утратила многие свои культурные ценности. Картины прятали в подвалах и шахтах, что, в результате долгого пребывания там, вызвало катастрофическое состояние: вздулись красочный слой и грунт, появились трещины и осыпи. Советские войска, вступившие 8 мая 1945 года в предместья Дрездена, получили приказ найти произведения искусства. После их нахождения и тщательного осмотра поступил новый приказ, доставить их в Москву на реставрацию. Картины начали переправлять по особому маршруту – окружным путём через Померанию, Мариенбург, Эльбинг, Алленштайн на Инстербург, а дальше на Москву. Но из-за «пробок» при переселении русских граждан в Кенигсберг и угроз со стороны грабителей, решили организовать «приёмно-сортировочную базу», ею стал посёлок Гердауэн. Среди руин и хаоса на мельнице и пивоваренном заводе расположились всемирно известные творения, такие как: «Сикстинская мадонна» Рафаэля Санти, «Шоколадница» Лиотара, «Спящая Венера» Джорджоне, «Динарий кесаря» Тициана, картины Кранаха, Ван Дейка, Рембрандта, Рубенса и других художников.

Основные фонды Дрезденской галереи хоть и были доставлены в Москву, но по ряду причин, ключевой из которых является напряженная криминальная обстановка в первые послевоенные месяцы, стало многочисленное хищение ценностей не только в Гердауэне, но и в Инстербурге. На сегодняшний день ряд картин, «проезжавших» через территорию нынешней Калининградской области, остаются в международном розыске [3].

Для квеста конец истории будет изменен. Измененная концовка: картина «Шоколадница», «проезжая» через Гердауэн в мае 1945 года, пропала. На её поиски милиция города потратила около двух месяцев. Но к июлю стало известно, что картина обнаружена в Москве на пороге Третьяковской галереи.

Туристам представится возможность узнать продолжение истории, пройдя через 8 этапов с загадками. Маршрут будет предполагать нестандартные локации для познавательного квеста: лес, песчаная территория, разного рода препятствия, поездка на велосипеде. Помимо заданий, которые будут на маршруте, участники узнают историю места, где будет расположена локация. Каждое место будет предполагать не только письмо с загадкой или заданием, но и историческую справку. В дальнейшем, все знания, которые участники получают на протяжении маршрута, они смогут использовать на последней восьмой локации.

Участники квеста будут переходить от одной локации к другой после того, как разгадают загадку (в ней будет указано следующее место на маршруте). Группу будут сопровождать «агенты», которые по легенде занимаются расследованием этого странного дела, которое «всплыло» через 70 лет.

Предыстория, которую расскажут агенты на первой локации: «Неделю назад мы получили странное письмо.

"Дорогой Д., много лет назад мой дед искусствовед занимался оценкой картин "Сикстинская мадонна" и "Шоколадница" в Гердауэне. По его словам это были подлинные шедевры. Но за ними велась охота. Вандалы и просто решившие нажиться на произведениях искусства люди собрались украсть их. Мой дед их опередил и помог "Шоколадни-

це” добраться до дома. Но вот как? Я приехал в Гердауэн, чтобы расследовать это дело. У меня кое-что есть. И, кажется, у меня все получилось. Следуй за мной. Вот тебе навodka.

*С признательностью и уважением, Кирх. А."*

Мы гадали около недели, но ничего не смогли понять. Попросили подкрепление. И вот, вы здесь».

Ответом на данное письмо будет «кирха». С помощью агентов, участники смогут передвигаться по территории, так как именно агенты будут их проводниками. В Кирхе участники найдут подобное письмо, но уже и историей самого здания.

Задания в квесте будут разнообразными. Одни на логику, например, понять последовательность цифр. Другие на поиск, например, найти в расщелинах нужные фрагменты и сложить из них пазл или найти в песке несколько табличек и получить картинку с заданием. Третьи – на расшифровку анаграмм. Кроме таких заданий, придётся проявить смекалку и спустить с высоты сумку или прочитать текст на первый взгляд пустого листа, воспользовавшись ультрафиолетовым фонариком.

Участие в данном квесте будет интересно не только школьникам поселка Железнодорожный и других школ Правдинского района, но и взрослым, которые приехали как самостоятельные туристы или как туристы вместе с туристической группой.

Организация данного квеста позволит заинтересовать все возрастные группы населения от 14 лет, что позволит сделать квест универсальными для всех. Его также можно представить аналогом обычной экскурсии. Если произойдет введение данного квеста на туристский рынок, то интерес со стороны туристов к посёлку Железнодорожный повысится, что повлечёт за собой увеличение прибыли и, возможно, инвесторов.

#### ***Список литературы***

1. Железнодорожный [Электронный ресурс] // Большой Энциклопедический словарь Калининградской области. Режим доступа: [http://www.gako2006.narod.ru/M\\_goroda/zheleznodorozhnyu.htm](http://www.gako2006.narod.ru/M_goroda/zheleznodorozhnyu.htm) (дата обращения: 06.09.2018).

2. Интерактив в экскурсионной деятельности [Электронный ресурс] // Научный результат: сб. ст. Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/v/interaktiv-v-ekskursionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 07.09.2018).

3. 5 образовательных квестов для школьников [Электронный ресурс] // МЕЛ. Режим доступа: <https://www.mel.fm/dosug/6291078-quest> (дата обращения: 06.09.2018).

4. Исторические пешеходные квесты в московских парках [Электронный ресурс] // Снова Праздник! Режим доступа: <http://www.snova-prazdnik.ru/kvesty-v-moskovskih-parkah> (дата обращения: 06.09.2018).

**УДК 338.48**

***Юлия Анатольевна Колесова,***

*канд. пед. наук, доцент,  
Вятский государственный университет,  
г. Киров, Россия*

***Анна Владимировна Шпенглер,***

*канд. экон. наук, доцент,  
Вятский государственный университет,  
г. Киров, Россия*

### **Особенности проектирования туристского продукта для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

*В статье раскрыты особенности проектирования туристских маршрутов для людей с ограниченными возможностями здоровья, составлен рейтинг наиболее привлекательных маршрутов для людей с ограниченными возможностями здоровья по городу Кирову, оценена доступность объектов показа в рамках исследуемых туристских маршрутов.*

***Ключевые слова:*** люди с ограниченными возможностями здоровья, безбарьерная среда, безбарьерный туризм, доступная среда, туристский маршрут

**Yuliya Anatolievna Kolesova,**

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

**Anna Vladimirovna Spengler,**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Vyatka State University,  
Kirov, Russia*

## **Features of a Tourist Product Design for Persons with Disabilities**

*The article reveals the peculiarities of designing tourist routes for people with disabilities, compiles the rating of the most attractive routes for people with disabilities in the city of Kirov, evaluates the availability of objects of display within the studied tourist routes.*

**Keywords:** *people with disabilities, barrier-free environment, barrier-free tourism, accessible environment, tourist route*

Туризм для лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) является сравнительно новым и динамично развивающимся направлением туризма. Социальная значимость туризма для особых категорий населения обусловлена, в частности, тем, что относительное и абсолютное число лиц с различными видами ограничения жизненных возможностей непрерывно растёт. Проектирование туристского продукта с учётом доступности для людей с ОВЗ, создает равные возможности для осуществления права на отдых, для приобщения к культурным ценностям.

Безбарьерная среда – это комплекс транспортных, архитектурных и сервисных стандартов, создающих равную для всех, в том числе для инвалидов, доступность к общественному транспорту, торговым административным, зрелищным и лечебным заведениям, а также к жилым зданиям.

Термин «безбарьерная среда» в основных законодательных актах не употребляется. Взамен законодательство ввело термин «доступность» [2].

Безбарьерный туризм – достаточно новое и активно развивающееся направление туризма, в сравнении с другими направлениями туризма.

Потребителями безбарьерного туризма являются инвалиды, дети-инвалиды, маломобильные группы людей, сопровождающие их люди – друзья, родственники, либо подготовленный специально медицинский персонал.

Лица с ограниченными возможностями здоровья представляют собой особую категорию потребителей, при предоставлении туристских услуг которым необходимо учитывать не только потребности туриста относительно тура, но и их медицинские показания, физические возможности, а также возможность обеспечения на маршруте должным медицинским обслуживанием при необходимости.

Основой для разработки туристского продукта является его краткое описание, включающее в себя набор требований, выявленных в результате исследований рынка и согласованных с заказчиком услуг, а также учитывающих возможности исполнителя услуги [1].

Для того чтобы спроектировать маршрут для людей с ОВЗ (инвалидов-колясочников и маломобильных групп населения), необходимо, прежде всего, изучить потребности данной категории лиц, касаясь основных интересующих объектов показа города Кирова и основных составляющих экскурсионного маршрута.

С целью изучения потребностей целевой аудитории был использован метод опроса, посредством которого изучался спрос на музеи города Кирова и наиболее известные достопримечательности города: церкви; монастыри; дома известных купцов Вятки; дома, в которых в ссылке проживали известные люди. Данное исследование позволило учесть предпочтения туристов с ОВЗ (нарушение опорно-двигательного аппарата) и способствовали разработке экскурсионного маршрута по территории города Кирова. В опросе приняло участие 39 человек с нарушением опорно-двигательного аппарата (инвалиды-колясочники и маломобильные группы населения). В ходе опроса был составлен социологический портрет респондентов (определен возраст участников, гендерный признак), составлен рейтинг наиболее привлекательных маршрутов для людей с ОВЗ по городу Кирову, разработанных организацией КОГБУ «Центр развития туризма Кировской области».

По мнению опрошенных, наибольшей популярностью пользуется экскурсионный маршрут «Вятка – город героев» и «Романтическая Вятка». В ходе исследования были выявлены наиболее предпочтительные способы передвижения по маршруту. Для 68 % опрошенных наиболее оптимальным вариантом передвижения по маршруту является автобусно-пешеходный.

Оценив потребности целевой аудитории, можно сделать вывод о том, что разработка туристского маршрута для людей с ОВЗ по территории города Кирова является востребованной. Но проектирование маршрута для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать при формировании маршрута.

Для того чтобы спроектировать маршрут для лиц с ОВЗ, была проведена оценка соответствия объектов города Кирова требованиям «доступной среды» в соответствии с нормативно-правовыми документами, действующими на территории Российской Федерации.

Для того чтобы оценить доступность объектов показа необходимо обращать внимание на наличие основных показателей доступности объекта для инвалидов-колясочников и маломобильных групп туристов: остановка общественного транспорта на расстоянии до 0,5 км от объекта, наличие стоянки для личного транспорта посетителей и не менее 1 места для инвалидов, пешеходные маршруты от парковки к объекту не пересекаются с транспортным движением, наличие не менее одного входа в здание, доступного для маломобильных групп туристов, наличие на входе кнопки вызова персонала для помощи инвалиду на высоте от 0,85 до 1,0 м.

Чтобы оценить соответствие/несоответствие экскурсионного объекта необходимо оценивать территорию, прилегающую к участку: пешеходные коммуникации без пересечения с транспортным движением; отсутствие препятствий в виде портиков, ям, выступов и т. п.; ширина пешеходной дорожки не менее 5 м, поперечный уклон – не более 2 %, а продольный

уклон – не более 8 %; маршрут проходит по достаточно ровной местности исходя из условий безопасности, с устойчивым и твердым поверхностным слоем почвы.

Оценка экскурсионных объектов проводилась на основе соответствия тротуаров и пешеходных путей движения. Она проводилась следующим образом: экспертной группой было использовано инвалидное кресло-коляска. Если с помощью кресла-коляски преодолевались препятствия, то выставлялась оценка – соответствует. Если возникали трудности при пересечении тротуара, выставлялась оценка – не соответствует. Таким же образом проводилась оценка экскурсионных маршрутов, разработанных КОГБУ «Центр развития туризма Кировской области».

В ходе своего исследования мы проанализировали соответствия требованиям «доступной среды» основных тематических маршрутов по городу Кирову, разработанных КОГБУ «Центр развития туризма Кировской области» по представленным показателям: «Вятка – город героев», «Романтическая Вятка», «Культура и искусство Вятки», «Православная Вятка», «Купеческая Вятка», «Ссылная и революционная Вятка».

Оценив представленные шесть маршрутов, разработанных КОГБУ «Центр развития туризма», можно сделать вывод, что ни один экскурсионный маршрут не соответствует требованиям «доступной среды». Причиной тому является наличие на маршрутах участков с высокими портиками, препятствиями, резкими спусками и подъемами, а также неровная поверхность тротуаров и довольно большая протяженность маршрутов. Данные маршруты являются недоступными в рамках пешеходной экскурсии для лиц с ОВЗ.

Проведенный анализ городской среды позволит учитывать следующие факторы при проектировании туристского продукта для лиц с ограниченными возможностями здоровья: будут учитываться «проблемные» участки городской среды; пешеходная часть маршрута будет составлять минимальное расстояние; участки с низким соответствием требованиям «доступной среды» будут преодолеваться с помощью транспорта.



### **Список литературы**

1. ГОСТ Р 50646-2012. Услуги населению. Термины и определения. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru/document/1200102288> (дата обращения: 12.09.2018).

2. Зайцева Н. А., Шуравина Д. Б. Безбарьерный туризм: учеб. пособие. М.: КноРус, 2016. С. 15.

**УДК 379.851**

***Елена Сергеевна Купреева,***

*аспирант,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

### **Особенности формирования семейного туристского продукта (на примере Калининградской области)**

*В статье рассмотрены особенности формирования семейного туристского продукта. Изучены определения понятия «туристский продукт». Проведен анализ семейных туристских продуктов, предлагаемых турфирмами на территории Калининградской области.*

**Ключевые слова:** *семейный туризм, туристский продукт, формирование туристского продукта, туроператоры, культурные и природные объекты, средства размещения*

***Elena Sergeevna Kupreeva,***

*Postgraduate Student,*

*Immanuel Kant Baltic Federal University,*

*Kaliningrad, Russia*

### **Features of Forming a Family Tourist Product (on the Example of the Kaliningrad Region)**

*The article describes the features of a family tourist product formation. The definitions of the concept “tourist product” are considered. The analysis of family tourist products offered by travel agencies in the territory of the Kaliningrad region are given in the article.*

**Keywords:** *family tourism, tourist product, formation of a tourist product, tour operators, cultural and natural objects, accommodation facilities*

В туристическом бизнесе ориентация на семью является приоритетной, так как считается, что семейные туристы приносят хороший доход. Благодаря этому туроператоры стараются составлять туристский продукт, ориентируясь на основные особенности семейной аудитории. Прежде чем ответить на вопрос, из каких элементов состоит семейный туристский продукт, необходимо раскрыть понятие самого туристского продукта.

В научных работах предлагаются различные определения туристского продукта. Так, российские ученые под туристским продуктом понимают комплекс услуг, включающих транспорт, проживание, экскурсионное обслуживание, а также дополнительные товары и услуги, удовлетворяющие потребности туристов во время путешествия [3].

Зарубежные учёные называют следующие составляющие туристского продукта: имеющиеся в наличии природные ресурсы, культурные, архитектурные достопримечательности, технологические возможности, которые могут привлечь туриста и побудить его совершить путешествие; инфраструктура туризма, под которой понимаются средства размещения, предприятия питания, развлечения. Хотя инфраструктура туризма сама по себе не влияет на мотивацию путешествия, но при её отсутствии возникают многочисленные препятствия возможному путешествию [7].

В данной работе под туристским продуктом понимается комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию и организованному досугу, предоставляемых туристу и включённых в стоимость поездки по заданному маршруту.

Формирование туристского продукта имеет большое значение при организации семейного туризма, так как рынок семейного туризма имеет свои особенности и требования в связи с наличием среди путешественников детей. В современной научной литературе отсутствует понятие «семейный туристский продукт», в связи с этим под семейным туристским продуктом можно понимать такой туристский продукт, который предназначен для семей с детьми и учитывает особенности данной категории туристов.

Здесь стоит отметить, что туристы, путешествующие семьей, большое значение придают надежности и безопасности поездки и объектов, которые включены в программу туристского продукта [4]. Это объясняется тем, что родители несут ответственность не только за себя, но и за своих детей. Кроме того, обслуживание данной категории туристов должно проводиться на высоком уровне в связи с определенными требованиями клиентов к обслуживающему персоналу и программе тура.

При организации семейного туризма необходимо обращать внимание на факторы привлекательности туристского объекта, к которым можно отнести географическую близость дестинации, транспортную доступность, достопримечательности, круглогодичную доступность, хорошие возможности для покупок, историю, культуру, умеренные цены [6].

В Калининградской области есть все необходимые условия для развития семейного туризма. Во-первых, мягкий климат позволяет отдыхать здесь семьям даже с маленькими детьми. Во-вторых, наличие средств размещения, предназначенных для отдыха туристов с детьми, позволит удовлетворить требования, предъявляемые к проживанию данной категории туристов. В-третьих, Калининградская область обладает богатым культурным наследием, что позволяет проводить различные экскурсии, интересные детям и взрослым.

Согласно данным Регионального информационного центра туризма Калининградской области [5], в регионе функционируют 50 турфирм, работающих на прием туристов. В результате контент-анализа интернет-ресурсов было выявлено, что только 6 туроператоров региона, организующих въездной туризм, предлагают семейные туристские продукты: «Евроконтакт», «Комильфо», «Цвет Тур», «Эльх-тур», «Янтарный край», «Янтарная мозаика».

В общей сумме перечисленными фирмами на территории Калининградской области реализуется 23 семейных туристских продукта, предназначенных для жителей других регионов Российской Федерации, из них 14 туристских продуктов предлагаются в период с осени до весны, 3 реализуются в те-

чение всего года и только 6 летом. Такое распределение связано с тем, что лето является высоким сезоном в Калининградской области, когда нет необходимости привлекать туристов в регион. В остальное время поток туристов в область снижается. Все туры имеют познавательную направленность и ориентированы на знакомство с регионом. Данные туристские продукты имеют разную продолжительность: от 3 до 11 дней.

В результате анализа семейных туристских продуктов, которые туроператоры предлагают в различные сезоны, можно сделать вывод, что в течение года основные составляющие программы не меняются. Чаще всего туры состоят из обязательных компонентов: обзорная экскурсия по Калининграду с посещением Музея янтаря или Музея Мирового Океана, посещение Национального парка «Куршская коса», посещение поселка Янтарный (Янтарный комбинат, Янтарная пирамида). Учитывая, что стоимость турпродуктов в летний период и остальное время года отличается незначительно, туристы выбирают Калининградскую область для отдыха летом. Это объясняется также пиком летних отпусков у взрослых и каникул у детей.

Проведенный анализ позволил выявить культурные и природные объекты, которые включаются туроператорами в состав семейного туристского продукта. Самыми популярными являются пешеходный маршрут «Дюна Эфа», Янтарный комбинат, пешеходный маршрут «Танцующий лес», Янтарная пирамида, Кафедральный собор. Данные культурные и природные объекты являются уникальными, не имеющими аналогов в других регионах Российской Федерации.

Природные и культурные объекты, включенные туроператорами в семейные туристские продукты, находятся в разных населенных пунктах Калининградской области. Наибольшее количество культурных и природных объектов, включенных в программы семейных туристских продуктов, расположено в Калининграде. Остальные объекты находятся в Национальном парке «Куршская коса», поселке Янтарном, Светлогорске, Советске, Черняховске, Гусеве, а также в Полесском, Гурьевском, Гвардейском, Зеленоградском, Неманском районах области.

Стоит отметить, что не все объекты инфраструктуры, имеющиеся на территории региона и предназначенные для семейного туризма, включены в туристские продукты. Так, детям и взрослым будет интересно посетить парк птиц и базу соколиной охоты в Славском районе, агроферму «Тони-кони двор» в Полесском районе. Также есть возможности для активного семейного отдыха. Это вело-байдарочный маршрут в Озерском районе, сплав на байдарках и велопрогулки, предлагаемые турбазами Гусевского, Полесского и Нестеровского районов Калининградской области. К сожалению, эти объекты не включены туроператорами региона в многодневные семейные туры.

Как видно из проведенного исследования, программы семейных туристских продуктов рассчитаны на взрослых туристов и детей школьного возраста. Туров с учётом интересов детей дошкольного возраста на рынке семейного туризма Калининградской области не представлено. Это объясняется сложностью работы сданной категорией туристов. Для детей дошкольного возраста важно соблюдение режима сна и питания, в связи с этим экскурсии можно проводить в утренние часы. Помимо этого, дошкольники нуждаются в работе воспитателей, которые будут в игровой форме обучать детей. Данных сотрудников нет ни в средствах размещения, ни в турфирмах Калининградской области.

Что касается турпродуктов, включающих активный отдых, то они представлены только двумя турфирмами. Так, «Балтийский берег» предлагает вело-байдарочный маршрут в Озерском районе, «Абрикос» – двухдневный развлекательный тур для всей семьи с проживанием в одном из сельских гостевых домов. Причем, данный тур предполагает проведение квестов и спортивных игр для детей и их родителей.

На основании проведённого исследования можно сделать вывод, что формирование семейного туристского продукта в Калининградской области состоит из нескольких услуг: транспорт, питание, экскурсионная программа. При этом интересы детей учитываются частично.

### *Список литературы*

1. Бунич Г. А., Старцев В. А. Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты. М., 2012. 236 с.
2. Виноградова Т. В. Семейный туризм: выгода для туристической индустрии или польза для семьи? // Семейный туризм: проблемы, инновации, перспективы развития: сб. ст. СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2012. С. 8–14.
3. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2005. 288 с.
4. Новожилова Т. И. Семейный туризм как приоритетное направление развития индустрии туризма // Культура и время перемен. 2015. № 4. С. 8–10.
5. Туристический портал Калининградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.visit-kaliningrad.ru> (дата обращения: 03.09.2018).
6. Baierl A., Kaindl M. Tourismus und Familienstrukturen. Österreichisches Institut für Familienforschung. Wien, 2011. S. 1–9.
7. Holloway J. P. Marketing for Tourism. Prentice Hall, 2004. 510 p.

**УДК: 338.482.22**

***Кристина Аркадьевна Новоселова,***

*магистрант,*

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Значение краеведческих ресурсов для развития семейного туризма в районах Костромской области**

*В статье приводятся результаты исследования туристско-рекреационного потенциала двух районов Костромской области, рассматриваются возможности применения краеведческих ресурсов для развития семейного туризма.*

**Ключевые слова:** *туристско-рекреационный потенциал, краеведческие ресурсы, семейный туризм, Костромская область, Мантуровский район, Солигаличский район*

*Kristina Arkadyevna Novoselova,  
Master's Degree Student,  
St. Petersburg State Institute of Culture,  
St. Petersburg, Russia*

### **The value of local history resources for the development of family tourism in districts of the Kostroma region**

*The article presents the research results about the tourism and recreational potential of two districts of the Kostroma region. Also, the opportunities of using local history resources for the development of family tourism are considered.*

**Keywords:** *tourism and recreational potential, local history resources, family tourism, Kostroma region, Manturovsky district, Soligalichsky district*

Выявление туристско-рекреационного потенциала районов Костромской области является актуальным, так как в настоящее время люди всё больше интересуются отдыхом в средней полосе России, в российской глубинке, вдали от шумных мегаполисов наедине с природой. Для поддержания стремления людей отдыхать у себя на родине необходимо исследование Костромской области, которая является одним из наиболее экологически чистых регионов страны и имеет очень богатую историю.

Большое значение краеведческие ресурсы имеют для развития семейного туризма. И, с другой стороны, если сделать целевой группой для разработки туристских программ семьи с детьми, то это поможет развить региональный туризм. Среди ведущих мотивов может быть удовлетворение рекреационной и воспитательной функции семьи.

Областной центр является туристской дестинацией для семей с детьми, здесь пользуются спросом экскурсии и мероприятия, связанные с брендом «Кострома – родина Снегурочки». Проблемой данного исследования является то, что в районах области не в полной мере используется краеведческий ресурс и туристско-рекреационный потенциал, поэтому необходимо дальнейшее его изучение.

Теоретическую основу исследования составили работы Д. Ф. Белорукова, С. Н. Торопова, В. Н. Бочкова, Т. В. Йенсен. В настоящее время в своих работах на значение семейного туризма обращали внимание Л. М. Панкова, Т. В. Виноградова, Ю. А. Помпеев, О. И. Беляков, И. В. Мещерякова.

В ходе исследования будут представлены рекомендации по вариантам применения краеведческих ресурсов для развития семейного туризма в регионе. Используемые методы исследования: изучение источников информации, анализ полученных сведений, наблюдение. В ходе исследования я посетила г. Солигалич и г. Мантурово Костромской области.

Маленький старинный город Солигалич расположен в 95 км от г. Галича и в 220 км к северу от Костромы. В начале XIV в. там были найдены богатые соляные источники, которые и дали название городу. С XIV по XVIII века Солигалич был крупным центром России по производству соли.

С 1660 года в городе стоят красивые каменные храмы Воскресенского монастыря, в интерьере которых спустя столетия сохранились единичные образцы резьбы по камню, соединяющие в себе узоры деревянного зодчества и искусство вышивки. В помещениях Рождественского собора и церкви Рождества Богородицы находится экспозиция краеведческого музея имени известного путешественника Г. И. Невельского, уроженца солигаличской земли [6]. Согласно составленному А. А. Максимовым списку гостиных дворов и торговых рядов «старые» солигаличские торговые ряды – единственно сохранившиеся в России ряды в деревянном исполнении [4].

С открытием здесь целебных минеральных вод в 1841 году появился Солигаличский лечебный курорт, действующий до сих пор, находящийся в экологически чистой местности. С ним связано имя великого русского композитора и доктора медицины Александра Порфирьевича Бородина, в честь которого названа здравница. В 1858 г. он исследовал солигаличские минеральные источники, полученные результаты послужили открытию лечебного бальнеологического курорта. В санатории имени А. П. Бородина можно получить лечение уникальной торфяной грязью с высокими лечебными свойствами при многих заболеваниях.



Мантуровский район находится в юго-восточной части Костромской области, город Мантурово в 259 км от областного центра. По территории района протекает большая полноводная красивая река Унжа, по левобережью которой большие площади занимают сосновые леса.

В I тысячелетии до н. э. эти места были окраиной распространения дьяковской культуры, характерным признаком которой была сетчатая керамика и появление укрепленных поселений, такое городище обнаружено в среднем течении Унжи – Поповское (Ухтубужское). Воспоминания об Ухтубуже от 1879 года оставил в путевых заметках русский писатель В. Г. Короленко. До X века особенностью культуры населения было сочетание камских и волжских элементов в украшениях, бытовых предметах, орудиях труда. В конце XI века эти земли включены в состав Древнерусского государства, переселенцы из других областей принесли с собой новые традиции и обычаи, начало распространяться христианство, финно-угорское население стало ассимилироваться в новой среде [1]. Во времена нашествия Батыея пострадала и приунженская земля, более 200 лет ее жители платили дань Орде. Татарская эпоха отразилась в народной памяти в кратких сказаниях о кладах. Легенды о кладах связаны и с периодом Смуты, это «излюбленные народные рассказы и предания о разбойничьих кладах и разбойниках, когда-то гулявших по Волге, Унже и Ветлуге и по дремучим лесам десятиверстного волока и другим торговым путям» [5].

История дома Романовых неразрывно связана с костромской землей, и этот отдаленный её район тоже имеет непосредственное отношение к династии, правившей Россией больше трехсот лет. Они долгое время владели мантуровскими землями, при них Унженская вотчина росла и богатела, строились новые храмы, заселялись деревни, большое развитие получила торговля. Потом ее раздали за службу князьям П. Ю. Ухтомскому, М. Н. Вяземскому, Ю. Ю. Долгорукову, послу В. Т. Постникову. Также мантуровские земли в разные периоды истории принадлежали генералу Ф. М. Наумову и его до-

чери, Я. А. Унковскому, родоначальнику дворянской «морской фамилии», Р. Е. Татищеву, внуку знаменитого историка и государственного деятеля В. Н. Татищева [3].

Рядом с деревней Давыдово находилась усадьба «Отрада» семьи Апухтиных, они переехали сюда во время войны с Наполеоном, после того, как сгорел их дом в Москве. Д. А. Апухтин был женат на М. П. Фонвизиной, племяннице известного писателя. Отраду часто навещал ее двоюродный брат Михаил Александрович Фонвизин, заслуженный генерал влюбился в свою двоюродную племянницу Наталью Дмитриевну Апухтину и женился на ней. Они венчались в каменной двухэтажной Воскресенской церкви, построенной в 1817 году на погосте Халбуж. До замужества она была влюблена в сына губернатора Восточной Сибири, который отказался от нее из-за их бедности. Спустя время, будучи со своим мужем на балу в Москве, Наталья Дмитриевна отвергла признания своего бывшего возлюбленного. Их история была рассказана Пушкину и стала канвой романа «Евгений Онегин» [2].

Из архитектурного наследия можно отметить два наиболее значимых сооружения. В 1836 году недалеко от Мантурово построен красивый каменный храм во имя Николая Чудотворца, на сводах храма сохранились потемневшие фрагменты масляной живописи XIX века. В 1841 году на Спасском погосте была построена каменная Преображенская церковь с колокольней [1].

Уроженцами мантуровской земли являются: Герой Советского Союза, военный атташе А. И. Лебедев; академик К. Н. Любутин; военкор и автор книги «Генерал Лукач» М. И. Тихомиров; узник концлагеря, автор книги «Бухенвальдский набат» И. И. Смирнов; конструктор ракетных двигателей Н. П. Соколов; известный пейзажист Л. Н. Виноградов.

Мантурово имеет хорошую транспортную доступность, через него проходят железная дорога и автомобильные дороги.

Я думаю, особенностью исследованного мною Мантуровского района может стать сочетание разных видов отдыха и туризма. На его территории сохраняются леса и разнообра-

зие растительного и животного мира, солидный природный потенциал района подходит для развития экотуризма, охоты и рыбалки.

Отдых в средней полосе России с её умеренным климатом практически не имеет противопоказаний и полезен для восстановления и укрепления здоровья. Сосновые леса делают воздух чистым и здоровым и являются сильным аргументом для привлечения в эти места туристов из крупных загрязнённых городов. Окружающая природа, смолистый лесной воздух помогут быстро восстановить здоровье и работоспособность.

Мантуровская земля достаточно богата в культурно-историческом плане, это является очень значимым потенциалом для развития туризма в районе. Несмотря на то, что многие памятники архитектуры, усадьбы, имения утрачены или полуразрушены, еще есть многое, чем район можно гордиться. Необходимо обязательно восстановить и отреставрировать то, что осталось. Каждый период истории оставил здесь свой след, с ним связано много известных имен. Все они принадлежали к разным слоям общества, отличались по своей роли в государстве, но всех их объединяет любовь и верность своей родине, семейственность, благотворительность. Эти яркие примеры особенных традиций семейного уклада в российском обществе могут послужить важным моментом для развития семейного туризма.

История М. А. Фонвизина и Н. Д. Апухтиной может помочь по-другому взглянуть на нашу классическую литературу, вызвать к ней интерес, показать живую связь времён, разнообразить обычное знакомство с достопримечательностями. Для воспитания молодёжи необходима эмоциональная деятельность, здесь важна наглядность и вовлечённость. Никакие новинки технического прогресса не заменят увиденного вживую, возможность самому прочувствовать историю.

Сегодня в России люди чаще всего путешествуют по стандартным маршрутам, с широко известными историческими памятниками и культовыми местами, но их можно найти в любой области. В глубинке сейчас мало рабочих мест, у людей мало возможностей для заработка, глубинку государство

считает убыточной, а ведь у неё богатая история, порой даже окутанная тайнами. Чем это не повод для создания туристской зоны. Из многих заброшенных уголков можно сделать притягательные места для туристов. А если подучить историю своего района, то можно найти и интересные факты, на основании которых при желании можно создать интересные туристские маршруты. Но без поддержки государства такие планы осуществить сложно.

Одним из способов повышения туристской привлекательности российских малых городов и поселений является создание разнообразных семейных туров и экскурсий. Они смогут быть достаточно актуальными, в связи с усложнением организации отдельных детских коллективных экскурсий в плане ужесточения требований безопасности и оформления документов.

Представления об окружающем мире дети приобретают через знакомство с историей, национальными традициями, культурными и природными особенностями своей страны. На экскурсиях у детей воспитывается интерес и любовь к природе, патриотизм, эстетические чувства. Знания, полученные в путешествии, бывают очень прочными и надолго укладываются в детскую память.

#### *Список литературы*

1. Белоруков Д. Ф. Деревни, села и города Костромского края: материалы для истории. Кострома: Эврика-М, 2000. 536 с.
2. Бочков В. Н. Скажи, которая Татьяна? М.: Современник, 1990. 318 с.
3. Костромская усадьба / Т. В. Йенсен [и др.]. Кострома: Нац. фонд «Возрождение русской усадьбы», 2005. 597 с.
4. Максимов А. А. Архитектура русских торговых рядов (XVIII – первой половины XIX в.) // История СССР. 1972. № 1. С. 220–227.
5. Смирнов В. Клады, паны и разбойники // Тр. КНО. Вып. XXVI. Кострома, 1921. 45 с.
6. Солигалич. Общее описание [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.historic-cities.ru/soligalich\\_karta.html](http://www.historic-cities.ru/soligalich_karta.html) (дата обращения: 18.09.2018).

**Жанна Эдуардовна Поминова,**

*студентка,*

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Здания высших учебных заведений Санкт-Петербурга  
как объекты культурного наследия  
и туристского интереса**

*В статье рассказывается история здания Вольного экономического общества на Московском проспекте, ныне учебного корпуса Санкт-Петербургского государственного института культуры.*

**Ключевые слова:** *дом Вольного экономического общества, культурное наследие*

**Zhanna Eduardovna Pominova,**

*Student,*

*St. Petersburg State Institute of Culture,  
St. Petersburg, Russia*

**Buildings of Higher Educational Institutions  
of Saint-Petersburg as Objects of Cultural Heritage  
and Tourist Interest**

*The article tells the story of the building of the Free Economic Society on Moskovsky prospect, now the educational building of the Saint-Petersburg state Institute of culture.*

**Keywords:** *house of Free Economic Society, cultural heritage*

Санкт-Петербург заслуженно носит звание главного центра высшего образования Северо-Западного региона России. 53 высших учебных заведения принимают на обучение людей со всех регионов России и многих стран мира. Многие вузы гордятся не только своими современными достижениями, но и историей.

подавляющее большинство вузов располагаются в центральной части города, которая включена в Список Всемирного Наследия ЮНЕСКО. Здания многих вузов представляют собой памятники культуры мирового значения. Таковы зда-

ния Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербургского горного университета, Санкт-Петербургского государственного академического института живописи, скульптуры и архитектуры имени И. Е. Репина при Российской академии художеств, Санкт-Петербургской государственной консерватории им. Н. А. Римского-Корсакова, Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, а также Санкт-Петербургский государственный институт культуры (СПбГИК) и многие другие.

Здания Института культуры, отметившего в 2018 г. свой вековой юбилей, видят все прибывающие в город экскурсанты и туристы. Находятся они на Дворцовой набережной и окнами выходят на Неву, на Марсово поле и к Летнему саду. Это постройки великих архитекторов Ж.-Б. Валлен-Деламота и В. П. Стасова. Как любой крупный вуз Институт владеет несколькими зданиями. Одно из них, дом Императорского Вольного Экономического Общества на «Саркосельском» проспекте в Санкт-Петербурге, заслуживает особого внимания, поскольку являет собой интереснейший объект, достойный внимания петербуржцев и гостей города.

Небольшой особняк на углу Московского проспекта и 4-й Красноармейской улицы, в котором располагается факультет социально-культурных технологий СПбГИКа, имеет необычную историю. С 1844 по 1919 гг. здесь располагалось Императорское Вольное Экономическое Общество (ИВЭО) – одно из старейших обществ России.

ИВЭО, учреждённое 31 октября 1765 г. рескриптом Екатерины II, было неправительственным органом, этим и объясняется слово «вольное» в названии. Оно находилось под покровительством императрицы, занималось вопросами сельского хозяйства, изучением и внедрением в жизнь новейших аграрных технологий.

Императрица послала обществу 6000 золотых червонцев для покупки «пристойного дома» (ларец, в котором был доставлен этот дар, сохранился и находится в фондах Государственного Эрмитажа). Суммы на новый дом не хватило, и первые 14 лет заседания проводились в домах членов Общества

Г. Г. Орлова, Р. И. Воронцова. В 1779 г. у купцов Ивана и Петра Перкиных был куплен дом на углу Дворцовой площади и Невского проспекта, в котором Общество просуществовало 55 лет.

В 1844 г. по высочайшему повелению дом Общества перешёл в ведение Военного Министерства, а Общество должно было найти себе новое помещение. Из двадцати пяти домов по предложению президента Общества принца Ольденбургского для покупки был выбран особняк на углу Царскосельского проспекта и 4-й Роты, принадлежавший коллежской советнице Галченковой.

На плане Петербурга 1804 г. этот участок обозначен как имеющий деревянное строение. В 1806 г. в Петербурге при Комитете управления городских повинностей был составлен Атлас, содержащий планы 11-ти частей Петербурга (так называемый Атлас Строгонова). План 40-й Адмиралтейской части 130-й под № 927 показывает участок этого дома. На участке обозначен каменный, почти квадратный в плане с полукруглым выступом со стороны проспекта дом. За домом был разбит сад, и в его юго-западном углу стояло деревянное в один этаж хозяйственное строение [1]. В Центральном Государственном Историческом архиве имеются копии с проекта надстройки главного корпуса и построение новых жилых и служебных помещений в место деревянных. План подписан: «старший архитектор Ливен 28 апреля 1836 год» (Ливен Мартын Антонович главным архитектором города). В современной краеведческой литературе встречается предположение, что здание в 1839–1840 годах перестроил архитектор С. Л. Шустов [8]. Главный корпус здания был повышен почти на два метра, и над ним устроен карниз, лицевой фасад венчает ступенчатый аттик. С севера и юга к главному корпусу пристроены параллельные двухэтажные флигели, но на месте большого двухцветного Белого зала в плане 1836 г. показана одноэтажная постройка. Это свидетельствует о том, что Белый зал появился не одновременно с перестройкой главного корпуса, а несколько лет спустя, в промежутке между 1836 и 1844 гг.

С конца XVIII в. участок на углу Сарскосельского проспекта и 4-й Роты Измайловского полка был собственностью многих владельцев. Топографический указатель архива ГИОП называет имена капитана Павла Сафонова (владел участком в 1798 г.), вице-адмирала Ивана Борисова (1804 г.), камердинера Ивана Гаврилова (1806 г.). В 1822 г. участком и постройками на нём владел мещанин Леонтьев, а в 1826–1828 гг. – князь Цицианов. Затем дом перешел коллежскому советнику Галченкову, после его смерти достался Авдотье Петровне Галченковой, которая в 1844 г. и продала дом Императорскому Вольному Экономическому Обществу за 200 тыс. рублей ассигнациями [5].

Оказалось, что здание не столь обширно и многое – книжная кладовая, семенное депо и другие отделения – не имеют «надлежащего помещения», а «самое теперь помещения библиотеки и музеума весьма стеснено и не может быть расположено прилично».[2] По этой причине были предприняты перестройки флигелей с целью увеличения помещений «для распространения самих действий» общества.

Описание главного корпуса относится ко времени до 1851 г., когда произошла перестройка малого двусветного зала. В Отчёте о деятельности ИВЭО за 1851 г. указано, что малый двусветный зал, был уничтожен в результате обустройства перекрытия [7].

В 1844 г. архитектором Придворной Конюшенной конторы Овуржуевым был составлен проект надстройки второго этажа над северным одноэтажным флигелем.[3] Но к строительству приступили в 1846 г., закончили его в 1847 г. [6].

В 1876 г. весь западный флигель был двухэтажным, в нём находилось оспопрививательное заведение, с обслуживающим его телятником, а во втором этаже – комнаты для сторожей. В западной и северной частях располагалась кухня, конюшни, два каретных сарая, кладовая, под ними – ледник, над ними – сеновал. Здесь же были и квартиры для служителей.

В XIX в. Общество установило тесную связь с городским и земским самоуправлением, путём проведения выставок, конкурсов, рассылки семян – старалось способствовать



улучшению многих отраслей сельского хозяйства и введению новых культур, субсидировало сельскохозяйственные училища и распространяло бесплатные книги. С Обществом были связана деятельность Д. И. Менделеева. В залах Общества экспонировалась собранная В. В. Докучаевым коллекция почв России. Членами Общества были также П. П. Семёнов Тянь-Шанский, А. М. Бутлеров, А. Н. Бекетов и другие.

Обществом была создана большая библиотека, в которую входила единственная по полноте коллекция земских изданий.

В конце XIX в. заседания 3-го отделения Общества (отделение сельскохозяйственной статистики и политической экономики) сделались ареной страстных споров между «легальными марксистами» (П. Б. Струве, М. И. Туган-Барановский) и «народниками» (В. П. Воронцов, Н. Ф. Анненский). Общество стало подвергаться репрессиям. Деятельность его замерла. Пустующее помещение служило иногда местом собраний общественных и революционных организаций.

В ночь после кровавого воскресения 10 января 1905 г. здесь происходило собрание общественных деятелей, участие в котором принимал А. М. Горький. С 17 октября 1905 г. в доме проходили заседания Петербургского Совета рабочих депутатов, на которых неоднократно присутствовал В. И. Ленин. 29 ноября 1905 г. на собрании петербургских партийных работников он выступил с докладом «Критика аграрной программы партии социалистов-революционеров». 3 декабря 1905 г. Исполнительный комитет Советов рабочих депутатов во время заседания был арестован царским правительством.

После Великой Октябрьской Социалистической революции Вольное Экономическое общество прекратило своё существование. Здание Общества с библиотекой и имуществом было законсервировано, но охранялось плохо. Следствием этого было хищение книг и порча имущества бывшего ВЭО. В феврале 1920 г. в Петроград была прислана Лениным телеграмма такого содержания: «28. II. 1920 г. Петроград Зиновьеву. Покровский сообщает мне, что библиотеку бывшего Вольно-Экономического Общества грабят и даже жгут книги. Усиленно прошу проверить, прекратить безобразие, сообщить

мне имя ответственного ревизора на месте. Пусть он пришлёт мне немедленно официальную телеграмму об исполнении. Ленин» [9]. После этого Петроградский Отдел Народного образования постановил передать здание и библиотеку бывшего ВЭО в ведение Государственной Публичной библиотеки [4].

С 1951 г. главный корпус передан РНБ Ленинградскому Государственному Библиотечному институту имени Н. К. Крупской. С этого года начался его капитальный ремонт и реставрация художественной отделки.

Студенты и гости СПбГИК называют этот корпус маленьким дворцом. Жаль только, что пока так и не появилась мемориальная доска на здании с информацией о его исторической миссии в экономическом и научном прогрессе России.

#### *Список литературы*

1. ЦГАЛИ СПб. Ф. 327. Оп. 1. Д. 843.
2. РГИА. Ф. 91. Оп. 1. Д. 291. Л. 101.
3. СПб ЦГИА. Ф. 514. Оп. 102. Д. 5799. Л. 3.
4. Архив РНБ. 1920. Оп. 4. Д. 10. Переписка с Отделом учёных учреждений и Высших учебных заведений с ВЭО о передаче библиотеки и помещения ВЭО публичной библиотеки.
5. Отдел рукописей РНБ. Ф. 156. Вольное экономическое общество. 1/5. Купчая.
6. Отчёт ВЭО за 1846 год. Труды ВЭО за 1847 год. СПб., 1847. С. 79–80.
7. Труды ВЭО. 1852. Т. 2. С. 58.
8. Векслер А. Ф., Крашенинникова Т. Я. Московский проспект. Очерки истории. М.: Центрполиграф, 2014. С. 272–283.
9. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. 5-е изд. М.: Изд-во полит. лит., 1970. С. 149.
10. Ходнев А. И. История Императорского Вольного экономического общества с 1765 до 1865 года. СПб., 1865.

*Дмитрий Евгеньевич Раздобарин,  
магистрант,  
Иркутский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия*

**Организация альтернативных видов отдыха  
как способ экологизации туризма  
(на примере wildlife-туров)**

*В работе описан опыт разработки нового туристического ресурса, который выступает альтернативным видом отдыха, решает проблему однотипности туристических услуг и выступает инструментом для экологизации туризма. Выделены этапы исследования, раскрывающие последовательность работ для организации туров по наблюдению за дикими животными (wildlife туризм).*

**Ключевые слова:** экологический туризм, наблюдение за дикими животными, сафари, программа тура, зимний маршрутный учет

*Dmitriy Evgenievich Razdobarin,  
Master's Degree Student,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia*

**The Organization of Alternative Forms of Recreation  
as a Way of Greening Tourism  
(on the Example of Wildlife Tours)**

*The paper describes the experience of developing a new tourist resource, which serves as an alternative form of recreation, solves the problem of uniformity of tourism services and acts as a tool for greening tourism. The stages of the study revealing the sequence of work for the organization of tours to observe wild animals (wildlife tourism) are given.*

**Keywords:** ecotourism, wildlife, safari, tour program, winter routing

Туристический рынок Прибайкалья за последнее десятилетие не претерпел существенных изменений в плане предлагаемых туристам услуг, притом, что поток туристов и спрос на разнообразие содержательной части путешествия постоянно растет [2]. Как правило, предлагается однотипный перечень, который включает в себя неизменный список объектов экскурсионного показа и стандартные принципы организации туриз-

ма. Обзорные экскурсии различаются между собой исключительно названиями, дополнительные услуги повторяются от одной туристической базы к другой: русская баня и сауна, волейбольная площадка, дискотека, катамараны, ресторан, аренда рыболовных снастей, весельных лодок, горных велосипедов и пр. Последним трендом стало появление квадроциклов и авиаэкскурсий, но суть осталась прежней – способ доставки туристов стал другой, а объекты показа и программы остались неизменными.

Второй проблемой является то, что озеро Байкал позиционируют как объект «всемирного наследия», «священное» место, «уникальное», «единственное в мире», но используют данные выражения в целях маркетинга, не отражая сущности понятий в организуемых турах. В связи с этим и туристические программы, на наш взгляд, должны раскрывать смысл и содержание этих терминов.

С этой точки зрения, остро встает вопрос о разработке туристических ресурсов способных решать несколько важных задач, например, подчеркивать уникальность озера, развивать туристическую инфраструктуру, экологически воспитывать и просвещать туристов, популяризовать научные достижения многочисленных исследований, проводимых на Байкале. Одним из таких направлений может стать wildlife-туризм – наблюдение за дикими животными в их естественной природной среде обитания.

Прибайкалье является уникальным и перспективным местом для развития наблюдений за дикими животными. Биологическое разнообразие региона велико. Флора и фауна эндемична на 65 процентов. Ученые насчитывают свыше 400 видов птиц, не менее 70 видов млекопитающих [3]. Используя потенциал и уникальность региона, был разработан новый туристический ресурс.

Исследуемой территорией является участок горного массива Приморского хребта, находящийся на полигоне от п. Шара-Тогот до д. Курма (западное побережье озера Байкал, пролив Малое Море, район зал. Мухор). Формирование ресурса проводилось в несколько этапов.



**Рисунок.** Карта-схема исследуемого полигона [1]

Условные обозначения:

- |  |   |
|--|---|
| 1 – населенные пункты;                         | 10 – полевые, лесные дороги;                        |
| 2 – научно-учебный центр «Сарма»;              | 11 – дорога–тропа;                                  |
| 3 – площадка Сарминского рыбозаводного завода; | 12 – тракторная дорога;                             |
| 4 – турбазы;                                   | 13 – тропы существующие;                            |
| 5 – летние палаточные лагеря;                  | 14 – тропы заросшие, предлагаемые к восстановлению; |
| 6 – канал рыбзавода;                           | 15 – тропы проектируемые (нового строительства);    |
| 7 – граница Прибайкальского парка;             | 16 – водные маршруты;                               |
| 8 – ВЛ-220 «Еланцы – Курма».                   | 17 – локальные экскурсионные тропы;                 |
| <i>Дороги и тропы:</i>                         | 18 – точки установки фотоловушек                    |
| 9 – главная гравийная дорога;                  |   |

На первом этапе было необходимо установить места наибольшей концентрации диких животных и сформировать перечень точек по наблюдению за ними. Это было сделано на зимних маршрутных учётах (далее ЗМУ) – ежегодных (с 2015 г.) мероприятий по подсчёту численности и мест обитания животных при фиксации оставляемых ими следов. После проведения ЗМУ были определены перспективные места для наблюдения за дикими животными. Данные о местах концентрации, полученные зимой, объективно подтверждены с помощью фотоловушек, устанавливаемых весной и летом на исследуемой территории. Каждая фотоловушка при срабаты-

вании фиксирует дату и время, что даёт возможность определять частоту посещения животными определенных точек для наблюдения.

При составлении программы тура важно учитывать время активности животных на полигоне. Выявлено, что в точках с применением биотехнии (например, на солонцах, кормушках) активность зверей прослеживается на протяжении всего дня, причем отмечаются разные виды – олень благородный, косули, заяц-беляк. Солонцы часто организуются в глубине леса, поэтому не все туристы могут ходить по пересечённой и горной местности, в связи с чем требовалось провести анализ посещаемости точек, расположенных на границе леса (места, просматриваемые при помощи зрительной трубы). Было отмечено, что высокая активность животных (свыше 15 % случаев) отмечается в вечернее и ночное время.

На втором этапе были разработаны и описаны два маршрута, перспективные для организации наблюдений за дикими животными. По ходу движения записывались GPS-треки и были проставлены ключевые точки. При камеральной обработке составлено 2 паспорта маршрута с подробными описаниями и фотоматериалами.

Кроме этого, по завершению прохождения маршрутов требовалось скорректировать их, опираясь на карту крутизны склонов полигона. Это позволило исключить сложные и опасные участки и проложить нити маршрутов по более пологой местности.

При формировании туристического предложения важно дать максимально достоверную информацию по видам животных, которые обитают на территории полигона, и оценить вероятность их встречаемости. Поэтому, на третьем этапе, была составлена диаграмма, отражающая количество особей различных видов животных, зафиксированных фотоловушками. Стоит отметить, что среди всех видов животных 78 % составляют самки. Определение половозрастной структуры необходимо для повышения компетенций туроператора/турагента/гида-проводника, поскольку одной из главных задач

ресурса по наблюдению за дикими животными, является экологическое просвещение туристов и повышение их уровня экологической образованности. При организации туров по наблюдению за дикими животными на исследуемой территории наиболее вероятно встретить косулю сибирскую (*Capreolus pygargus*) и оленя благородного (*Cervus elaphus*). В весенний период на склонах Приморского хребта с большой вероятностью можно увидеть бурого медведя (*Ursus arctos*).

На четвертом этапе, при камеральной обработке материалов, маршруты с ключевыми точками были нанесены на карту экспозиции склонов, для дальнейшего анализа существующих и перспективных мест установки фотоловушек, организации засидок и смотровых вышек. Характер и распределение биогеоценозов зависит от экспозиции склонов. Склоны южной экспозиции характеризуются высокой инсоляцией, поэтому они более сухие и тёплые и характеризуются менее мощным почвенным покровом, чем у склонов, обращённых на север, которые обычно затенённые и лучше увлажнены. Как следствие, можно предположить, что на склонах северной экспозиции продуктивность фитомассы больше, т. е. богаче кормовая база животных. Отталкиваясь от этих факторов, было сделано обоснование текущего расположения фотоловушек.

На пятом этапе, маршруты были нанесены на ландшафтную карту полигона и было определено, что на ограниченной территории охвачены 4 эколого-фаунистических комплекса: горно-тундровый (гольцовый), таёжный, степной, лугово-болотно-ерниковый, что в свою очередь предопределяет его эстетическую и познавательную привлекательность для туризма, поскольку визуальный облик пространства полностью зависит от географического ландшафта, который в свою очередь является материальным фундаментом пейзажа. С точки зрения, wildlife-туризма, данный факт играет особенную роль, поскольку каждый комплекс имеет свою биоту.

Разрабатывая новые туристические ресурсы и расширяя спектр предлагаемых услуг можно не только грамотно перераспределять туристические потоки, но и популяризировать науку, путем подачи интерпретированной информации тури-

стам, экологизировать туризм через природоохранные мероприятия, а также делать шаги на пути экологического просвещения гостей региона.

Результаты проведенных исследований позволили сформировать корректное туристическое предложение по наблюдению за дикими животными, которое прошло апробацию на территории пролива Малое море, а также на ООПТ – Байкало-Ленский заповедник. Данный вид туризма не носит массового характера в силу своей специфики, однако полноправно может считаться альтернативным видом отдыха и способом экологизации туризма.

#### *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. 2012. № 2. С. 3–18.
2. О проделанной работе: отчеты // Агентство по туризму Ирк. обл. 2015–2018 гг.
3. Русинек О. Т., Тахтеев В. В., Гладкочуб Д. П. Байкаловедение. Новосибирск: Наука, 2012. Кн. 1. 468 с.

**УДК 379/85**

*Дмитрий Валерьевич Смирнов,  
старший преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал),  
Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского,  
г. Севастополь, Россия*

### **Об истории становления горнолыжного туризма в Крымских горах**

*В статье рассматривается история зарождения и становления горнолыжного туризма в Крымских горах.*

***Ключевые слова:** горнолыжный туризм, зимний отдых, Крымские горы, Ай-Петри, Ангарский перевал, Крым, рекреация*



**Dmitry Valeryevich Smirnov,**  
Senior Lecturer,  
Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch)  
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Sevastopol, Russia

## **On the History of Ski Tourism in the Crimean Mountains**

*The article deals with the history of the origin and formation of ski tourism in the Crimean mountains.*

**Keywords:** *ski tourism, winter holidays, Crimean mountains, Ai-Petri, Angarsk pass, Crimea, recreation*

В настоящее время наблюдается тенденция ежегодного усиления интереса к зимнему отдыху и горнолыжному туризму в Крымских горах. К сожалению, современный уровень развития крымской инфраструктуры далёк от оптимального, более того, официально горнолыжных курортов тут не существует. Однако тут присутствуют подходящие природные условия для становления данного вида рекреации.

Основными районами зимнего отдыха в Крымских горах принято считать яйлу Ай-Петри, Ангарский перевал и нижнее плато горы Чатыр-Даг [6].

В отличие от кавказских и уральских трасс, крымские, в основном, более пологие и рассчитаны для любителей и новичков.

Снежный покров в горах Крыма держится с декабря по апрель (и чем выше – тем дольше). Довольно часто температура воздуха зимой на южном побережье держится на уровне +10–15 °С, а на лыжных трассах наблюдается настоящая зимняя погода с слабоотрицательными значениями, искрящимся белым и пушистым снегом и чистейшим прозрачным горным воздухом.

Инструментальные метеонаблюдения в Крыму ведутся с 1865 года, самые старые станции находятся в Севастополе и Ялте. На Ай-Петри пункт наблюдения появился в 1895 году. Зима 1911 года вошла в историю метеонаблюдений как самая суровая – газеты того времени окрестили её концом света. В горных частях Ялты и в окрестных посёлках некоторые дачи

и дома оказались полностью под снегом. К концу февраля высота снега в горных районах дошла уже до трёх метров [8]. Такие зимы на полуострове являются исключением, но снежный покров в Крымских горах устанавливается ежегодно.

Интерес к зимней рекреации в Крымских горах в настоящее время обусловлен, с одной стороны, возможностью разнообразить свой отдых в период низкого сезона, сочетая его с посещением многочисленных достопримечательностей и лечебно-оздоровительными мероприятиями, с другой стороны – существованием острой проблемы сезонности в загрузке крымских отелей и здравниц [6].

Имеющиеся проблемы в развитии горнолыжного туризма в Крымских горах связаны с тем, что история развития зимнего отдыха в Крыму насчитывает лишь восемь с половиной десятилетий и с тем фактом, что Крым традиционно развивался (и развивается) преимущественно как центр пляжно-купального, лечебно-оздоровительного и познавательного туризма.

Проведённый анализ фольклорных источников свидетельствует, что в средние века зимний отдых для жителей Крыма не был характерен, а, если и присутствовал, то явно не носил массового характера [5].

Первые путеводители о Крыме, изданные в XVIII–XIX веках, содержат отдельные сведения о нынешних районах развития горнолыжного туризма, но касаются исключительно их природы и совершенно не упоминают о каких бы то ни было примерах зимней рекреации.

Так, одно из первых упоминаний об Ай-Петри содержится в трудах русского академика П. С. Палласа, который изучал Крым в 1793–1810 гг. Во втором томе его знаменитой работы «Путешествия по южным провинциям Русского государства», которая была издана в 1799–1801 гг., содержится информация о физико-географических особенностях Крымского полуострова, в том числе и об Ай-Петринском массиве [2].

Созданный в 1890 году Крымско-Кавказский горный клуб, ставивший своей главной задачей популяризацию экскурсионной деятельности в Крыму, ограничивал свою деятельность тёплым периодом года. Экскурсии Ялтинского

отделения клуба, среди которых самой популярной было восхождение именно на Ай-Петри, проводились, как правило, в апреле-октябре [9]. В начале XX века появились и первые предложения о создании канатной дороги, по которой можно было бы быстро и легко подняться на гору Ай-Петри. Однако наступившая в то время революция помешала проектам превратиться в жизнь.

В путеводителе по Крыму, изданном под редакцией К. Ю. Бумбера в 1914 году, отмечалось, что вершины Крымских гор необитаемы, снег в балках иногда лежит тут от октября до мая [4, с. 324]. Автор делал прогноз, что с развитием путей сообщения здесь возникнут климатические станции, которые дадут возможность использовать чудный горный воздух [4, с. 332]. Как видим, речь идет о потенциальном развитии климатолечения и климатопрофилактики, но не о развитии горнолыжного туризма.

Справедливости ради, нужно отметить, что горнолыжный отдых в нашей стране в принципе не имеет длительной истории. В России первый клуб лыжников был создан в 1895 году в Москве. К 1910 году в стране насчитывалось лишь около 20 малочисленных по составу лыжных организаций. А первые горнолыжные соревнования были проведены в Москве в 1927 году [3].

Становление горнолыжного отдыха в Крыму начинается только после революции – в 30-е годы XX столетия. Развитие лыжного спорта и туризма в СССР сталинского периода было связано со специальной подготовкой будущих воинов. Неслучайным был поэтому и состав участников лыжных походов того времени – в основном это были мужчины призывного возраста. Первый такой поход в Крымских горах планировали провести в феврале 1934 года, но ввиду отсутствия подготовленной группы от него отказались [7]. Однако уже через год – в феврале 1935 года – был организован туристский горнолыжный поход по маршруту Симферополь – Ангарский перевал – Чатыр-Даг – Крымский государственный заповедник – Роман-Кош – Кучук-Узенбаш – Ай-Петри. Его участниками стали курсанты московских военных академий

и примкнувшая к ним группа крымских любителей лыжного спорта, а организатором – Центральный Дом Красной Армии. Стоит отметить, что данный поход носил не развлекательный или спортивный характер, а был направлен на отработку навыков ходьбы на лыжах по горам с военным снаряжением. Участники также упражнялись в стрельбе и осваивали навыки маскировки в зимних условиях [7].

В этом же году были выделены средства на оборудование на Ай-Петри первой в Крыму лыжной станции. Главным образом эти средства предназначались для приобретения необходимого оборудования и снаряжения (лыж, горнолыжных ботинок и т. д.), которые предполагалось сдавать напрокат.

Фактическое открытие лыжной станции на Ай-Петри состоялось лишь зимой 1937–1938 гг., но за весь зимний сезон её посетило всего несколько групп лыжников. В итоге предприятие было ликвидировано из-за своей убыточности [7].

Воплощение других проектов, связанных с Ай-Петри, также происходило со значительными трудностями. Так, в третьем пятилетнем плане развития народного хозяйства СССР было взято обязательство построить подвесную канатную дорогу из Алупки на плато Ай-Петри к 1942 году. Война помешала реализовать данный проект. В 1967 году был заложен первый камень канатной дороги между Мисхором и Ай-Петри. Тогда по проекту кабинки должны были быть открытые, а канаты ложились на скалы. Окончательно данный проект был реализован только в 1988 году. До этого времени крымчане и приезжие из других регионов страны в зимний период совершали однодневные выезды на плато Ай-Петри для катания на лыжах и санках, используя личные автомобили или заказные автобусы.

Ангарский перевал располагается на высоте 752 метра над уровнем моря и представляет собой одну из визитных карточек полуострова, являясь самым посещаемым перевалом на территории Крыма. Впервые путь через Ангарский перевал был проложен в двадцатых годах XIX века русскими солдатами. Через перевал проходят автомобильное шоссе и троллейбусная трасса, поэтому на сегодня это место является самым

доступным для зимнего отдыха. В 60–70-е годы тут создали зимний курорт: были построены домики турбазы, организован пункт спасателей, открыли прокат лыж и санок, функционировали подъёмники и горнолыжная трасса. По некоторым подсчётам, на протяжении 1970–1980-х гг. в выходные и праздничные дни зимнего периода здесь одновременно собиралось 3–5 тыс. неорганизованных отдыхающих [1]. Кроме езды на лыжах популярным было катание на детских санках и различного рода самодельных приспособлениях для спуска по снежно-ледяным склонам.

На расположенной в районе Ангарского перевала одноимённой турбазе Крымского областного совета по туризму и экскурсиям в холодное время года осуществлялся прокат туристско-спортивного снаряжения, действовали буфет и шашлычная. В нерабочие зимние дни здесь дежурили представители КСС и медработники [1].

Таким образом, история становления горнолыжного туризма в Крыму охватывает период с 30-х годов XX столетия. В 60–80-е годы развитие зимней рекреации в Крымских горах имело слабоорганизованный характер и было ориентировано в основном на местных жителей. В настоящее время значительная часть инфраструктуры пришла в упадок и нуждается в коренной модернизации или замене.

#### *Список литературы*

1. Ангарский перевал в 1970–1980-е гг. являлся популярным местом активного семейного отдыха [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www/hist-tour.livejournal.com/6237.html> (дата обращения: 04.09.2018).
2. Душевский В. П., Шутов Ю. И. Ай-Петри: Путеводитель. Симферополь: Таврия, 1986. 96 с.
3. Колмогорова А. О. История развития в России горнолыжного туризма // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта, олимпизма. 2015. № 1. С. 175–180.
4. Крым: Путеводитель / под ред. К. Ю. Бумбера [и др.]. Симферополь: Тип. Таврич. Губ. земства, 1914. 688 с.
5. Легенды Крыма / сост. М. Филатова. Симферополь: Бизнес-Информ, 1996. 320 с.

6. Ли Э. В., Юзвенко Д. Р., Смирнов Д. В. Горнолыжный туризм как один способов решения проблемы сезонности туризма в Крыму // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. Симферополь: Ариал, 2017. С. 156–158.

7. Первая лыжная станция на Ай-Петри была открыта в 1937 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hist-tour.livejournal.com/5502.html> (дата обращения: 04.09.2018).

8. Самая свирепая зима была в Крыму в 1911 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.yalta-24.ru/lifestyle/men/7777-zima> (дата обращения: 04.09.2018).

9. Усыкин Г. Очерки истории российского туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tourlib.net/books\\_history/usyskin04b.htm](http://www.tourlib.net/books_history/usyskin04b.htm) (дата обращения: 04.09.2018).

**УДК 656.6**

*Мария Алексеевна Тишкина,*

*студентка,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

### **Развитие морского круизного туризма в Калининградской области**

*Рассмотрены современное состояние морского круизного туризма и перспективы развития данного вида туризма в Калининградской области.*

**Ключевые слова:** *Калининградская область, развитие морского круизного туризма, морской круиз*

*Maria Alekseevna Tishkina,*

*Student,*

*Immanuel Kant Baltic Federal University,*

*Kaliningrad, Russia*

### **The Development of Sea Cruise Tourism in the Kaliningrad Region**

*The article highlights the current state of sea cruise tourism and prospects for the development of this type of tourism in the Kaliningrad region.*

**Keywords:** *Kaliningrad region, the development of sea cruise tourism, sea cruise*

Калининградская область является одной из перспективных для развития морского круизного туризма, поскольку имеет выход в Балтийское море. Этот факт говорит о том, что у Калининградской области существует связь со странами Балтийского региона, а также потенциал в осуществлении морского сообщения с ними.

Одной из привлекательных черт Калининградской области является наличие интереснейших достопримечательностей как историко-культурных, так и природных. Самыми привлекательными объектами показа являются Куршская и Балтийская косы.

Кафедральный (Кёнигсбергский) собор, остатки замковой архитектуры, фортификационные сооружения и форты, а также архитектура Кёнигсберга Нового времени, связанная с именами известных немецких архитекторов, таких как Ф. Хайтман, Ф. Ларс, Г. Хопп и другие. Калининградская область – это наследие нескольких культур (Тевтонский орден, Немецкая, Советская и культура современной России), что привлекает туристов своей контрастностью и разнообразием.

Круизный туризм относится к специальным видам туризма, так как сочетает в себе несколько видов туризма, а также является достаточно трудоемким, капиталоемким видом туризма [1]. В свою очередь существует два вида круизного туризма: морской и речной. Морской круиз – путешествие обычно по замкнутому кругу с радиальными поездками из портов во внутренние районы стран.

По статистике Всемирной туристской организации (UNWTO), ежегодный прирост туристов, отправляющихся в морские круизы, составляет 7 %. Данный факт отражает то, что морской круизный туризм является одним из значимых и развивающихся видов туризма. Однако доля индустрии морского круизного туризма России составляет менее 1 % от мирового объема, что говорит о плохом развитии данного вида туризма в стране.

В настоящее время круизы по Балтийскому морю осуществляются с включением только одного Российского горо-

да – Санкт-Петербурга. Для развития индустрии круизного туризма России было решено построить несколько новых портов, в том числе в Калининградской области.

Калининградская область не имеет соответствующих портов для развития круизного сектора туристской индустрии. Для решения данной проблемы в сентябре 2013 года Н. Н. Цукановым, состоявшим на тот момент в должности Губернатора Калининградской области, был направлен план проекта «Строительство международного морского пассажирского терминала с яхтенной мариной в г. Пионерский» Президенту РФ В. В. Путину с просьбой содействия в его реализации. Предложение было одобрено.

Проект ранее был разработан фирмой «Морстройтехнология». Заказчиком и застройщиком выступает «Росморпорт», который в марте 2017 года объявил конкурс на строительство международного морского терминала в Пионерском. Прием заявок завершился в ноябре 2017 года. Однако конкурс не состоялся, поскольку в нем приняла участие одна компания – ООО «Больверк» из Самары. Компанией было предложено построить порт за 7 млрд 313 млн рублей при начальной цене контракта в 7 млрд 338 млн рублей. Ей нужно будет создать рабочую документацию и построить портовую инфраструктуру и морской терминал для приема круизных и грузопассажирских судов. Контракт был заключен в ноябре 2017 года. Завершить работы по документам необходимо до 31 октября 2019 года. Создание портовой инфраструктуры на территории Калининградской области предусмотрено федеральной целевой программой «Развитие транспортной системы России» на 2010–2020 годы».

По проекту строительство запланировано в четыре этапа. Первый из них займет 21 месяц, по завершении данного этапа порт сможет принимать круизные лайнеры. Для завершения всех работ потребуется еще 4 года и два месяца. Терминал будет рассчитан на 250–300 тыс. пассажиров в год. Для осуществления проекта предстоит построить оградительный мол (771 м), два причала грузопассажирского терминала (365 м и



360 м), причал для судов портового флота (110 м), берегоукрепительные сооружения внутри гавани (245 м). Также согласно проектной документации ежегодно в Пионерский будет заходить 422 судна, из них 110 – круизные лайнеры, 312 – паромы.

В конце декабря 2017 года Губернатор Калининградской области А. А. Алиханов заявил, что стоимость строительных работ возросла до 8 млрд рублей.

1 февраля 2018 года состоялась торжественная закладка капсулы на месте начала строительства порта, окончание строительных работ на котором должна быть завершена в октябре 2019 года. Однако 5 сентября 2018 года руководитель Калининградского управления Северо-Западного бассейнового филиала ФГУП «Росморпорт» Андрей Мошков заявил, что подрядчик нарушил график выполнения работ по госконтракту.

В начале сентября компания MSC Cruises подтвердила, что готова включить будущий порт в Пионерском в семидневный круизный маршрут по Балтийскому морю. По словам директора береговых экскурсий организации Жана-Пьера Юбера, посещение Калининградской области будет проходить в рамках семидневного круиза по Балтике. Туристы будут прибывать на лайнерах MSC Cruises из немецких портов Гамбург, Киль и Варнемюнде. Регион станет последней точкой маршрута.

Помимо туристического маршрута, в который Калининградскую область включит компания MSC Cruises, терминал в порту «Пионерский» сможет войти и в другие маршруты по Балтике. Поскольку многие круизные маршруты по Балтийскому морю проходят вдоль побережья Калининградской области, ее культурная значимость и количество достопримечательностей привлекут международные компании к сотрудничеству. Порт «Пионерский» может войти в список остановок наряду с такими, как: Гданьск (Польша), Клайпеда (Литва), Хельсинки и Турку (Финляндия), Таллин (Эстония) и другие порты Балтийского региона.

Реализованный проект порта принесет от 900 млн руб. до 3,1 млрд руб. дохода от бункеровки за период реализации проекта (примерно 50 лет). Конкретные цифры зависят от сцена-

рия, в расчетах представлены три: консервативный, базовый и оптимистичный. В базовом сценарии выгода от бункеровки составляет 1,9 млрд руб., при этом ежегодно в порт будут заходить 149 круизных, 138 паромных и 120 прочих судов.

Губернатор Калининградской области А. А. Алиханов сказал, что в летнюю навигацию 2020 года первые круизные суда начнут заходить в новый терминал в порту «Пионерский».

Таким образом, постройка нового порта в Калининградской области увеличит его туристическую привлекательность, а также позволит в большей степени реализовать потенциал развития морского круизного туризма в юго-восточной Балтике.

#### *Список литературы*

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д., 2008.
2. Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма: учеб. пособие. Владивосток: ДВГУ, 2002.
3. Калининградская область: порт как основа развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.korabel.ru/news/comments/kaliningradskaya\\_oblast\\_port\\_kakosnova\\_razvitiya.html](https://www.korabel.ru/news/comments/kaliningradskaya_oblast_port_kakosnova_razvitiya.html) (дата обращения: 15.09.2018).
4. Крупнейший круизный оператор рассказал о планах на Пионерский // РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/kaliningrad/03/09/2018/5b8d37409a7947873dd5579d> (дата обращения: 18.09.2018).
5. «Первый за 100 лет»: как будут строить морской терминал в Пионерском [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kgd.ru/news/society/item/70348-pegvuj-za-100-let-kak-budut-stroit-morskoj-terminal-v-pionerskom> (дата обращения: 12.09.2018).
6. Destination // Cruise Baltic [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cruisebaltic.com> (дата обращения: 11.09.2018).

*Алена Юрьевна Устюжина,*

*канд. пед. наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия*

### **Анализ культурно-исторического потенциала Агинского Бурятского округа**

*В статье представлена характеристика основных историко-культурных объектов Агинского Бурятского округа и выполнен анализ культурно-исторического потенциала Агинского Бурятского округа.*

**Ключевые слова:** культурно-исторический потенциал, Агинский Бурятский округ

*Alyona Yurevna Ustyuzhina,*

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

### **Analysis of Cultural and Historical Potential of the Aginsky Burjatsky District**

*In the article the characteristic of the main historical and cultural sites of the Aginsky Buryatsky district is presented and the analysis of the cultural and historical potential of the Aginsky Buryatsky district is performed.*

**Keywords:** cultural and historical potential, Aginsky Buryatsky district

Одним из основных понятий в культурно-познавательном туризме является понятие «культурно-исторический потенциал». В историко-культурный потенциал входит социокультурная среда с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности [2].

При оценке культурно-исторического потенциала Агинского Бурятского округа мы использовали субъективную методику интегральной оценки историко-культурного потенциала (А. С. Кускова, Ю. А. Худеньких) [1].

На первом этапе мы выделили основные компоненты историко-культурного потенциала, подлежащие оцениванию: наличие музеев различного статуса; наличие объектов религи-

озного туризма; наличие привлекательных объектов исторического наследия; наличие уникальных природных объектов и объектов, связанных с культурным ландшафтом.

Характеристика основных историко-культурных объектов Агинского Бурятского округа представлен в таблице 1 [4; 8].

Таблица 1

**Характеристика историко-культурных объектов  
Агинского бурятского округа**

<i>Название объекта</i>	<i>Адрес, телефон</i>	<i>Характеристика</i>
Агинский дацан	п. Амитахаша (пгт. Агинское)	Действующий буддийский монастырь, объект культурного наследия федерального значения. Расположен в с. Амитахаша в 7 км сев.-зап. пгт Агинское. История формирования архитектурного облика дацана отразила основные этапы становления и развития культового зодчества у бурят в 18–19 вв. [8]
Оз. Ножий,	Агинский р-он	Самое большое озеро округа. Озеро бессточное, соленое. Берега усыпаны обломками сланцев. На берегах находятся грязи
Бор Цырик Нарасун	Агинский р-он	Сосновый бор, памятник природы. Расположен на лев. берегу реки Онон в степной зоне АБО. Главная порода – сосна Крылова и сосна обыкновенная, в бору встречаются крупные одиночные деревья в диаметре до 1 м
Оз. Горбунка	Агинский р-он	Располагается на тер. заказника «Агинская степь». Небольшое солёное озеро овальной формы площадью около 2,5 км <sup>2</sup> , являющееся комплексным памятником природы. Озеро располагается в пологой котловине, сформированной осадками постплиоценового (позже 1,8 млн лет) возраста
Чинданское палеонтологическое обнажение	Агинский р-он	Памятник природы. Объектами охраны являются береговые обрывы р. Онон и стенки оврагов, содержащие плейстоценовую фауну. Расположен на лев. берегу

<i>Название объекта</i>	<i>Адрес, телефон</i>	<i>Характеристика</i>
		реки Онон Во время археологических исследований обнаружен палеонтологический материал верх. плейстоцена. Ч.п.о. представляет собой верх. отрезок (длиной 750 м) берегового обрыва (яра), протянувшегося на 10 км почти до места напротив с. Старый Чиндант. В аналогичных обрывах по правому берегу Онона находили останки шерстистых носорогов, пещерной гиены, мамонта, лошади, бизона. Вблизи Ч.п.о. находится комплекс археол. памятников Чиндант
Скала Камень-Котел	Агинский р-он	Памятник природы Камень-Котёл (Тогон Шулуун) более известен в народе как «Чаша Чингисхана». Этот памятник представляет собой естественный скальный останец высотой около 4 м в виде огромной плиты, покоящейся на нескольких меньших по размерам камнях. Расположен на левобережной гористой равнине у реки Онон близ автотрассы Агинское – Ниж. Цасучей. С камень-котлом связана легенда о Чингисхане. Священное место у бурят
Урочище Малый Батор	Агинский р-он	Памятник природы. Местность с живописными скалами на лев. берегу реки Онон, наиболее известная из которых – Камень-котел
Комплекс археологических памятников «Ножий»	Агинский р-он	Памятник природы федерального статуса. Расположен на Улдза-Торейской равнине, на восточном берегу оз. Ножий, где на участке около 3,5 км протянулись скалы протерозойских слюдистых сланцев, метапесчаников и метаэффузивов высотой ок. 50 м
Пещеры Хээтэй	Могойтуй- ский р-он	Пещеры -памятник природы. Объектом охраны являются карстовые пещеры

		с двумя воронками и подземными полостями (гротами, проходами), а также непосредственное окружение пещер на дневной поверхности в условных границах, проведенных по горизонтали 840 м над уровнем моря. Расположены на границе Ононского и Могойтуйского районов на хребте Кэтуй-Нуру. Известны с 1735 после их обнаружения И. Г. Гmeliным
Цугольский дацан	с. Цугол	Действующий дацан, основанный в 1801 году. Архитектурный облик представляет собой эталон бур. культового зодчества, своеобразие которого заключается в синтезе русских, тибетских, монгольских и китайских традиций
Узонский дацан	с. Узон	Дацан (тибет. назв. – Даши Тубдэлинг), находится в с. Узон Дульдургинского района, в 12 км от районного центра на трассе Дульдурга – Акша. В 2002 возведена ступа «Жанчуб»
Природно-культурный комплекс «Алханай»	Национальный парк «Алханай»	Природно-культурный комплекс. Расположен в Дульдургинском районе. Место поклонения буддистов и шаманистов. Самая высокая точка – вершина одноименной горы (1662 м над ур. м.). Этимология слова связана с несколькими легендами
Скалы Алханайские ворота	Дульдургинский р-он	Массивная скала-останец, памятник природы регионального значения. Располагается на отрогах Могойтуйского хребта, по левому борту пади Убжогое на территории национального парка «Алханай», в 25 км к северо-северо-западу от с. Дульдурга. Памятник природы, согласно функциональному зонированию национального парка, расположен в особо охраняемой зоне, где разрешены путешествия по обозначенным маршрутам, познавательные экскурсии, организованные отделом по туризму парка.

<i>Название объекта</i>	<i>Адрес, телефон</i>	<i>Характеристика</i>
		«Алханайские Ворота» являются культовым буддийским объектом. На внутренней стороне арки расположены петроглифы – наскальные рисунки древних людей. В центре арки находятся буддийские памятники: ступа и молежня. Назначение памятника духовное, учебно-просветительское, эстетическое, туристское [8]
Голец Алханай»	Дульдургинский р-он	Комплексный памятник природы «Голец Алханай» расположен на территории национального парка «Алханай» и охраняется в составе его природных комплексов. Гора Алханай имеет высоту 1662 м и является самой высокой вершиной Агинского Бурятского автономного округа. На горе хорошо выражены гольцовые террасы и курумы (каменные россыпи), характерные для забайкальских гольцов. Вершина горы представляет собой пологую террасу, почти лишённую растительности

Оценка музеев различного статуса Агинского Бурятского округа представлена в таблице 2. Оценка объектов религиозного туризма и привлекательных объектов исторического наследия представлены в таблицах 3, 4.

Таблица 2

## Музеи различного статуса на территории Агинского Бурятского округа

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование объекта</i>	<i>Адрес</i>	<i>З</i>	<i>У</i>	<i>СУ</i>	<i>СС</i>	<i>К</i>	<i>ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Музей им. Б. Лхамсжапова с. Цаган-Ола	Могойтуйский р-он, с. Цаган-Оль	1	9	1	4	0,8	12	2
2	Музей с. Алханай	Дульдургинский р-он, с. Алханай	1	10	2	4	0,8	13,6	2
3	Музей с. Ортуй	Могойтуйский р-он, с. Ортуй	1	6	1	3	0,8	8,8	1
4	Музей им. Б.-Д. Очирова с. Цокто-Хангил	Агинский р-он, с. Цокто-Хангил	1	9	1	4	0,8	12	2
5	Музей им. Дружбы народов с. Хара-Шибирь	Могойтуйский р-он, с. Хара-Шибирь	1	8	1	4	0,8	11,2	2
6	Музей им. Ж. Т. Тумунова с. Таптанай	Дульдургинский р-он, с. Таптанай	1	9	1	4	0,8	12	2
7	Музей им. Л. Л. Линховойна с. Ага-Хангил	Могойтуйский р-он, с. Ага-Хангил	1	9	1	4	0,8	12	2
8	Музей им. Ц.Ж. Жампарано с. Судунгуй	Агинский р-он, с. Судунгуй	1	10	1	4	0,8	12,8	2



<i>№ п/п</i>	<i>Наименование объекта</i>	<i>Адрес</i>	<i>З</i>	<i>У</i>	<i>СУ</i>	<i>СС</i>	<i>К</i>	<i>ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
9	Музей истории образования	Агинский р-он, пгт. Агинское	1	9	2	4	0,8	12,8	2
10	Музей истории орловско-го горно-обогатительного комбината	Агинский р-он, пгт. Новоорловск	1	5	1	3	0,8	8	1
11	Музей охраны природы народный	Агинский р-он, пгт. Агинское	1	8	2	4	0,8	12	2
12	Музей с Дульдурга	Дульдургинский р-он, с Дульдурга	1	5	1	3	0,8	8	1
13	Музей с. Зугалай	Могойтуйский р-он, с. Зугалай	1	5	1	3	0,8	8	1
14	Музей с. Токчин	Дульдургинский р-он, с. Токчин	1	5	1	3	0,8	8	1
15	Музей с. Узон	Дульдургинский р-он, с. Узон	1	4	1	3	0,8	7,2	1
16	Музей с. Урда-Ага	Агинский р-он, с. Урда-Ага	1	5	1	3	0,8	8	1
17	Музей с. Ушарбай	Могойтуйский р-он, с. Ушарбай	1	5	1	3	0,8	8	1

18	Музей с. Челугай	Агинский р-он, с. Челугай	1	5	1	3	0,8	8	1
19	Музей с. Догой	Могойтуйский р-он, с. Догой	1	4	1	3	0,8	7,2	1
Интегральная оценка ИКП								9,98	1,47

Таблица 3

**Объекты религиозного туризма на территории Агинского Бурятского округа**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование объекта</i>	<i>Адрес</i>	<i>З</i>	<i>У</i>	<i>СУ</i>	<i>СС</i>	<i>К</i>	<i>ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Агинский дацан	п. Амгхаша (пгт. Агинское)	1	12	3	4	1,5	30	3
2	Зугалайский дацан	п. Зугалай	1	8	1	3	0,6	7,8	1
3	Цугольский дацан	с. Цугол	1	10	3	3	0,6	10,2	1
4	Гунейский дацан	с. Гуней	1	7	1	3	0,6	7,2	1
5	Узонский дацан	с. Узон	1	7	1	3	0,6	7,2	1
6	Природно-культурный комплекс «Алханай»	Национальный парк «Алханай»	3	12	3	3	1,5	31,5	3
7	Свято-Никольская церковь	пгт. Агинское	1	9	2	3	0,6	9	1
Интегральная оценка ИКП								14,7	1,57

Таблица 4  
**Привлекательные объекты исторического наследия на территории Агинского Бурятского округа**

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование объекта</i>	<i>Местоположение объекта</i>	<i>З</i>	<i>У</i>	<i>СУ</i>	<i>СС</i>	<i>К</i>	<i>ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Будуланский метеорит	Агинский р-он	3	6	2	2	0,8	10,4	1
2	Скала Камень-Котел	Агинский р-он	3	9	2	4	1,0	18	2
3	Урочище Малый Батор	Агинский р-он	3	12	2	3	1,5	30	3
4	Чиндантское палео-обна- жение	Агинский р-он	3	7	2	2	1,0	14	2
5	Голец Алханай	Дульдургинский р-он	3	9	3	4	1,5	28,5	3
6	Скалы Алханайские ворота	Дульдургинский р-он	3	10	3	4	1,5	30	3
7	Боржигантайская роднико- вая воронка	Могойтуйский р-он	3	8	2	4	1,0	17	2
Пещеры Хээтей			8						
Могойтуйский р-он			3						
			10						
			2						
			3						
			1,5						
9	Комплекс археологических памятников «Чиндант»	Агинский р-он	1	6	2	3	1,5	18	2
10	Геологический памятник природы «Ножий»	Агинский р-он	5	7	1	3	0,8	12,8	2

11	Комплексе археологических памятников «Ножий»	Агинский р-он	1	6	2	2	0,8	8,8	1
Интегральная оценка ИКП								19,5	2,18

Таблица 5

Уникальные природные объекты на территории Агинского Бурятского округа

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование объекта</i>	<i>Площадь объекта</i>	<i>3</i>	<i>У</i>	<i>СУ</i>	<i>СС</i>	<i>К</i>	<i>ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Национальный парк «Алханай»	148769,5 Га	5	12	3	4	1,5	36	3
2	Заказник «Агинская степь»	45762 Га	3	10	2	4	1,5	28,5	3
3	Заказник «Аргалейский»	12000 Га	3	10	2	3	0,6	10,8	1
4	Заказник «Оленгуйский»	71000 Га	3	10	2	4	0,6	11,4	2
5	Озеро Горбунка	36,4 Га	3	7	2	3	0,6	9	1
6	Сосновый бор «Цирик-Нарасун»	2000 Га	3	10	2	4	1,0	19	2
7	Озеро Баип-Цаган	1,2 Га	3	6	2	3	0,6	8,4	1
8	Сообщество полупустынных растений о. Ножий	1,5 Га	3	6	1	4	1,0	14	2
9	Сообщество степных растений в пади Дылбырхей	5 Га	3	6	1	4	1,0	14	2
Интегральная оценка ИКП								16,79	1,89

При оценке уникальных природных объектов используются следующие параметры: значимость объектов, функциональное разнообразие объектов природного наследия, узнаваемость географических объектов на территории, ёмкость историко-культурных комплексов, степень сохранности (в соответствии с таблицей 5).

Выявленный нами историко-культурный потенциал Агинского Бурятского округа показал, что его данные равны показателю 1,78. Данный показатель говорит о средней насыщенности Агинского Бурятского округа историко-культурными объектами и объектами религиозного значения, большая часть из которых сосредоточены в центральной, северной и южной части округа.

Можно отметить большую рекреационную нагрузку на отдельные особо охраняемые природные территории: повышение рекреационной нагрузки на территории национального парка «Алханай». В данных условиях необходимо стремиться планировать и организовывать новые туристические маршруты по Агинскому Бурятскому округу, опираясь на данные мониторинга рекреационных нагрузок в целом на территорию и отдельные зоны туризма, а также уделяя особое внимание информативному сопровождению маршрутов.

#### *Список литературы*

1. Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Основы туризма: учебник. 4-е изд., перераб. М.: КноРус, 2013. 400 с.
2. Моськин Р. В. Историко-культурное наследие как фактор возрождения сельской местности России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rgo.msk.ru/communissions/historical/2007.04.13.html> (дата обращения: 09.09.2018).
3. Официальный сайт национального парка «Алханай» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.alkhana.ru> (дата обращения: 09.09.2018).
4. Стратегия развития туризма в Агинском Бурятском округе Забайкальского края: утв. распоряжением Администрации Агинского Бурятского округа Забайкальского края от 03.04.2014 г. № 58-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aginskoe.ru/sites/default/files> (дата обращения: 09.09.2018).

5. Туризм. Официальный сайт Агинского Бурятского округа Забайкальского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aginskoe.ru/node/282> (дата обращения: 09.09.2018).

6. Устюжина А. Ю. Анализ состояния туризма в Забайкальском крае: сильные и слабые стороны отрасли // Актуальные проблемы права, экономики и управления. 2016. № 12. С. 66–69.

7. Устюжина А. Ю. Перспективы развития внутреннего и въездного туризма в Забайкальском крае // Сервис в России и за рубежом. 2015. Т. 9, № 5.

8. Энциклопедия Забайкалья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.encycl.chita.ru/encycl/concepts/?id=8344> (дата обращения: 09.09.2018).

**УДК 338.48 (470.57)**

***Зухра Рузиевна Шайхмурзина,***  
*магистрант,*  
*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*  
*г. Уфа, Россия*

### **Перспективы развития сельского туризма в Республике Башкортостан**

*В статье рассматривается понятие сельского туризма, его роль в развитии сельских поселений. Анализируется потенциал развития сельского туризма в Республике Башкортостан, а также факторы, препятствующие его реализации.*

**Ключевые слова:** *сельский туризм, история развития, Республика Башкортостан*

***Zukhra Ruzilevna Shaykhumurzina,***  
*Master's Degree Student,*  
*Ufa State Petroleum Technological University,*  
*Ufa, Russia*

### **Prospects of the Development of Rural Tourism in the Republic of Bashkortostan**

*The article deals with the concept of rural tourism, its role in the development of rural settlements. The potential of the development of rural tourism in the Republic of Bashkortostan, as well as factors hindering its implementation are analyzed. .*

**Keywords:** *rural tourism, history of development, Republic of Bashkortostan*

Сельский туризм подразумевает недлительное нахождение в сельской местности, проживание в сельских домах вместе с хозяевами или без, пребывание на природе, в уединенной сельской местности, с неспешным ритмом жизни, с непосредственным участием в местных народных традициях, праздниках, ритуалах и т. п.

Сельский туризм является достаточно новым направлением на российском туристическом рынке. Впервые становление сельского туризма в России было замечено с середины 90-х годов XX века, тогда сельский туризм развивался медленно из-за отсутствия частного фермерства. В то время как в Европе данный вид деятельности был на стадии процветания.

С зарождением сельского туризма в России спектр услуг был невелик и сводился к простому ночлегу и домашней кухне. В настоящее время сельские жители перенимают зарубежный опыт и стараются привнести все новые услуги, которые могли бы положительно сказываться на развитии сельского туризма и увеличивать число домохозяев.

Республика Башкортостан – один из самых экономически стабильных регионов России. Площадь республики составляет 14,3 млн га, 7364,8 тыс. га из которых приходится на аграрные площади [3]. Почти 38 % всего населения республики проживают на сельских территориях [2].

Для Республики Башкортостан сельский туризм является пока новым направлением, но существуют все предпосылки для его успешного развития. Республика обладает особо охраняемыми территориями, такими как:

- Башкирский государственный природный заповедник;
- природный заповедник Шульган-Таш;
- Южно-уральский природный заповедник.

Большое количество памятников истории и культуры, живописные ландшафты и реки, санатории с минеральными водами позволяют сочетать культурно-познавательный туризм с активным отдыхом и рекреацией.

Одним из направлений развития сельского туризма является организация деятельности гостевых домов. Владельцы жилых площадей, пригодных для кратковременного размеще-

ния и питания гостей, могут получать дополнительный доход от их аренды, одновременно предоставляя другие услуги (экскурсии, верховые прогулки, рыбалка и т. д.).

Первые шаги по организации сельского отдыха предпринимаются в целом ряде районов республики. В июне 2015 года в Бурзянском районе на базе туристического комплекса «Акбузат», прошел масштабный форум для предпринимателей «Развитие аграрного туристического бизнеса». Основной целью обучения было укрепление и развитие профессиональных навыков, получение не только теоретических, но и практических знаний в области организации сельского туризма [1]. Спикеры поднимали и обсуждали проблемы, которые серьезно ограничивают его конкурентоспособность на туристском рынке. Это связано с высокой транспортной стоимостью, нехваткой комфортабельных и качественных по цене средств размещения, отставанием сервиса и инженерных коммуникаций.

В настоящее время нет определённых правил и политики в отношении продвижения сельского туризма, в понимании целенаправленной деятельности государственных, общественных и частных структур по созданию и использованию средств, механизмов и инструментов влияния правового, экономического, социального или какого-либо другого вида с целью обеспечения непрерывного эффективного развития агротуристского поля деятельности, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туруслуги и товары при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала.

Таким образом, несмотря на отсутствие нормативно-правовой базы обеспечения сельского туризма, а также должного сервиса и инфраструктуры, Республика Башкортостан имеет все предпосылки для развития сельского туризма.

Для успешной реализации сельского туризма необходимо сформулировать стратегические направления развития, которые заключаются в создании новой и улучшении существующей инфраструктуры, продвижении сельского туризма, стимулировании людей к путешествиям в пределах своей республики.



### **Список литературы**

1. Знакомство с Башкирией [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bashkiria.travel/news/v-burzyanskom-rayone-nachalos-obucheniya-po-organizatsii-agra/> (дата обращения: 18.09.18).

2. Методические рекомендации по развитию сельского туризма в Республике Башкортостан: инструктивно-метод. изд. Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2016. 122 с.

3. Природа России. Национальный портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.priroda.ru/regions/earth/detail.php?FO\\_ID= 557&ID=6242& SECTION\\_ID=](http://www.priroda.ru/regions/earth/detail.php?FO_ID=557&ID=6242&SECTION_ID=) (дата обращения: 18.09.18).

**УДК 338.48-53:791.75**

**Екатерина Витальевна Щербак,**  
магистрант,

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

### **Туристско-рекреационный потенциал республиканского ландшафтного парка «Зуевский»**

*Статья посвящена вопросам рекреационного потенциала и туризма в Донецкой Народной Республике. При изучении туристско-рекреационной зоны на территории ДНР рассматривается совокупность природных, исторических ресурсов, а также инфраструктура территории, которые оказывают влияние на экологическое состояние и экономическое развитие Республики. Предложено создание единой туристической системы ДНР.*

**Ключевые слова:** ландшафтный парк, туристско-рекреационная зона, экологическое оздоровление, экологическое движение, единая туристическая система

**Ekaterina Vitalevna Shcherbak,**

Master's Degree Student,  
Donetsk National University of Economics and Trade named  
M. Tugan-Baranovsky,  
Donetsk, DPR

### **Tourism and Recreational Potential Republican Landscape Park “Zuevskiy”**

*The article is devoted to issues of recreational potential and tourism in the Donetsk People's Republic. When studying the tourist and recreational*

*zone in the territory of the DPR, a set of natural, historical resources, as well as the infrastructure of the territory, which have an impact on the environmental condition and economic development of the Republic, is considered. It is proposed to create a unified tourism system of the DPR.*

**Keywords:** *landscape Park, tourist and recreational area, environmental improvement, environmental movement, unified tourist system*

Создание туристско-рекреационных зон в пределах охраняемых природных территорий – перспективное направление. Это направление даст возможность развития экологического туризма и частичного самофинансирования охраняемых природных территорий.

Донецкая Народная Республика сочетает в себе промышленную мощь, рекреационное богатство, интеллектуальный потенциал и разнообразие природных ресурсов, её природа представлена разнообразными рекреационными зонами, а древняя история способствовала образованию уникальных заповедников.

На сегодняшний день существует объективная необходимость развития в ДНР санитарно-курортной сферы и туризма, которые будут способствовать экономическому росту, экологическому оздоровлению и социальной стабилизации Донецкой Народной Республики.

Анализ показал, что создать на своей территории туристско-рекреационные зоны может Республиканский ландшафтный парк (РЛП) «Зуевский».

Парк расположен на востоке Донецкой Народной Республики, всего в 40 км от Донецка. Площадь – 1214,2га. В состав парка включены следующие природные территории: урочище Липовое, Ханженковское, Зуевское и Ольховское водохранилища с прилегающими охранными зонами, урочище Медвежье, Зуй-гора, долины р. Крынка и р. Ольховая [1].

Стратегия деятельности парка: развитие рекреационной деятельности и организованного туризма, активизация экологического движения, формирование экологической культуры населения, воспитание у молодежи заботливого отношения к окружающей среде.

Очень популярен парк у альпинистов и скалолазов. На территории Зуевского ландшафтного парка находится крупнейший в Донбассе, естественный скалодром «Зуевка» – это скальная гряда высотой 20 и протяженностью более 300 метров. Здесь под эгидой известного альпиниста Михаила Туркевича была организована тренировочная база юных альпинистов. Всего на Зуевском скалодроме можно выделить порядка 20 трасс различной степени сложности, которые позволяют постоянно проводить тренировки и соревнования по альпинизму, скалолазанию и горному туризму [1].

Всего в пределах РЛП выявлено 509 видов растений, в том числе много эндемических, которые принадлежат к 294 родам, 36 видов из них подлежат особой охране, 12 видов растений занесены в «Красную Книгу Украины». Насаждения парка являются составляющей республиканской экологической сети Донецкой Народной Республики.

На территории парка сохранились типовые и уникальные для региона лесные природные и популярные комплексы, которые отличаются значительным генофондом разнообразных видов растений и животных. Парк оказывает стабилизирующее влияние на экологическую обстановку в регионе, выполняет природоохранную, просветительскую и рекреационную функции.

В границах парка имеются места для постоянного обитания кабанов, косуль, енотовидной собаки, ондатры и зайца – русака и других видов диких животных. Наибольший интерес представляют виды млекопитающих, занесенные в «Красную книгу Украины»: барсук, хорек степной, перевязка, волк. На территории парка выявлено 166 видов птиц.

Наименее изученным видом экосистемы в парке являются членистоногие. Их многочисленность и неповторимость окраски и форм, а также ярко выраженная индивидуальность привлекают внимание отдыхающих и фотолюбителей [3].

В настоящее время продолжают работы по дальнейшему расширению территории РЛП «Зуевский». На основании результатов обследований, проведенных специалистами-

ботаниками, предлагается включить в состав парка наиболее ценные степные участки, где, по предварительным данным, произрастает более 500 видов растений.

Сочетание различных видов природных ландшафтов придает парку не только природоохранную значимость, но и делает его более привлекательным для туристов и отдыхающих.

Территория регионального ландшафтного парка «Зуевский» обладает достаточным туристическим потенциалом. Ежегодно на территории парка отдыхает более 100 тыс. человек. Лесопарковая зона является местом массового отдыха жителей и гостей Донецкой Народной Республики, проведения спортивных соревнований, оздоровительной гимнастики.

В парке есть уникальная возможность для занятий дельтапланеризмом, парапланеризмом, греблей на байдарках и каноэ. Также возможно покататься на горном велосипеде и моторной лодке. Здесь много мест для купания и рыбной ловли.

В музее парка размещена уникальная коллекция раковин моллюсков, которая насчитывает более 1500 разновидностей раковин обитателей морских глубин [2].

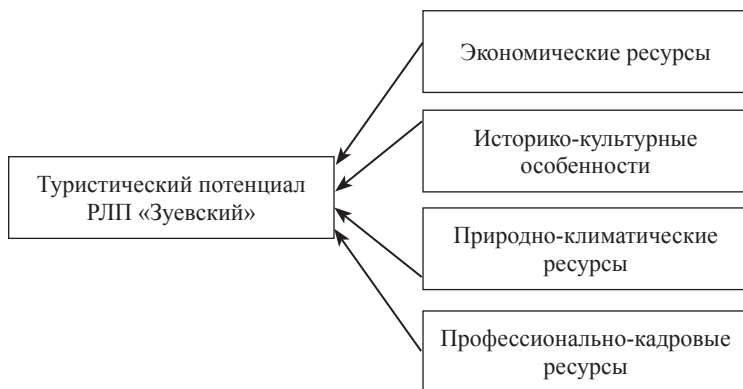
За время функционирования парка на охранных территориях улучшилось состояние окружающей среды, значительно уменьшилось количество нарушений природно-охранного законодательства и пожаров, существенно увеличилось число любителей зеленого экологического туризма и желающих принять участие в экологических мероприятиях, походах и экскурсиях. Силами сотрудников парка созданы видеоролики о биоразнообразии парка и проблемах экологии, которые демонстрируют в учебных заведениях.

Главным принципом работы Республиканского ландшафтного парка «Зуевский» является заповедное дело, которое ведёт к сохранению и возрождению дикой природы. При этом основным критерием оценки деятельности коллектива сотрудников РЛП «Зуевский» является состояние биоразнообразия парка. Не менее важными задачами для парка являются развитие рекреационной деятельности и активизация эколо-

гического движения, формирование экологической культуры населения, воспитание у молодежи заботливого отношения к окружающей среде.

Донецкая Народная Республика представляет собой регион, в котором идет восстановление инфраструктуры после военных действий, регулирование экономических связей.

Развитие перспективных и приоритетных направлений в сфере туризма Донецкой Народной Республики должно базироваться на основе имеющегося туристического потенциала с учетом возможностей, обусловленных природно-климатическими, культурными, кадровыми и экономическими особенностями. Донецкая Народная Республика нуждается в формировании туристического имиджа. Республика обладает значительным потенциалом, который может быть объединён в единую туристическую систему, доступную всем желающим (см. рисунок).



**Рисунок.** Модель единой туристической системы ДНР на основе РЛП «Зуевский»

Подводя итог, можно сделать вывод, что РЛП «Зуевский» имеет большой туристический потенциал. Но, при всем богатстве региона туристско-рекреационными ресурсами большое количество проблем не позволяет данному направлению экономики эффективно развиваться. Для привлечения туриста

и формирования туристического имиджа республики в РЛП «Зуевский» нужно создать современную, отвечающую мировым стандартам туристическую инфраструктуру, высокого качества обслуживания. Для этого необходимо:

- построить туристическую базу, где будут работать инструкторы, экскурсоводы, медики, охрана, повара и спасатели;
- подвести всевозможные коммуникации: воду, электричество, связь и интернет;
- из г. Донецка организовать новый автобусный маршрут прямого назначения «Донецк – РЛП «Зуевский», возможно, организовать автобусные маршруты из других крупных городов Республики;
- построить места для организации питания, торговли и бытового обслуживания;
- все трассы должны быть обозначены по степени сложности как на горнолыжных курортах.

#### *Список литературы*

1. Знай, люби, береги: чем удивил Региональный ландшафтный парк «Зуевский»? [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.mer.govdnr.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3296&catid=8&Itemid=141](http://www.mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=3296&catid=8&Itemid=141) (дата обращения: 27.09.2018).
2. Под Донецком раскинулся громадный парк: непроходимые джунгли, каскады водопадов и река-амазонка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dn.vgorode.ua/news/56697/?et=634417558920000000> (дата обращения: 01.09.2018).
3. Региональный ландшафтный парк «Зуевский» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.talinkas.livejournal.com/32733.html> (дата обращения: 29.09.2018).

## ЭКОЛОГИЯ И ТУРИЗМ

УДК 338.486

**Виктор Николаевич Блохин,**

*старший преподаватель,*

*Белорусская государственная сельскохозяйственная академия,*

*г. Горки, Беларусь*

### **Роль и значение экологического туризма**

*В статье рассматривается роль экотуризма в обеспечении устойчивого развития местных сообществ. Данный вид туризма безопасен для природной среды, способствует сохранению локальных традиций, обычаев, уклада жизни. Возникает возможность организации и развития малого семейного бизнеса. Приводится пример развития экотуризма в Италии и Беларуси.*

**Ключевые слова:** *экотуризм, устойчивое развитие, природа, традиции*

**Viktor Nikolaevich Blokhin,**

*Senior Lecturer,*

*Belarusian State Academy of Agriculture,*

*Gorki, Belarus*

### **The Role and Importance of Ecotourism**

*The article discusses the role of ecotourism in ensuring the sustainable development of local communities. This type of tourism is safe for the environment, contributes to the preservation of local traditions, customs, way of life. There is a possibility of organizing and developing a small family business. An example of the development of ecotourism in Italy and Belarus is given.*

**Keywords:** *ecotourism, sustainable development, nature, traditions*

Развитие туризма является приоритетом для многих стран мира, т. к. любой турист формирует платежеспособный спрос и, покупая товары и услуги, инвестирует в местную экономику. Для успешного развития туризма необходимо соблюдение ряда условий: отсутствие или минимизация визовых барьеров, наличие развитой транспортной и социальной инфраструктуры, значительное количество туристических объектов, проведение информационной кампании о возможностях и конкурентных преимуществах страны [1, с. 60].

В туристической индустрии есть давние лидеры – страны, привлекающие ежегодно десятки миллионов туристов. В этих государствах созданы все необходимые условия для динамичного развития массового туризма и конкурировать с ними крайне сложно. У стран с менее развитой экономикой и туристической инфраструктурой есть шанс найти свою нишу. Таким шансом может быть экологический туризм.

Сегодня экологический туризм играет всё более значительную роль в международной индустрии туризма и гостеприимства. Экотуризм получил известность в 1980-е гг., что было связано с привлечением внимания общественности к экологическим проблемам и первым концепциям, направленным на ограничение потребления, переход к устойчивому развитию. Сторонники развития экотуризма стремились популяризировать красоту нетронутой природы, пешие прогулки, изучение локальных традиций и обычаев [2].

К началу 2018 г., по оценкам экспертов, экологический туризм занимает не менее 10 % мирового туристического рынка, при этом темпы его развития значительно выше динамики роста потоков массового туризма (30 и 5 % соответственно). В соответствии с прогнозами Всемирной туристской организации, в ближайшие годы сохранятся высокие темпы роста экотуризма, что может быть использовано на благо развивающихся стран и стран с переходной экономикой, постсоветского пространства.

Развитие экотуризма способствует рациональному использованию ограниченных ресурсов, сохранению дикой природы, а также традиционного уклада и образа жизни местных



сообществ. Основные традиции, обычаи и уклад жизни получают возможность сохранения при условии развития хотя бы минимального сервиса для туристов, предоставления разнообразных услуг, что требует расширения товарно-денежных отношений. Часто местные сообщества не готовы к организации и ведению малого бизнеса, что требует изменения локального общественного мнения, оказание психологической и консультационной поддержки.

Решение обозначенных задач возможно при условии сильной государственной приверженности, а также заинтересованности местной власти, что возможно в случае наличия достаточных административных и финансовых полномочий у региональных чиновников.

Как показывает мировой опыт, наиболее эффективно развитие экологического туризма в рамках государственных и региональных (межрегиональных) программ. В качестве примера можно привести развитие экологического туризма в провинции Трентино (Италия). Автор лично познакомился с организацией этого вида туристической деятельности в этом Альпийском регионе Италии.

В провинции Трентино создана продуманная и разнообразная инфраструктура для любителей экотуризма. В горах проложены сотни километров дорог и тропинок для пешего туризма, оборудованы места для стоянки, отдыха, имеются указатели направлений и расстояний, на панорамных площадках можно ознакомиться с историей местных природных достопримечательностей. На пути туристов располагаются многочисленные семейные фермы, которые специализируются на производстве органической продукции, которую можно попробовать на месте и приобрести. Так, путешественники не только наслаждаются замечательными видами Альп, но могут почувствовать и вкус традиционной местной кухни, приобрести к уникальной культуре этого региона.

В Беларуси, относящейся к постсоветским странам, в последние годы также активно развивается экотуризм. В национальных парках, заповедниках, заказниках оборудованы маршруты для пеших и велосипедных прогулок. Все боль-

шую популярность у белорусов и иностранцев приобретает посещение болот, которые занимают около 10 % территории Беларуси. Благодаря подготовленной инфраструктуре, путешественники могут наблюдать за местной флорой и фауной, воспользоваться возможностью рыбной ловли, остановиться для ночевки в агроусадьбах или гостевых домах. При этом стоимость таких услуг является доступной для абсолютного большинства путешественников, т. к. стоимость проживания и иные услуги в городах и пригородах стоят в разы больше.

Таким образом, экологический туризм может стать важной составляющей устойчивого развития регионов. Данный вид туризма безопасен для окружающей среды, создает дополнительные рабочие места, способствует сохранению традиционного уклада и образа жизни локальных сообществ. Важную роль в развитии экотуризма играет принятие государственной и региональной стратегии, расширение финансовых и административных полномочий местной власти.

#### *Список литературы*

1. Долженко Г. П. Опыт разработки классификации современного российского туризма // Труды Международной туристской академии. М., 2010. Вып. 5. С. 59–69.

2. Чуткова О. Ю. Экологический туризм Беларуси как приоритетное направление развития национальных и международных отношений [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/39242/1/chutkova\\_2012\\_BMW.pdf](http://www.elib.bsu.by/bitstream/123456789/39242/1/chutkova_2012_BMW.pdf) (дата обращения: 01.09.2018).

**Мария Владимировна Мариняк,**  
магистрант,  
Санкт-Петербургский государственный институт культуры,  
г. Санкт-Петербург, Россия

**Доступный устойчивый экологический туризм  
в Ленинградской области:  
необходимые корректировки туристского рынка**

*В статье ставится задача рассмотреть развитие экологического туризма в Ленинградской области в условиях современных тенденций развития мирового рынка. Проанализированы характерные проблемы, замедляющие развитие экологического туризма.*

**Ключевые слова:** глобализация, экологический туризм, туристский рынок, устойчивый экотуризм, Ленинградская область

**Mariya Vladimirovna Mariniak,**  
Master's Degree Student,  
St. Petersburg State Institute of Culture,  
St. Petersburg, Russia

**Accessible Sustainable Ecotourism in the Leningrad  
Region: Necessary Market Adjustments**

*The article aims to research the formation of eco-tourism in Leningrad district in the conditions of modern trends in the development of the world market. In addition, an analysis of the characteristic problems that slow down the development of ecological tourism was conducted.*

**Keywords:** globalization, ecological tourism, tourism market, sustainable ecotourism, Leningrad Region

Одним из важнейших факторов, формирующих глобальную экономику и промышленность, является глобализация. Процесс глобализации в мировой экономике повлиял на развитие туристского сектора, что поспособствовало формированию разнообразных сегментов и ниш международного рынка туризма. Данная тенденция благоприятствует росту влияния развитых туристских регионов на рынке и сдерживает развитие позиций тех территорий, где туризм не превратился

в доминирующий сектор экономики, не имеет необходимой поддержки власти и развивается по большей части стихийно. Одним из перспективных видов туризма, способного стимулировать экономический рост территории, располагающей богатыми природными ресурсами, является экологический туризм.

Международная организация экотуризма (TIES) определяет экотуризм как ответственное путешествие в природные зоны, области, сохраняющее окружающую среду и поддерживающее благосостояние местных жителей [5].

Целью данной статьи является исследование тенденций в сфере экологического туризма и его устойчивого развития, анализ проблем экологизации инфраструктуры рекреации и туризма в Ленинградской области.

Проблематика развития экологического туризма в Ленинградской области имеет специфические особенности, которые обуславливаются географическим положением, широким использованием природных ресурсов, а также практически полным отсутствием информации об экологическом туризме и о возможностях развития особо охраняемых природных территорий как туристских единиц.

По словам губернатора Ленинградской области Александра Дрозденко в начале двухтысячных область посещали порядка 750 тыс. человек в год, а уже в 2016 г. эта цифра составила 2,1 миллиона. Только за последние пять лет число туристов выросло в 2,5 раза [3].

Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» и журнал «Отдых в России» в 2017 г. в третий раз опубликовали Национальный туристский рейтинг, посвященный туристской привлекательности регионов РФ, их туристскому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов. Ленинградская область, согласно результатам, заняла 25-е место, набрав 71,9 балла и войдя во вторую группу регионов, занявших позиции с 21-й по 69-ю включительно [4].

Особенности природы и культуры вызывают устойчивый туристский интерес к северо-западному региону европейской

части России. В Ленинградской области сосредоточены значимые и многообразные природные ресурсы, климат благоприятствует оздоровительному отдыху. Большая часть территории покрыта лесами, имеется разветвленная озерно-речная система. На территории области расположены уникальные особо охраняемые природные территории. Важнейшими дестинациями для организации экологического туризма следует признать природный парк «Вепский лес» (из-за удаленности от Санкт-Петербурга и неразвитости необходимой для организации природоориентированного туризма инфраструктуры туристская деятельность здесь практически не развивается). Имеющиеся государственные природные заповедники «Нижнесвирский» и «Ингерманландский» также могут сделать программы посещения своих территорий туристами более интенсивными и разнообразными.

Следует отметить, для Ленинградской области, располагающей уникальным рекреационно-туристским потенциалом, но подвергающейся огромному негативному влиянию, оказываемому человеком на окружающую среду, актуальна угроза утраты естественных черт природы и культуры.

Спрос иностранных туристов, связан в основном с памятниками культурно-исторического наследия Санкт-Петербурга и его ближайших пригородов. Аналитическое агентство ТурСтат выявило, что Ленинградскую область в 2017 г. посетили более 50 тысяч иностранных туристов [1].

Во многих районах области развитие туризма сдерживается из-за отсутствия необходимой рекреационной инфраструктуры. По данным инвестиционного портала Ленинградской области на территории области размещаются более 780 коллективных средств размещения [2]. Однако, неограниченные рекреационные возможности региона используются недостаточно.

Наряду с этим отсутствуют необходимые преференции для развития внутреннего и въездного, а также экологического туризма в регионе.

Географическое расположение Ленинградской области хорошее, территория представляет собой важный транспор-

тно-транзитный регион, имеющий границу и с Санкт-Петербургом, и со странами Европы. Для процесса привлечения туристов и последующему формированию кластера по экологическому туризму это оценивается как положительный фактор.

Таким образом, для продвижения регионального туристского продукта в туристский рынок надлежит усилить роль государства в области совершенствования экологической инфраструктуры туризма. Эксперты говорят о необходимости создания специализированного агентства по особо охраняемым природным территориям, уполномоченного осуществлять государственное управление в этой сфере.

Инвесторы, которые хотели бы развивать экотуризм на местном уровне должны:

- иметь четкое представление о конкретных видах экотуризма, и понимать какую пользу может принести данный вид туризма окружающей среде и местному населению;

- выделять средства на проведение рекламной кампании в целях привлечения внимания потенциальных туристов к посещению природных территорий, и бережного к ним отношения;

- подчинять кратковременные интересы получения прибыли от туризма долгосрочным интересам сохранения природы для будущих поколений, а также для дальнейшего развития туризма;

- ориентироваться на сохранение и приумножение потребительной стоимости природной среды за счет выделения части доходов на решение связанных с этим задач;

- сформировать необходимый первоначальный капитал для финансирования работ по созданию экологических туров. Данную цель можно достичь путем отчисления доходов государства от туризма в местный бюджет.

Однако прямые финансовые поступления играют далеко на самую главную роль в поддержании развития данного вида туризма. Не менее важны так называемые неденежные преимущества, а именно:

- развитая инфраструктура, сохраняющая устойчивость естественной окружающей среды;

– гармонизированные отношения между природой, обществом и экономикой.

Подводя итоги анализа, следует отметить, что Ленинградская область является перспективным регионом для развития экологического туризма, однако организация этого вида туризма недостаточна и носит бессистемный характер. Следует отметить, что экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых ООПТ области, включает в себя комплексный подход к развитию экологического туризма, тщательное планирование, вложение средств в местный бюджет и развитие инфраструктуры области.

#### *Список литературы*

1. Аналитическое агентство ТурСтат. Итоги Въездного Туризма в Россию в 2017 году: доклад [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.turstat.com/foreigntravelrussia2017> (дата обращения: 09.09.2018).

2. Инвестиционный портал Ленинградской области. Туристический потенциал Ленинградской области: статья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lenoblinvest.ru/region/kachestvo-zhizni/kulturnyj-potentsial-leningradskoj-oblasti> (дата обращения: 09.09.2018).

3. Информационная группа «ТУРПРОМ». Число туристов в Ленинградской области за пять лет выросло в 2,5 раза: статья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/news/38983/> (дата обращения: 10.09.2018).

4. Национальный туристический рейтинг 2017. Отдых в России: статья от 06.12.2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting> (дата обращения: 07.09.2018).

5. The International Ecotourism Society. What is Ecotourism? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism> (дата обращения: 10.09.2018).

**Сергей Александрович Набоков,**  
магистрант,  
Иркутский государственный университет,  
г. Иркутск, Россия

### **Рекреационное зонирование Олхинского плато для природоориентированных видов туризма**

*Данная работа посвящена изучению туристско-рекреационного потенциала территории Олхинского плато и зонированию территории для природоориентированных видов туризма. Объект изучения – территория Олхинского плато. Цель работы заключается в комплексном описании сложившейся туристской инфраструктуры, её потенциального развития и зонирования территории для различных видов туризма. На основе собранных данных о туристско-рекреационном потенциале территории были выработаны критерии, подходящие для данной территории, и проведено туристско-рекреационное зонирование для природоориентированных видов туризма.*

**Ключевые слова:** туризм, Олхинское плато, туристско-рекреационный потенциал, природоориентированные виды туризма, функциональное зонирование территории

**Sergey Aleksandrovich Nabokov,**  
Master's Degree Student,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia

### **Recreational Zoning of the Olkhinsky Plateau or Nature-Oriented Types of Tourism**

*This work is devoted to the study of the tourist and recreational potential of the territory of the Olkhinsky Plateau and the zoning of the territory for nature-oriented types of tourism. The object of study is the territory of the Olkhinsky Plateau. The purpose of the work is to provide a comprehensive description of the existing tourist infrastructure, its potential development and zoning of the territory for various types of tourism. On the basis of the collected data on the tourist and recreational potential of the territory, criteria were developed that are suitable for the given territory and tourist and recreational zoning was carried out for nature-oriented types of tourism.*

**Keywords:** tourism, Olkhinsky plateau, tourist and recreational potential, nature-oriented types of tourism, functional zoning of the territory



Олхинское плато – физико-географическая область, расположенная на юге Средней Сибири в юго-западной части Иркутской области между хребтами Тункинские гольцы (Восточный Саян) и Приморский [1]. Она представляет собой треугольник, ограниченный рекой Иркут на северо-западе, Иркутским водохранилищем на востоке и озером Байкал на юге. В вершинах этого треугольника располагаются город Иркутск (устье реки Иркут), порт Байкал (исток реки Ангара) и Зыркузунская петля Иркуты.

Для зонирования территории выработаны следующие критерии: транспортная доступность, ресурсный потенциал, природоохранные ограничения, экологическая обстановка, развитость туристкой инфраструктуры.

Транспортная доступность – удобство и быстрота прибытия на территорию (относительно населённых пунктов, расположенных по ходу ТранСибирской железнодорожной магистрали, как одной из основных транспортных артерий территории). По этому критерию территория делится на участки: 1) прямой транспортной доступности на электропоезде или автомобиле непосредственно до места, либо с дальнейшим перемещением по хорошо оборудованным тропам; 2) перемещение на электропоезде или автомобиле с дальнейшим перемещением по участкам тайги без проложенных троп, либо же используя лесовозные дороги и просеки ЛЭП; 3) ограниченной транспортной доступности (перемещение по воде, либо пешеходные маршруты).

Ресурсный потенциал – наличие (концентрация) на территории природных объектов рекреации (скальники, пещеры, утёсы, живописные участки тайги и т. д.). По этому критерию территория делится на участки: 1) Высокий потенциал – более 10 рекреационных объектов; 2) Средний потенциал – от 5 до 10 рекреационных объектов; 3) Низкий потенциал – менее 5 рекреационных объектов.

Природоохранные ограничения – существование на территории ограничений на посещение и разного рода деятельность, вхождение территории в состав какой-либо ООПТ.

Экологическая обстановка – наличие на территории источников загрязнения, могут ли они быть устранены. По

этому критерию территория делится на участки: 1) Благоприятная – отсутствие в прямой зоне влияния промышленных объектов; 2) Относительно благоприятная – отсутствие в прямой зоне влияния промышленных объектов, но присутствие локальных источников загрязнения (сточные воды с населённых пунктов, антропогенное влияние); 3) Не благоприятная – находится в прямой зоне действия промышленных объектов.

Степень развития инфраструктуры – обустроенность территории пешеходными тропами, смотровыми площадками, информационными стендами, турбазами и т. д. Подразделяется на: 1) высокая – наличие хороших троп, указателей движения, мест для ночлега; 2) средняя – тропы в среднем состоянии (отсутствует регулярная чистка, на определённых участках может теряться), самодельные отметки о направлениях; 3) низкая – отсутствие или низкое качество троп, невозможность ориентирования без предварительной подготовки, ночлег возможен только в палатке.

Исходя из этих критериев были выделены 4 зоны природоориентированных видов туризма, которые возможны (или потенциально возможны) на территории Олхинского плато: зоны спортивного, экологического, лечебно-оздоровительного туризма и зона комплексного туристского освоения.

Спортивный туризм как отдельный вид спорта – это преодоление различных препятствий с помощью разнообразных техник, имел большую популярность в СССР. Также сюда будет включаться альпинизм, скалолазание, спелеология и горнолыжный спорт.

Экологический туризм – форма туризма, сфокусированная на посещение относительно незатронутых антропогенным воздействием территорий, с целью привлечения внимания к сохранности природы.

Лечебно-оздоровительный туризм – направление туризма, направленное на пребывание в определённой территории, с целью отдыха, принятия лечебных или оздоровительных процедур [2].

Зона комплексного туристского освоения – подразумевает сочетание нескольких видов туризма и развитую инфраструктуру.

Схема зонирования представлена на рисунке.



В заключение следует сказать, что территория обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. Однако необходимо развивать инфраструктуру для полноценного использования потенциала территории.

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. На территории плато ярко выражено доминирование спортивного вида туризма (скалолазание, альпинизм, спелеология, трэкинг).

2. Есть предпосылки и необходимые условия для развития экологического и лечебно-оздоровительного видов туризма.

3. На территории плато выделены участки, перспективные для комплексного туристского освоения – район станции «Орлёнок» и КБЖД.

#### *Список литературы*

1. Филатов Т. П. Иркутская область: экологические условия развития. М.: Иркутск, 2004. 165 с.

2. Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение. М.: РМАТ, 1999. 136 с.

**УДК 502.11:338.484**

***Наталья Сергеевна Панкеева,***

*канд. геогр. наук, доцент,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

### **Роль геопарков в сохранении геологического наследия России**

*Рассматриваются процесс формирования сети региональных геопарков в России и перспективы их включения в глобальную сеть геопарков ЮНЕСКО. Показана роль геопарков в сохранении геологического наследия.*

***Ключевые слова:*** геопарк, геологическое наследие, туризм, устойчивое развитие

*Natalia Sergeevna Pankeeva,  
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia*

## **The Role of Geoparks in Conserving the Geological Heritage of Russia**

*The process of creating a network of regional geoparks in Russia and the prospects of inclusion of regional geoparks in the UNESCO Global Geoparks Network are considered. The role of geoparks in conserving the geological heritage is shown.*

**Keywords:** *geopark, geological heritage, tourism, sustainable development*

Термин «геологическое наследие» стал широко использоваться после проведения в 1991 г. на территории геологического заповедника От-Прованс (Франция) 1-го Международного симпозиума по сохранению геологического наследия. В 1993 г. была создана Европейская ассоциация по охране геологического наследия [3].

В ответ на необходимость сохранения и повышения ценности территорий, имеющих геологические объекты международного значения, в Европе появилась концепция геопарка. В 2000 г. была основана сеть геопарков Европы, объединив четыре геопарка во Франции, Греции, Германии и Испании. В 2004 г. при поддержке ЮНЕСКО 17 членов Европейской сети геопарков и восьми геопарков, образованных в Китае объединились для создания Глобальной сети геопарков, которая приобрела в 2014 г. юридический статус. В настоящее время глобальные геопарки являются частью Международной программы ЮНЕСКО по геонаукам и геопаркам (МПГТ) [6].

Глобальные геопарки ЮНЕСКО представляют собой объединенные географические районы, где управление объектами и ландшафтами международного геологического значения осуществляется на основе целостной концепции охраны, образования и устойчивого развития [6].

С самого начала для геопарков был принят подход по принципу «снизу вверх» или делегирования полномочий мест-

ным общинам по обеспечению сохранения и популяризации геологической значимости территорий их проживания в интересах науки, образования и культуры наряду с их использованием в качестве устойчивого экономического ресурса, прежде всего, посредством развития ответственного туризма.

Так, например, глобальный геопарк ЮНЕСКО Danxiashan расположенный к северо-востоку от г. Шаогуань в Китае основан в 2004 г. На территории геопарка расположены музей, образовательный центр, центр популяризации науки, представительства университетов и колледж. В пределах глобального геопарка проложены 9 маршрутов, которые оборудованы около 1000 информационными стендами. Ежегодно геопарк Danxiashan посещает более чем 3 млн человек. Туризм приносит местному населению доход и создает дополнительные рабочие места [2].

Таким образом, глобальные геопарки ЮНЕСКО являются живыми, работающими ландшафтами, в пределах которых научно-образовательное и местное сообщества осуществляют взаимовыгодное сотрудничество. Глобальные геопарки ЮНЕСКО также содействуют установлению связей между геологическим наследием и всеми другими аспектами природного и культурного наследия территорий, демонстрируя то, что георазнообразие является фундаментом всех экосистем и основой взаимодействия человека с ландшафтом.

С 2004 г. каждые два года Глобальная сеть геопарков проводит международные конференции, на которых страны обмениваются опытом и рассматриваются заявки новых геопарков на вступление в глобальную сеть. В отношении глобальных геопарков ЮНЕСКО проводится оценка как при первоначальном представлении заявки на присвоение статуса, так и в процессе повторной аттестации каждые четыре года [6].

Основными принципами глобальных геопарков являются сетевое взаимодействие и сбалансированная географическая представленность всех государств-членов. К 2018 г. глобальная сеть геопарков включает более 100 геопарков в 36 странах мира. Лидеры среди стран по количеству глобальных геопарков ЮНЕСКО – Китай, Испания и Италия (см. табл.).

Россия, обладая уникальным геологическим наследием и разнообразием геологических памятников, имеет значительный потенциал для создания региональных геопарков. Это является первым этапом по подготовке заявки от региона и РФ для включения территории регионального геопарка в Глобальную сеть геопарков ЮНЕСКО.

Для осуществления методической поддержки на начальном этапе и общего руководства по вопросам создания глобальных геопарков ЮНЕСКО в России в 2016 г. был учрежден Российский комитет МПГГ при Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО. Комитет осуществляет первичную оценку и рекомендует заявки, касающиеся присвоения статуса глобального геопарка ЮНЕСКО [4].

*Таблица*

**Глобальные геопарки ЮНЕСКО  
в макрорегионах и странах мира [2]**

<i>Макрорегион мира</i>	<i>Страна</i>	<i>Количество глобальных геопарков</i>
Европа	Испания	12
	Италия	10
	Франция	7
	Великобритания	6
	Германия	5
	Греция	5
	Португалия	4
	Австрия	3
	Ирландия	2
	Норвегия	2
	Бельгия, Венгрия, Дания, Исландия, Кипр, Нидерланды, Румыния, Словения, Финляндия, Хорватия, Чехия	По одному геопарку в каждой стране.
Итого: 67		

Азия	Китай	37
	Япония	9
	Индонезия	4
	Республика Корея	3
	Вьетнам	2
	Малайзия, Таиланд	По одному геопарку в каждой стране. Итого: 57
Ближний Восток	Иран	1
	Турция	1
		Итого: 2
Северная Америка	Канада	3
	Мексика	2
		Итого: 5
Южная Америка	Бразилия	1
	Уругвай	1
		Итого: 2
Африка	Марокко	1
	Танзания	1
		Итого: 2

В феврале 2017 г. в Краснодарском крае, под эгидой Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО впервые состоялся научно-практический семинар, посвященный созданию и развитию Глобальной сети геопарков в России. Участники семинара обсудили перспективы формирования и развития в стране сети геопарков ЮНЕСКО, а также продвижение и популяризацию геотуризма.

В апреле 2018 г. Министерство природных ресурсов и экологии РФ, Федеральное агентство по недропользованию и Всероссийский научно-исследовательский геологический институт провели расширенное заседание Российского коми-



тета МПГГ в Санкт-Петербурге. Участниками заседания было принято решение об утверждении «дорожной карты» Российского комитета МПГГ по получению статуса «Глобальный геопарк ЮНЕСКО».

В настоящее время на территории страны постановлениями правительств соответствующих субъектов РФ создано три региональных геопарка.

Первый региональный геопарк «Алтай» был создан в Республике Алтай в 2015 г. Геопарк площадью 14 500 км<sup>2</sup> расположен на территории Кош-Агачского, Онгудайского и Усть-Коксинского районов Республики.

Геопарк «Янган-Тау» создан в 2017 г. и расположен на территории Салаватского района Республики Башкортостан. Это первый геопарк России претендующий на включение в Глобальную сеть геопарков ЮНЕСКО. На территории геопарка, площадью 1774 км<sup>2</sup> более 20 геологических объектов, из которых 3 имеют международную значимость. В пределах геопарка функционируют туристские маршруты с посещением геобъектов, развита сеть музеев, а также проходит полевая практика студентов Башкирского государственного университета по географии и геологии [1].

Геопарк «Ундория» создан в январе 2018 г. на базе Ульяновского государственного палеонтологического заказника «Геопарк Ундория». Геопарк имеет общую площадь 1250 га. В его состав входит территория памятника природы Ульяновской области «Обнажение верхнеюрских отложений по правому берегу Куйбышевского водохранилища» [5].

В стадии создания и проектирования находятся геопарки «Байкал» и «Сарыкумский». Идея присвоения массиву Сарыкум и прилегающему хребту Нарат-Тюбе, расположенных в пределах Дагестанского заповедника, статуса геопарка ЮНЕСКО поддержана Правительством Республики Дагестан. Проект геопарка «Байкал» был поддержан на прошедшем в 2018 г. заседании Российского комитета МПГГ. Предполагаемое местоположение геопарка – Ольхонский район Иркутской области. Геопарк будет охватывать остров Ольхон и часть побережья Малого Моря озера Байкал.

Развитие сети региональных геопарков в России и включение их в Глобальную сеть геопарков ЮНЕСКО будет способствовать сохранению геологического наследия страны посредством привлечения внимания широкого круга общественности к этой проблеме и развития геотуризма.

#### *Список литературы*

1. Геопарк «Янган-Тай» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.yantau.ru/geopark-yangan-tau> (дата обращения: 17.09.2018).
2. Глобальные геопарки ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks> (дата обращения: 15.09.2018).
3. Петров О. В., Гогин И. Я., Вдовец М. С. Сохранение геологического наследия России [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.geomem.ru/site\\_confer\\_report.php?idr=1](http://www.geomem.ru/site_confer_report.php?idr=1) (дата обращения: 11.09.2018).
4. Российский национальный комитет Международной программы по геонаукам [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.igcpc.ru/index.php> (дата обращения: 11.09.2018).
5. Ульяновский геопарк «Ундория» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vsegei.ru/ru/conf/summary/geopark18/geopark7-1.pdf> (дата обращения: 17.09.2018).
6. Устав Международной программы по геонаукам и геопаркам [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.geomem.ru/geoparks/GEOPARKS-PROGRAMME\\_rus.htm](http://www.geomem.ru/geoparks/GEOPARKS-PROGRAMME_rus.htm) (дата обращения: 05.09.2018).

**УДК 373.31.033**

*Алена Александровна Сабурина,*  
*магистрант,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта*  
*г. Калининград, РФ*

### **Развитие экологического туризма в Калининградской области (на примере природного парка Виштынецкий)**

*В статье рассматривается понятие экологического туризма. Исследуется развитие экологического туризма на территории Калининградской области. Предлагаются варианты развития данного вида туризма на примере природного парка Виштынецкий.*

**Ключевые слова:** *экологический туризм, природный парк Виштынецкий, Калининградская область*

*Alena Aleksandrovna Saburina,  
Master's Degree Student,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

**Development of Ecological Tourism  
in the Kaliningrad Region  
(on the Example of the Vishtynetsky Natural Park)**

*The article discusses the concept of eco-tourism. The development of ecological tourism in the territory of the Kaliningrad region is investigated. The options for the development of this type of tourism on the example of the Vishtynetsky natural park are offered.*

**Keywords:** *ecological tourism, Vishtynetsky natural park, Kaliningrad region*

Экологический туризм является одним из наиболее развивающихся видов туризма в мире. Доля туристов, которые предпочитают экологический туризм, начинает постепенно расти. Это происходит вследствие изменения сознания людей. Всё больше людей понимает, что потребительское отношение к природе рано или поздно негативно скажется на всех, поэтому люди всё чаще задумываются о сохранении природной среды. Все эти процессы и влекут за собой развития такого данного вида туризма.

Экологический туризм – это природоориентированный вид туризма, направленный не только на познание и изучение природной среды, но и на её поддержание и сохранение в первоизданном виде.

Основными принципами такого вида туризма являются сохранение природных ресурсов территории и развитие экологической культуры не только у туристов, но и у местного населения.

Калининградская область является одним из перспективных регионов для развития экологического туризма. Наличие достаточного количества природных объектов, позитивно влияет на экологический туризм, но не стоит забывать и про развитие туристической инфраструктуры. Ведь её наличие является неотъемлемой частью для формирования туристического продукта области.

Если рассматривать возможности развития данного вида туризма в Калининградской области, то можно отметить то, что у большинства объектов подходящих для формирования такого туристического продукта отсутствует инфраструктура. В частности, это касается развития транспортной сети на юге и юго-востоке области. Но, несмотря на это, именно эти части области являются наиболее выгодными для развития экологического туризма.

Так, одним из центров развития экологического туризма в регионе может стать природный парк Виштынецкий (см. рис. 1).



*Рис. 1.* Герб природного парка [2]

На территории природного парка находится одноимённое озеро ледникового происхождения, оно же является самым глубоким озером Калининградской области (глубина достигает 54 м) [1]. Кроме того, на территории парка находится Виштынецкий эколого-исторический музей [2], который проводит экологический экскурсии на территории парка (см. рис. 2).

<p><b>Экскурсия к родникам в истоки реки Синей</b></p> <p>Пешая прогулка с экскурсией в окрестности посёлка Краснолесье по холмам возвышенности к одному из уникальных мест Калининградской области, где перепада высот достигают 50 метров. Здесь можно увидеть, как рождается река, и испить чистой родниковой воды, посетить руины бывшего поселения мельников Простберг.</p>		<p>Продолжительность: около 1,5 - 2 часов</p> <p>Сезон: круглый год</p> <p>Стоимость: для школьных групп - 1000 руб. для взрослых групп - 1200 руб.</p> <p><b>Предварительная запись</b></p>
<p><b>Программа "Цвета Красного леса"</b></p> <p>Мы приглашаем Вас на поиски цвета! Как возникает цвет, как люди получали разные окраски своих традиционных костюмов, сколько цветовое пятно в себе Красный лес? Вы сможете открыть тайну радуги и стать искателями цвета. Вы отыщете его в самых неожиданных местах и объёктах. В цветной лаборатории своими руками вы создадите разноцветные посылки и заберёте их с собой на память о тайнах рождения цвета.</p>		<p>Продолжительность: 3 часа</p> <p>Сезон: с мая по октябрь</p> <p>Стоимость: 300 руб за участника</p> <p>Занятие для групп 15-20 человек</p> <p><b>Предварительная запись</b></p>
<p><b>Занятие "Энекомытёсы-растения!"</b></p> <p>Много ли Вы знаете о растениях и их названиях? В ходе занятия Вам предстоит совершить небольшое путешествие в поисках новых знакомых зелёного мира. Вы узнаете не только истории происхождения их имён, но также и полезные свойства.</p> <p>В этом занятии можно участвовать неоднократно и каждый раз узнавать что-то новое.</p>		<p>Продолжительность: около 1 часа</p> <p>Сезон: с мая по октябрь</p> <p>Стоимость: 1000 руб. с группы</p> <p>Занятие для групп 5-20 человек</p> <p><b>Предварительная запись</b></p>

Рис. 2. Примеры экскурсии [3]

Например, работники музея проводят экскурсии по руслу реки Синей, экскурсии, целью которых является ознакомление экскурсантов с растениями Краснолесья. Все эти мероприятия вносят свой вклад в развитие описываемого вида туризма на территории парка.

Для развития данного вида туризма на территории парка также можно предложить использовать в качестве основного объекта экскурсии Виштынецкое озеро. И уже основываясь на истории его возникновения построить маршрут по всему природному парку. Такой маршрут может не только включать познавательный аспект, но и может быть направлен на формирование у экскурсантов, так называемого, экологического мышления.

Кроме того, в ходе таких экскурсий участники могут внести свой вклад в сохранение природы парка (это не обязательно что – то материальное, это может быть посильная помощь в уборке парка, его облагораживании и т. д.).

#### *Список литературы*

1. Виштынецкое озеро [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wistynez.ru/> (дата обращения: 05.09.2018).
2. Виштынецкий природный парк [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vishtynec.gov39.ru> (дата обращения: 05.09.2018).
3. Виштынецкий эколого-исторический музей [Электронный ресурс] // Услуги музея. Режим доступа: <http://www.wystynez.ru/p95.htm> (дата обращения: 05.09.2018).

**УДК 502.35**

*Клим Сергеевич Савченков,*

*магистрант,*

*Иркутский государственный университет,*

*г. Иркутск, Россия*

### **Экологическое просвещение как эффективный метод управления рекреационным воздействием на ООПТ**

*Рассматриваются методы управления рекреационным воздействием: экологическое образование и информирование туристов и местного населения ООПТ, интерпретация. Применение этих мето-*

дов позволяет управлять рекреационным воздействием посредством формирования у посетителей экологического мышления, понимания взаимосвязей природы и человеческого общества.

**Ключевые слова:** экология, ООПТ, интерпретация, рекреация, просвещение

**Klim Sergeevich Savchenkov,**  
Master's Degree Student,  
Irkutsk State University,  
Irkutsk, Russia

## **Environmental Education as an Effective Method of Managing the Recreational Impact on Protected Areas**

*Such methods of management of recreational influence as ecological education and informing of tourists and local population of protected areas, interpretation are considered. The use of these methods allows to manage the recreational impact through the formation of visitors' ecological thinking, understanding the relationship of nature and human society.*

**Keywords:** ecology, protected areas, interpretation, recreation, education

Последние несколько лет особо охраняемые природные территории (ООПТ) федерального значения активно вовлекаются в сферу туризма. Так, в соответствии с Концепцией развития системы ООПТ федерального значения на период до 2020 г., утверждённой в 2011 г., были внесены изменения в ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях». Одним из наиболее важных изменений стало то, что к задачам заповедников отнесено развитие познавательного туризма.

В 2017 г. стартовал приоритетный проект «Дикая природа России: сохранить и увидеть». Целью данного проекта является определение и апробация механизмов сохранения, восстановления и устойчивого использования биологического и ландшафтного разнообразия, включая развитие экотуризма на базе 22 ООПТ федерального значения.

«Пилотными» ООПТ проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть» являются семь национальных парков и заповедников России, из них четыре расположены в Байкальском регионе.

Байкальский регион является одним из центров развития экологического туризма в России. В последние годы ООПТ региона столкнулись с ежегодно возрастающим потоком туристов. Для того, чтобы ООПТ успешно решали две противоречивые задачи, сохраняли природные комплексы и обеспечивали доступ населения на ООПТ с целью отдыха и туризма, им необходимо выработать методы управления рекреационным воздействием.

Одним из эффективных методов управления рекреационным воздействием является экологическое образование посетителей ООПТ. Экологическое образование – это целенаправленно и планомерно, организовано и систематически осуществляемый процесс овладения экологическими знаниями, умениями и навыками.

Указом Президента Российской Федерации «О государственной стратегии Российской Федерации по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития» (1997 г.) в качестве одного из важнейших направлений государственной политики в области экологии намечено развитие экологического образования и воспитания. Постановлением Правительства также создан Межведомственный совет по экологическому образованию, а Государственная Дума в первом чтении приняла Федеральный закон «О государственной политике в области экологического образования» [1].

ООПТ обладают значительным обучающим, воспитательным и развивающим потенциалом. Образовательный потенциал ООПТ основывается, главным образом, на уникальности и специфичности их рекреационных ресурсов. Каждый российский заповедник и национальный парк является природным эталоном на фоне окружающей среды, изменённой в процессе антропогенной деятельности [2].

Важная роль эколога-просветительской деятельности заповедников в нашей стране была признана в 1993 г., в этом году заповедникам было предписано создать отделы экологического просвещения для работы с местным населением. Национальные парки изначально создавались не только как природоохранные, научно-исследовательские, но и эколого-просветительские и учреждения.



Традиционными методами эколого-просветительской работы на ООПТ являются:

- создание музеев природы и различных визит-центров;
- обустройство экологических троп;
- проведение экологических экскурсий;
- организация экологических праздников и акций;
- организация школьных экологических лагерей;
- создание кино- и видеопродукции и др.

Эколого-просветительская деятельность ООПТ способствует повышению их социальной значимости, росту в обществе понимания роли ООПТ и формирует экологическую культуру населения страны. Большое значение при этом уделяется социально-экологическому аспекту взаимодействия человека с окружающей природной средой. Это связано с необходимостью переориентации прагматичного отношения общества к природным ресурсам от позиции «неисчерпаемости» к позиции «рациональности».

В последние годы, ООПТ применяют новые методы эколого-просветительской работы. К ним относится интерпретация. Термин «интерпретация» впервые введен в 50-е гг. XX в. Под интерпретацией подразумевают образовательную деятельность, которая стремится раскрыть значимость (чего-либо) и взаимосвязи посредством использования подлинных объектов, личного опыта и визуальных средств.

Интерпретация противопоставляется образовательной деятельности, опирающейся на простое изложение фактов. Она даёт любому оратору инструменты, которые способны вызвать чувства аудитории, вызвать сильный интерес к объекту, о котором идет речь, или вдохновить на заботу о нем [3].

Интерпретация – является неотъемлемой частью работы национальных парков США, где сотрудники пытаются изменить отношение посетителей к природе и помочь осознать ценность природного, исторического и культурного наследия.

Один из основоположников теории интерпретации Ф. Гилден сформулировал следующие принципы интерпретации:

1. Любая интерпретация будет бесполезной, если она не связана с интересом и опытом человека.

2. Интерпретация – это не только информация. Интерпретация должна открывать более глубокую значимость того, о чем идет разговор.

3. Главная цель интерпретации – не давать инструкции, а пробудить чувства и расширить горизонты.

4. Интерпретация должна давать представление о целом, а не о его частях, взывать к человеку в целом.

5. Интерпретация для детей не должна быть упрощенной копией презентации для взрослых. Она должна быть основана на принципиально ином подходе [3].

Технологии интерпретации в последние годы применяются на ООПТ Байкальского региона. Этому способствует деятельность Сибирской ассоциации интерпретации природного и культурного наследия, которая была создана в регионе в 2016 г. Ассоциация проводит тренинги и семинары, на которых демонстрирует роль интерпретации как способа повышения эффективности программ экологического образования посетителей ООПТ.

Применение традиционных и новых методов эколого-просветительской деятельности на ООПТ позволяет управлять рекреационным воздействием посредством формирования у посетителей экологического мышления, понимания взаимосвязей природы и человеческого общества.

#### *Список литературы*

1. Гатчиев М. М., Бриних В. А. Эколого-правовые аспекты развития познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях федерального значения // Законодательное регулирование экологического туризма на особо охраняемых природных территориях на федеральном и региональном уровнях: материалы межрегион. науч.-практ. конф. Ставрополь: Параграф, 2012. С. 64–73.

2. Рябцев В. Туризм и его воздействие на природу в Прибайкальском национальном парке // Трибуна–12: материалы II Междунар. междисциплинарной конф. по дикой природе. Киев: КЭКЦ, 2007. С. 74–78.

3. Что такое интерпретация природного и культурного наследия? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.greatbaikaltrail.org/sites/default/files/interpretaciya.pdf> (дата обращения: 12.09.2018).

## ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 379.822

*Алена Гадировна Гусейнова,  
заведующий отделом методического и психологического  
сопровождения образовательного процесса,  
Центр детского творчества «Витязь»,  
г. Ярославль, Россия*

### **Основные особенности экскурсионного сторителлинга**

*В данной статье описан методический приём – экскурсионный сторителлинг. Предложено определение понятия, основные составляющие и примеры различных экскурсий, в сюжетной линии которых состоит сторителлинг. Кроме того, в статье подчеркнута значимость приема для экскурсантов.*

**Ключевые слова:** *современные экскурсии, сторителлинг, экскурсант, экскурсия, Ярославская область*

*Alena Gadirovna Guseinova,  
Head of the Department of Methodological  
and Psychological Support of the Educational Process,  
Children's Art Center "Vityaz",  
Yaroslavl, Russia*

### **Main Features of Excursion Storytelling**

*This article describes a methodical technique – excursion storytelling. The definition of the concept, the main components and examples of various excursions are proposed. In the storyline of these components storytelling is presented. In addition, the article underlines a significance of a tourists' reception.*

**Keywords:** *modern excursions, storytelling, camper, excursion, Yaroslavl region*

На сегодняшний день особенно актуальным является обращение к теме инноваций. Инновационные процессы активно внедряются в различные сферы жизни и деятельности человека. Они основаны, прежде всего, на новых знаниях и динамике современного общества, на активности и инициативности человека, а также на креативных идеях. Одной из форм творческого отношения к действительности и обогащения когнитивной основы развития личности служит экскурсия. В определениях современных ученых «экскурсия» представляет собой:

- способ познания действительности; деятельность, направленная на исследование объекта в его естественных условиях;
- путешествия и связанные с ним ожидание, удивление, узнавание и усвоение нового знания;
- коммуникация между ландшафтом и экскурсоводом – туристами;
- рефлексия, осознание, обучение, воспитание;
- способ презентации культурного ландшафта, практикум по созданию образов места и имиджа регионах [1].

В современном мире всё чаще пользуются популярностью экскурсии, отличающиеся интерактивностью и включением слушателей в деятельность: костюмированные, театрализованные, квест-экскурсии, арт-экскурсии, а также экскурсии с использованием различных технических устройств: аудио-экскурсии, онлайн-экскурсии, смарт-экскурсии. Современная креативная экскурсия представляет собой эксперимент по соединению известных смыслов места проведения для создания нового образа. Рассматриваемые виды экскурсий формируют образ места, активизируют образное мышление у экскурсанта, а также привлекают туриста в экскурсионный процесс для наибольшего эффекта от восприятия действительности. Во время интерактивных экскурсий туристы принимают участие в традиционных национальных обрядах, становятся участниками костюмированных инсценировок, выполняют различные задания, участвуют в творческих конкурсах, отгадывают загадки и т. п. Вовлечение экскурсанта в активное действие

усиливает эмоциональное восприятие информации, привлекает внимание экскурсантов не только к туристским объектам, но и к определённым историческим событиям и личностям, а также позволяет развиваться познавательным процессам представления и воображения. Ведь яркие образы, созданные благодаря анимации, запоминаются гораздо дольше, чем традиционный рассказ [2].

В качестве методического инструмента современные экскурсии применяют сторителлинг. Сторителлинг представляет собой коммуникационный прием, который использует весь потенциал устной речи. С точки зрения, американских учёных «сторителлинг» – интерактивное использование слов и действий для выявления элементов и образов истории для побуждения воображения слушателей [1].

Весьма убедительным является утверждением учёного Жака Сегела о том, что «публика ожидает увидеть и услышать занимательную историю, которая соответствовала бы идентичности бренда и раскрывала бы качества продукта...» [2]. Иными словами, сегодня экскурсанты – потребители экскурсионного продукта, которые ожидают от экскурсовода рассказа с яркой и живой сюжетной линией, четко прорисованными деталями и фабулой, прочерченной с помощью бинарных мифологических оппозиций».

Важно подчеркнуть, что ключевой составляющей сторителлинга является сюжет. Сюжет – это упрощенная структура истории, сформированный из событий, переломных моментов, действий и реакций. Традиционно структура сюжета состоит из следующих элементов: завязки (место и персонажи), развития действия (с препятствием, проблемой и серьезной ошибкой) и развязкой (кульминацией и разрешением проблемы). Важной составляющей в основе истории являются персонажи [3].

В научной публикации О. Е. Афанасьева, А. В. Афанасьевой «Сторителлинг дестинаций как современная технология туризма» описан механизм приобщения и вовлечения туриста («экскурсанта») по А. Chronis, который включает три стадии: повествовательное обогащение, воображение и приближение.

Повествовательное обогащение предполагает сторителлинг музейных артефактов, описательных текстов и другой информации. Во время стадии воображения создается общая картина увиденного. Приближение связано с ассоциацией на жизненный опыт услышанной и воспринятой информации. По мнению учёных, рассматриваемые стадии применимы к любому туристскому объекту.

Экскурсионный сторителлинг выступает как средство продвижения туристских территорий с помощью легенд, мифов, преданий, различных историй и рассказов, необыкновенных зрительных образов – составляющих экскурсии. Особенное применение данный инструмент находит в квест – экскурсиях, паломнических экскурсиях, имеющих легенды и всевозможных анимационных экскурсиях для создания сюжетной линии.

Экскурсионный сторителлинг активно применяется в музее сказки села Кукобой Первомайского района Ярославской области, где в рамках сказочно-экскурсионной программы знакомят с народными преданиями и легендами о главной «обитательнице» туристского комплекса – Бабе Яге и её помощниках [4].

Ярким примером использования сторителлинга во время паломнической экскурсии является экскурсионный тур в село Годеново Ярославской области к Животворящему кресту, что представляет собой место почитания и поклонения христиан, о котором во время экскурсии обязательно рассказывается история возникновения православного объекта и подчеркивается его чудотворная сила [5].

Отличительной особенностью экскурсии туроператора РусИнтур «Ярославль в кинокадре» можно считать также применение приёма сторителлинга. Данная экскурсия включает прогулку по улицам и площадям города Ярославля, во время которой указываются места съемок известных фильмов «Афоня» (1975 г.), «Большая перемена» (1972 г.), «Экипаж» (1979 г.), «Кин-дза-дза» (1986 г.), «Женщины» (1965 г.), «Котовский» (2009 г.), «Есенин» (2005 г.), «Аритмия» (2017 г.) и ведётся повествование об этих объектах [6].

Грамотно сформированные истории апеллируют к ценностям и эмоциям своих целевых аудиторий, развивая эмоциональные связи между туристскими дестинациями и потребителями или же между брендами и потребителями, а также передачи с помощью данных историй знаний, нравственных ценностей. Следовательно, на сегодняшний день экскурсионный сторителлинг неотъемлемый элемент формирования «новых экскурсий».

#### *Список литературы*

1. Афанасьев О. Е., Афанасьева А. В. Сторителлинг дестинаций как современная технология туризма // Современные проблемы туризма и сервиса. 2017. Т. 11, № 3.
2. Бульгина И. И. Внедрение интерактивных форм проведения экскурсий в практику туристского бизнеса // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. 2017. С. 45–47.
3. ООО Кукобойская старина [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.babajaga76.ru/kontakty> (дата обращения: 19.09.2018).
4. РусИнтур. Ярославль в кинокадре [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rossintour.ru/tours/yaroslavl-i-zolotoe-koltso/tema-ticheskie-ekskursii-po-yaroslavlyu-i-gorodam-zolotogo-koltsa/yaroslavl-kinematograficheskiy> (дата обращения: 19.09.2018).
5. Сегела Ж., Лебедева Т. Ностальгия по будущему. М., 2007.
6. Тодорова О. В. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. 610 с.
7. Фирсова А. В., Мышлянцева С. Э. Образовательный туризм в Пермском крае: учеб.- метод. пособие. Пермь: Перм. гос. нац. ун-т, 2014. 149 с.
8. Экскурсии для паломников в Ярославле. В Годеново – к Живоотворящему кресту [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.xp----7sbbah2bocclldjfhnkt7s0b.xn--p1ai/22> (дата обращения: 19.09.2018).

**Виктория Сергеевна Плотникова,**  
канд. пед. наук, доцент,  
Петрозаводский государственный университет,  
г. Петрозаводск, Россия

### **Формы проведения экскурсий**

*В работе представлен обзор основных форм проведения экскурсий. Выделяются основные функции экскурсии. Уточняются потребности человека в экскурсионной деятельности, определяющие выбор различных форм проведения экскурсий. Определяются особенности и варианты проведения различных форм экскурсий.*

**Ключевые слова:** функции экскурсии, потребности в экскурсионной деятельности, экскурсия: массовка, лекция, концерт, спектакль, вопрос, игра, прогулка

**Viktoria Sergeevna Plotnikova,**  
Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor  
Petrozavodsk State University,  
Petrozavodsk, Russia

### **Forms of Excursions**

*The paper presents an overview of the main forms of excursions. The main functions of excursions are highlighted. The paper clarifies the needs of a person in excursion activities, determining the choice of various forms of excursions. The features and options for conducting various forms of excursions are determined.*

**Keywords:** excursion functions, excursion needs, excursion, lecture, concert, performance, question, game, walk

Экскурсионная деятельность направлена на восстановление и повышение духовного и физического потенциала человека. Она выполняет многочисленные функции: культурно-просветительскую, рекреационную, функцию освоения мира, сигнификативную (обозначения и осмысления), коммуникативную, накопления и хранения информации, социализации экскурсанта как индивида, адаптации, эмоциональной разрядки [3].

Экскурсия позволяет удовлетворить следующие потребности человека:



– в духовном развитии через накопление и углубление знаний, донося до экскурсантов целый комплекс знаний в различных отраслях наук, приобщая их к духовным и нравственным ценностям, используя различные экскурсионные объекты, методы и средства познания;

– в общении с новыми людьми, благодаря которому нарушается монотонность и однотипность повседневного общения, происходит смена впечатлений через обновление физической, психической и духовной связи с другими людьми;

– в движении, сочетающимся с открытиями и приятными переживаниями;

– в творчестве через реализацию своих созидательных способностей;

– в развлечениях через ощущение нового, неизвестного, неожиданного;

– в психологической разгрузке от повседневной усталости через контакты с природой, успокоение, покой.

Реализация вышеуказанных потребностей определяет наличие и развитие различных форм проведения экскурсий. Форма – это совокупность внешних черт экскурсий. Формы проведения экскурсий постоянно обновляются и развиваются.

Экскурсия-массовка представлена одновременным передвижением большой экскурсионной группы на нескольких автобусах, в каждом из которых работает экскурсовод или передвижением группы экскурсионным поездом. Она может включать посещение массовых событийных мероприятий: фестивалей, театрализованных представлений, фольклорных праздников. Может быть связана с посещением популярного туристского объекта, например, Рускеальский мраморный каньон в Карелии, до которого можно добраться на ретро-поезде из Санкт-Петербурга. А может быть связана экскурсионными объектами, которые находятся в местности, отдаленной от автомобильных дорог, как например, экскурсия по Кругобайкальской железной дороге.

Экскурсия-концерт посвящена определенной музыкальной теме и включает в себя прослушивание отрывков из му-

зыкальных произведений, как в салоне автобуса, так и у экскурсионных объектов. Разрабатывая такую экскурсию можно связать экскурсионные объекты с определенным направлением или жанром музыки, композитором. Такая экскурсия может включать в себя посещение концерта.

Экскурсия – спектакль готовится на основе произведений художественной литературы, ее главные методы – костюмирование и театрализация. Костюмирование может быть связано не только с приглашенными актерами, но и сами участники экскурсии могут попробовать себя в различных ролях и стать центральными героями данного спектакля, как это происходит в Музее-квартире Булгакова в Москве.

Экскурсия-вопрос построена на поиске ответа на проблемную ситуацию через рассуждения, связанные с анализом актуальной проблемы. Первые подобные экскурсии были разработаны в начале XX века. Так, московский экскурсовод Н. А. Гейнике разработал и проводил экскурсию «Был ли культурный перелом при Петре Великом?», которая строилась на анализе русского искусства с середины XVI века до начала XVIII века. В Санкт-Петербурге Н. П. Анциферов проводил экскурсию под названием «Представляет ли рост Петербурга известную аналогию с ростом старорусских городов, или же его история – совершенно особый процесс?» [4].

Экскурсия-игра включает интерактивные элементы: мини-игры, связанные с экскурсионными объектами, геокешинг, поиск ключей или посланий, помогающих приблизиться к следующему экскурсионному объекту. Экскурсанты включаются в познавательный процесс через поиск ответов на вопросы, которые перед ними актуализирует экскурсовод. Такие экскурсии пользуются популярностью у детской и молодежной аудитории, семейных туристов.

Особенностью экскурсии-лекции является то, что большую часть в ней занимает рассказ экскурсовода. Эта единственная форма экскурсии, в которой рассказ занимает большую продолжительность, чем осмотр достопримечательностей [1].

Экскурсия-прогулка совмещает в себе элементы познания с элементами отдыха. Она может проводиться в лесу, в парке, у водоема. Её основные методы: сопереживание, релаксация, глубинное общение.

С экскурсией-прогулкой гармонично сочетается лесотерапия, или «лесные ванны», по-японски синрин-йоку – практика прогулок по лесу, лесопарку, направленная на восстановление утраченной связи человека с природой. Лесные ванны наполняют энергией, повышают иммунитет, нормализует здоровье. Окунуться в лесную атмосферу, впитать ее в себя при помощи всех пяти чувств, насладиться здоровьем, гармонией, избавиться от напряжения, стресса и агрессии. Исследования Цин Ли показали, что достаточно всего одной такой прогулки в месяц, чтобы поддерживать крепкий иммунитет, хороший сон и отличное самочувствие, почувствовать себя счастливым и полным энергии [5].

Об удивительных целебных свойствах растений написано в разные годы множество книг, ведь фитотерапия относится к древнейшим методам лечения, восстановления здоровья и укрепления тела и духа. Деревья являются рекордсменами по количеству энергии. Некоторые деревья подпитывают энергией, некоторые забирают ее. При сильном возбуждении, стрессе, болях рекомендуется подойти к дереву с северной стороны, прислониться к стволу спиной, руки опустить вниз, ладони приложить к стволу. Можно прикоснуться головой – затылком, виском или лбом или любой болезненной частью тела. Если почувствовать усиление боли или дискомфорт, значит надо обратиться к другому дереву-целителю. При недостатке энергии следует подходить к дереву с южной стороны, стоя к нему лицом, прикоснуться ладонями, поднятыми на уровень сердца. Обнять дерево и прижаться к нему.

Очень сильное дерево береза, она охотно делится энергией и действует мягко, помогает здоровью женщин и детей, повышает настроение. Сосна посылает человеку мощный заряд энергии, ускоряет обмен веществ. Дуб дает бодрость тела и духа, ясность мысли и крепость здоровья, он успокаивает и то-

низирует. Липа очень дружелюбна, стабилизирует и добавляет столько энергии, сколько её не хватает. Осина сильное дерево, которое забирает негативную энергию, лечит ушибы, воспаления, бессонницу от перевозбуждения. Рябина действует более мягко, поэтому под рябиной полезно сбрасывать напряжение, отдыхать после различных забот. Ель, своими мягкими еловыми лапами забирает негативные эмоции, успокаивает, снимает стресс и раздражение, даёт крепкий сон [4]. Тактильные, осязательные, обонятельные, слуховые, двигательные ощущения сливаются в одну общую «мелодию экскурсии».

Экскурсию-прогулку удобно сочетать с мастер-классом. Так, на экскурсии «Природа – источник вдохновения и творчества» дается информация о влиянии природы на творчество человека в разные времена. Любовь к родной природе передается через работы поэтов, прозаиков, композиторов, художников, их умение превращать движение, звуки, краски природы в музыку и искусство. Экскурсовод строит экскурсионный материал на основе сочетания отрывков литературных произведений – стихов и прозы, демонстрации иллюстраций картин знаменитых художников и прослушивания музыкальных композиций, посвященных природе. По ходу прогулки экскурсантами собирается природный материал: корешки, шишки, плоды, листья. По завершении прогулки из природного материала делается творческая композиция, например, подставка для свечей. Можно использовать другие идеи для экологического дизайна (композиции из природных материалов). С такой экскурсией хорошо сочетается ароматотворчество – создание пряно-ароматических композиций; флористика – создание композиций из живых цветов и сухоцветов. Экскурсию-прогулку можно дополнить художественным пленэром или фотопленэром. Участники экскурсии, даже не имеющие художественных навыков на листах с прорисованными контурами-очертаниями с помощью пастели могут сделать свои собственные рисунки.

Возможно проведение экскурсии-прогулки с закрытыми глазами. Такая экскурсия станет прогулкой, полной тактиль-

ных ощущений, звуков, ароматов, загадок. Когда закрываешь глаза, то больше чувствуешь, осознаешь. Экскурсовод показывает участникам мир чувств и ощущений.

Использование разнообразных форм проведения экскурсий может стать основой стабильности работы туристского и экскурсионного предприятия и является важным условием его эффективного функционирования.

#### *Список литературы*

1. Емельянов Б. В. Экскурсоведение. М.: Сов. спорт, 2007. 216 с.
2. Каукин А. В. Древоцелительство: Деревья дарят радость и здоровье: о березе – целительнице и красавице. М.: Сов. спорт, 2002. 224 с.
3. Менеджмент культурного туризма: учеб. пособие для студ. бакалавриата, обучающихся по направлению «Туризм» / под общ. ред. Г. А. Лесковой. СПб.: Изд-во СПбГУКИ, 2013. 236 с.
4. Скобельцина А. С. Культурологические принципы экскурсоведения: к постановке проблемы (1-я пол. XX в.). // Общество. Среда. Развитие. (Terza Humana). 2010. С. 169–173.
5. Цин Ли Синрин-йоку: японское искусство лесных ванн. Как деревья дарят нам силу и радость. М.: Эксмо, 2018. 384 с.

# ТУРИЗМ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ

УДК 316.44

*Сергей Владимирович Бусель,*

*студент,*

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,*

*г. Калининград, Россия*

## **Влияние западного мира на формирование и дальнейшее существование молодёжных субкультур Японии**

*В статье рассматриваются особенности формирования современных японских молодёжных субкультур, в которых прослеживаются заимствования различных признаков субкультур из Запада.*

**Ключевые слова:** японская молодёжь, молодёжная субкультура, западный мир, национальная самобытность, гангуро, «хрустальные», «поколение скоростей»

*Sergey Vladimirovich Busel,*

*Student,*

*Immanuel Kant Baltic Federal University,*

*Kaliningrad, Russia*

## **Western World's Influence on Formation and Continued Existence of Youth Japanese Subcultures**

*The article presents features of Japanese modern youth subcultures formation, in which can be seen borrowings of different signs of Western subcultures.*

**Keywords:** Japanese youth, youth subculture, Western world, national identity, ganguro, "crystal", "speed generation"

Япония – страна с богатой и многовековой неповторимой историей. Будучи небольшим островным государством, находящимся в Тихом океане, Япония в течение длительного времени оставалась сугубо консервативной державой не только в географическом, но и в духовном плане: во всех сферах жизни преобладал коллективизм, большинство жителей соблюдали древние конфуцианские добродетели, такие как верность отцу, верность семье и т. д. В настоящий момент Япония и часть стран Ближнего Востока так или иначе всё чаще сближаются с развитыми государствами западного мира, зачастую перенимая некоторые элементы культуры и быта и переделывая их на свой лад. Ярким примером того являются молодежные субкультуры, члены которых стремятся к эпатажу и сильному нонконформизму. Стоит отметить, что среди японской молодежи проявляется тенденция подражать в первую очередь европейцам и американцам как представителям различных трендовых направлений и сфер. Причина тому – многолетняя замкнутость Японии от всего мира и экономическая депрессия девяностых годов. Как итог, молодое поколение, жаждущее свободы действий, часто нарушает исконные стандарты и устои, ещё обучаясь в школе: вместо одинаковой школьной формы они предпочитают носить различную яркую одежду, а представители женского пола используют макияж и носят украшения. Далее изменения мировоззренческих установок проявляется в поиске работы на рынке труда. Если раньше поколение японцев следовало правилу пожизненного найма, то сейчас же всё чаще можно встретить молодёжь, занимающуюся временными заработками. Для такого явления даже был подобран термин «фритерс», что созвучно с английским словом «freelance». Это молодой человек, занимающийся непостоянными заработками, работающий неполный рабочий день или промышленяющий фрилансом. Следует заметить, однако, что проявление индивидуалистического мышления со стороны молодёжи необходимо воспринимать не как пародию на Запад, а скорее как протест против консервативных общественных ценностей, которые активно соблюдались и трактовались старшим поколением.

Так, существующие главенствующие молодежные группы Японии можно разделить на три основные категории. Первые – неформальные объединения, которые были скопированы с западных групп. В качестве примера можно рассматривать хиппи и панков. Однако ценностные ориентации данной категории субкультур кардинально изменились в Японии: из ярко выраженной идеалистической борьбы и бунтующего характера остался лишь эскапизм и внешняя атрибутика. Вероятно, во многом это связано с первичным предназначением возникновения подобных объединений, являющимся не актуальным в наше время. В качестве примера можно взять хиппи, изначальная цель которых была протест против вьетнамской войны и ядерного вооружения. Вторые – группы, сформировавшиеся из увлечения к конкретным музыкальным стилям и направлениям в западной и японской молодёжной моде. Третьи группы пропагандируют хорошую физическую форму. Однако они нередко преобразовывались в криминальные группы и совершали различного рода преступления, чем и вызывали негативную реакцию со стороны старшего поколения.

Ещё одной особенностью формирования молодёжных объединений, присущая исключительно Японии, является специфическая территориальная локализация. Лишь на определенных улицах можно встретить представителей различных субкультур. Наиболее популярными являются районы Токио, Харадзюку, Сибуя, Гинза и мн. др. Стоит отметить, что именно в районах Харадзюку и Сибуя зародились многие субкультуры, известные и за рубежом Японии.

Можно предположить, что история первых молодёжных течений началась в середине XIX столетия, когда молодые люди начали экспериментировать с модными тенденциями, надевая и комбинируя различную яркую одежду. Такое явление было названо «street fashion», что в переводе с английского звучит как «уличная мода». Когда количество ярко одетых юношей и девушек стало многократно возрастать, а различные модные течения начали более интенсивно распространяться молодёжью, в XX веке было введено обширное понятие «японская уличная мода».



Зачастую субкультуры страны Восходящего Солнца берут за основу существующую субкультуру западного мира, либо черпают некоторые элементы из неё. В качестве примера можно привести радикальное ответвление субкультуры гяру – гангуро или куро гяру. Членами данного объединения являются преимущественно девушки, отсюда гяру – японское произношение слова girl. Последователи данного течения всячески подражают американским чернокожим исполнителям хип-хопа, однако их истинная цель заключается в разрушении стереотипов о скромных и послушных белокожих гейш. Они регулярно посещают солярий, наносят на кожу тональный крем темного цвета. Даже само слово гангуро с японского переводится как «чёрное лицо». Огромную роль девушки гангуро уделяют своей одежде. Покупая многочисленные выпуски японских журналов, посвященных уличной моде, члены данной субкультуры стараются следовать актуальным фэшн-трендам. В основном их наряд состоит из одежды ярких тонов, ультракоротких юбок или шорт и обуви на большой платформе. Представителей субкультуры гангуро можно также узнать по очень длинным ресницам, осветлённым волосам и искажённому американизированному сленгу.

Бывает, что некоторые японские субкультуры перекликаются с субкультурами западного мира в том или ином смысле. Так, существует молодёжное японское течение «хрустальных». Сам термин возник благодаря писателю Танака Ясуо и его произведению «Слегка хрустальные». В своей работе Танака изобразил типичную жизнь современной молодёжи, назвав её «хрустальной». Как объяснил сам автор, «хрустальные» они потому, что «хрусталь сверкает не сам по себе, а лишь отражает упавший на него свет». Данная субкультура возникла в 80-х годах в условиях «экономического чуда», где родители и опекуны могли обеспечить разнообразные прихоти своих детей и подростков. Это и стало основной причиной появления «хрустальных». По своей сути, это юноши и девушки, проводящие своё свободное время в клубах и дискотеках, поскольку не обременены работой и саморазвитием. Более того, представители данной субкультуры категориче-

ски презируют труд и всех «рабочих муравьёв», даже своих родителей. Данным индивидам присущ американский стиль одежды «casual», сам по себе подразумевающий свободу самовыражения, поскольку является повседневным стилем и не накладывает никаких запретов. Отличительной чертой является также частое употребление в своей речи слов из лексикона американской морской пехоты. Нередко среди представителей данной субкультуры прослеживается чрезмерное употребление наркотиков. Наряду со своей эгоцентричностью, жестокостью и аполитичностью, «хрустальные» достаточно сильно напоминают отечественную субкультуру мажоров или «золотой молодёжи», которая возникла в те же временные рамки.

Ещё одним примером подобным западным субкультурам молодёжного течения можно считать «поколение скоростей», суть которого заключалась в быстрых гоночных заездах на мотоциклах. К 60-м годам около 60 % молодежи были увлечены мотоциклетными гонками, а пик расцвета данного объединения приходится на первую половину 90-х годов. Примечательно, что это случилось, когда девушки стали создавать собственные байкерские группы. Данная субкультура включает в себя собственную структуру и принципы, которые были заимствованы у некоторых женских криминальных группировок. Отсюда – неоднократное нарушение закона со стороны японских байкеров. Очевидно, что японская субкультура практически схожа с отечественной субкультурой байкеров, существующей и по сей день, в отличие от «поколения скоростей».

Проанализировав всё вышесказанное, можно прийти к выводу, что японские молодёжные субкультуры несут в себе национальную самобытность и неповторимый облик, несмотря на то, что многие из них были созданы под влиянием развитого Запада. Произошедшее можно объяснить долголетней изолированностью японской молодёжи от прогрессирующего мира, однако именно этот фактор и преобразовал молодёжные субкультуры Японии в интересный для комплексного изучения феномен.

### **Список литературы**

1. Кавамура Ю. Японские подростки как производители уличной моды // Япония. 2009. № 53. С. 784–801.
2. Катасонова Е. Л. Другая Япония: лики молодёжной субкультуры // Япония: ежегодник. 2008. № 37. С. 182–201.
3. Моисеев М. Е., Ядрышникова М. В. Молодёжные субкультуры в современной Японии // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира. 2014. № 1. С. 190–197.
4. Цыбикжапова Т. Т., Амгаланова М. В. Становление и формирование молодёжных субкультур Японии // Культурологические опыты: сб. ст. Улан-Удэ, 2017. С. 23–27.
5. Обратная сторона солнца: экстремальная культура Японии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mir24.tv/news/13469868/obratnaya-storona-solnca-ekstremalnaya-kultura-yaponii> (дата обращения: 18.09.2018).

**УДК 614.2:615.838/003.1**

***Павел Викторович Жуков,***

*старший преподаватель,*

*Ленинградский государственный университет*

*им. А. С. Пушкина;*

*генеральный директор,*

*Центр детско-юношеского туризма "Terra Holiday",*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

***Антон Евгеньевич Грицун,***

*студент,*

*Ленинградский государственный университет*

*им. А. С. Пушкина*

### **Роль и значение иранского турпотока в РФ**

*В статье рассматриваются проблемы развития въездного турпотока из Ирана и сформулированы варианты их решения.*

***Ключевые слова:*** *Халяль Френдли, Иран, гид-переводчик*

***Pavel Viktorovich Zhukov,***

*Senior Lecturer;*

*Leningrad State University named after him of A. S. Pushkin;*

*CEO center of youth tourism "Terra Holiday",*

*St. Petersburg, Russia*

***Anton Evgenievich Gritsun,***

*Student,*

*Leningrad State University named after him of A. S. Pushkin,*

*St. Petersburg, Russia*

## **The Role and Importance of the Iranian Tourist Flow in the Russian Federation**

*The article deals with the problems of the development of the inbound tourist flow from Iran and outlines the options for their solution.*

***Keywords:*** *Halal Friendly, a tourist flow from Iran, guide-translator*

Как и прочие страны Ближнего Востока, Иран показывает стабильное и динамичное увеличение турпотока в Российскую Федерацию. Среди всех государств, чьи граждане выезжают на территорию РФ с целью туризма, ИРИ показывает самый высокий показатель роста турпотока, который в 2015 году составил 56 %, а в 2016 году достиг максимально-го, в современной истории отношений двух стран, показателя в 62 %. В абсолютных величинах данный показатель составляет 16 тыс. в 2015 году и 25,5 тыс. в 2016 году. Такие темпы роста позволили Исламской Республике занять 19 место по числу туристов и общем въездном потоке в Российскую Федерацию, что по итогам 2016 года составило 67 166 человек. По данному показателю ИРИ приблизился к традиционным для России странам, чьи туристы прибывают на отдых, таким как Индия и Япония [28].

Туристы и путешественники, прибывающие из Ирана в Россию даже в составе организованных групп, зачастую могут встретиться с различными проблемами, среди которых ключевыми являются:

1. Недостаточное количество гидов-переводчиков, способных разговаривать на русском и персидском (фарси) языках.

Эта проблема в еще большей степени касается туристов-индивидуалов из Исламской Республики. Это в первую очередь связано с отсутствием доступных языковых курсов фарси и учебных программ в высших и средних профессиональных учебных заведениях, что вызвано малым количеством подготовленных специалистов. Таким образом, мы видим, что даже в крупных городах, таких как Санкт-Петербург, в год, в среднем, проходит подготовку около 15–30 человек. И в основном, это специалисты, проходящие подготовку по направлению «Востоковедение», которые в дальнейшем занимаются научной работой или дипломатическими отношениями, то есть, несмотря на имеющуюся подготовку кадров, удовлетворяющих данную потребность, сфера туризма продолжает испытывать острую нехватку специалистов.

Наиболее доступными и эффективными способами решения данной проблемы являются:

- создание дополнительных направлений подготовки в вузах, связанных с туристской деятельностью, с углубленным изучением не классических (английского, французского и немецкого) языков, количество носителей которых в России достаточно велико, а с большим упором на ближневосточные языки и их диалекты. Это позволит сформировать более привлекательную среду и будет ярко демонстрировать стремление российской стороны к тесным торгово-экономическим и культурным связям между странами.

- привлечения иранских специалистов и филологов, способных вести дисциплины, как на русском, так и на персидском языке. Применение такой практики в краткосрочной перспективе может привести к созданию совместных международных программ подготовки специалистов, как в России, так и в Иране. Подобные программы совместно с Тегеранским университетом в настоящее время развиваются на базе двух российских высших учебных заведений: МГИМО и СПбГУ. Также сотрудничеством по данному вопросу в последние годы активно занимаются Институт мировой экономики и международных отношений РАН и Институт Востоковедения РАН. Преподают персидский язык также и в РосНОУ в Санкт-Пе-

тербурге, но в качестве факультативной дисциплины для студентов международного отделения, и на коммерческой основе для студентов других вузов. Подобная программа подготовлена и проводится совместно с Посольством Исламской Республики Иран в Москве. Выпускники данных курсов получают сертификат международного образца, подписанный послом ИРИ в России – Мехди Санаи.

В современных условиях вышеперечисленные рекомендации дают возможность подготавливать высококвалифицированных специалистов в области перевода с русского языка на фарси. Поэтому вопрос, связанный с подготовкой таких кадров в области туризма, обладает очень высокой актуальностью и требует незамедлительного решения, потому как туристский рынок, одна из наиболее изменчивых отраслей экономики, а формирование туристских потоков из Ирана, в настоящее время, находится в активной фазе, и в связи с этим, российским туристским компаниям необходимо в ближайшие годы заняться построением благоприятной и комфортной среды для пребывания туристов из Ирана. А одним из ключевых показателей этого является подготовка высококлассных специалистов и гидов-переводчиков.

Также важным фактором является создание ряда торговых и досуговых центров, удовлетворяющих нормам исламской морали, очень важным аспектом которой является разделение по половому признаку мест проведения досуга.

Подобные меры реализованы в системе сертификации «Халяль Френдли», но данная программа распространяется только на гостиницы и предприятия питания. То есть подобная программа не может быть универсальной и для торговых и досуговых центров. Также данная проблема не может быть решена путем малого вливания средств, так как необходимо создавать абсолютно новые элементы инфраструктуры, по всем требованиям удовлетворяющие потребностям туристов-мусульман. К тому же необходима должная подготовка кадров, так как все туристы, прибывающие из Ирана, исповедуют Ислам Шиитского толка, то есть очень консервативны в культурном и религиозном плане. В пользу создания подобных

условий говорит и то, что 9,5 миллионов граждан (6,5 % населения) России исповедуют Ислам, и то, что помимо туристов из Ирана, в составе въездных туристских потоков в 2016 году насчитывалось еще более 2 миллионов туристов-мусульман из стран СНГ и Ближнего Востока. Тем самым, можно сказать, что подобные досуговые центры будут востребованы даже с учетом прекращения роста турпотока из Ирана или его полным исчезновением. Среди основных рекомендаций, для реализации данных проектов, можно выделить:

2. Все специалисты подобных предприятий должны проходить тщательную подготовку, чтобы в дальнейшем не возникало никаких проблем и сложностей в работе с иранскими туристами, в противном случае это может пагубно сказаться на туристских потоках.

Меры подобного характера уже принимаются в некоторых регионах России, так, например, в Чечне и Дагестане строятся санатории и дома отдыха с пляжами раздельными для женщин с детьми и мужчин. В Республике Татарстан создаются досуговые центры, сотрудники и помещения которых в полной мере удовлетворяют всем нормам и требованиям исламской морали. Подобные планы развития разрабатываются также и в Республике Башкортостан.

Но как можно заметить, все вышеперечисленные регионы по своему религиозному составу являются преимущественно мусульманскими, то есть в первую очередь, реализация подобных проектов скорее связана с созданием комфортной среды для местных жителей, нежели чем для привлечения туристского потока.

3. Необходимо использовать особенности развития мусульманских регионов России, с целью привлечения на их территории туристов из Ирана.

Важным аспектом является то, что данные регионы обладают и достаточно большими туристскими ресурсами, и хорошо развитой инфраструктурой. То есть фактически, не являясь традиционными туристскими центрами России, они все больше удовлетворяют запросам туристов-мусульман, и как следствие повышают свою привлекательность и конкурентоспособность на данном рынке. Это является немаловажным

фактором, ведь привлечение большого количества туристов в эти регионы, окажет огромный мультипликационный эффект и на прочие предприятия.

4. Формирование Особых экономических зон в регионах, потенциально привлекательных для въездных туристских потоков.

Некоторые из перечисленных регионов в 2018 году получили статус – Особой Экономической Зоны (ОЭЗ) – среди них Республики Северного Кавказа и Башкортостан. Таким образом, данные регионы получают целый ряд преимуществ от ведения туристской деятельности и могут послужить примером реализации подобных проектов, стратегий и программ в других регионах России, таких как Санкт-Петербург, Москва, Краснодарский край и Республика Крым.

Сегодня необходимо предпринимать шаги, которые способны привести к взаимовыгодному стратегическому сотрудничеству. Российская Федерация и Иранская Республика Иран во много зависят друг от друга, и подобную зависимость необходимо переводить в плоскость продуктивного взаимодействия, а для этого, как известно, необходимо достигать успехов во всех совместных проектах и сферах деятельности. И туризм, как один из важнейших элементов современной мировой экономики, несомненно должен сыграть большую роль в развитии ирано-российских отношений.

#### *Список литературы*

1. Трушкова И. Ю., Москвин А. Ближний Восток: перспективы отдыха и туризма в контексте культурных связей с российским югом // Этнокультуры Российского Юга на Российском Севере: вопросы изучения в школе и вузе: сб. ст. Сер. Этнокультурное наследие Вятского региона. 2015. С. 51–56.

2. Туркина Е. В. Влияние спортивных мероприятий на туристские потоки // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы XXXI Междунар. науч.-практ. конф. Ин-т стратег. исслед., 2016. 152 с.

3. Усмонов Ф. Шанхайская организация сотрудничества: российский подход к кандидатуре Ирана // Центральная Азия и Кавказ. 2014. Т. 17, № 3. С. 18–31.



**Оксана Валерьевна Ивлева,**

*канд. пед. наук, доцент,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта,  
г. Калининград, Россия*

**Арина Александровна Шерстюк,**

*студентка,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта,  
г. Калининград, Россия*

**Влияние межкультурной коммуникации  
на социокультурную среду Латвийской Республики  
(на примере Риги)**

*В исследовании рассмотрена специфика межкультурной коммуникации в контексте Латвийской Республики, выявлено воздействие феномена диалога культур на социальную и культурную сферу общества на примере Риги.*

**Ключевые слова:** *межкультурная коммуникация, процесс диалога культур в Риге, модификации социально-культурной среды*

**Oksana Valerievna Ivleva,**

*Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor;  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

**Arina Aleksandrovna Sherstyuk,**

*Student,  
Immanuel Kant Baltic Federal University,  
Kaliningrad, Russia*

**The Influence of Intercultural Communication  
on the Social and Cultural Environment of the Republic  
of Latvia (by the Example of Riga)**

*The study examines the specifics of intercultural communication in the context of the Republic of Latvia, the influence of the phenomenon of cultural dialogue on the social and cultural sphere of society is revealed by the example of Riga.*

**Keywords:** *intercultural communication, the process of dialogue of cultures in Riga, modification of social and cultural environment*

Практика межкультурных контактов – один из наиболее значимых векторов, определяющих всеобщий процесс развития и становления современной культурной платформы. Межкультурная коммуникация, в данном ракурсе исследования, рассматривается как процесс обмена социокультурными кодами, смыслами между представителями разных культур. В ходе диалога культур каждый инокультурный элемент оказывает непосредственное влияние на исходное информационное культурное поле принимающей стороны, её аутентичную социально-культурную среду, сформировавшуюся до вступления в интеракцию. Путём преобразования социокультурной среды, происходят изменения в формах социального устройства общества, системах ценностей, типе мировоззрения и образе жизни.

Панорама состояния современной мировой культуры – это синтез многих взаимодействующих культурных систем. Социально-культурные заимствования и взаимопроникновения неизбежны во всеобщем процессе глобализации. Их проявление возможно проследить на примере отдельно взятой страны, поддерживающей межкультурную коммуникацию. В число таких стран, активно перенимающих друг у друга социально-культурные элементы, входят страны Балтии.

Географически область Балтии располагается в Северной Европе и соответствует современным Латвии, Литве и Эстонии. Страны Балтии отличаются по своему историческому становлению, социально-культурному колориту, традициям. Однако факт членства в Европейском Союзе, а также наличие международных связей с пограничными странами формируют особое пространство для диалога культур. Интеграция в процесс глобального межкультурного диалога отражается на характере социально-культурной среды Балтии, в частности Латвийской республики.

Исторически социальная и культурная природа Латвии обусловлена этнографическими процессами. На становление социокультурного контекста оказал влияние этногенез – процесс сложения этнической общности на базе различных этнических компонентов. На протяжении многих столетий

на территории Латвии обосновывались и смешивались представители финно-угорских, балтских, славянских, германских и других племён и народов. Современная этнографическая ситуация тому не исключение.

Национальный состав Латвии представляет собой целостную мультикультурную систему. По оценке на 1 сентября 2018 года численность населения составляет 1 923 400 человек [4].

Помимо коренных жителей, латышей, в Латвии проживают иные этнические группы: русские, белорусы, украинцы, поляки, литовцы, цыгане, евреи, немцы, эстонцы и другие. Специфика полинационального состава Латвии в большей степени оказала влияние на социальные и культурные процессы, сосредоточенные в городе Риге.

Столичный город Латвии представляет собою многовековой культурный код. В основе этого кода – уникальный социально-культурный ландшафт, вобравший в себя элементы разных этнокультурных и временно-пространственных контекстов. На формирование социокультурной среды Риги оказали влияние процессы межкультурного взаимодействия, а именно диалог культур. Становление межкультурного диалога охватило многие аспекты социально-культурной среды, достигнув значительных проявлений, к примеру, в градостроительстве. В создании неповторимого образа города участвовали латышские, немецкие, русские, шведские и другие европейские архитекторы.

Столичный архитектурный ансамбль, формировавшийся начиная с XIII века, в особенности, историческая часть города, символизирует собой взаимодействие различных архитектурных направлений и связанных с ними исторических эпох. Строительство Старой Риги началось в эпоху Средневековья с возведения крепостной стены. В центральной части города преимущественно преобладают как постройки романского стиля: крепостные башни (Пороховая башня, Девичья башня, фрагменты башни Рамера), остатки оборонительных стен из булыжника (Шведские ворота), так и здания, выполненные в готическом стиле (Домский собор, собор Святого Иакова,

комплекс «Три брата»). В архитектурном решении старого города также представлены элементы маньеризма (Церковь Святого Иоанна, Дом Черноголовых), барокко (дом Рейтерна, реформатская церковь), образцы классицизма (городская ратуша), эклектики и модерна (Дом с чёрными котами). Большинство строений Старой Риги имеет статус памятника культуры, а с 1997 года историческая часть Риги внесена в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО [2].

Немаловажным аспектом специфики рижской социально-культурной среды является полилингвизм – естественное и регулярное использование в коммуникации двух или более языков. Ввиду исторических событий и особенностей национального состава населения, помимо знания латышского языка, жители Риги также предпочтительно изучают английский, русский, немецкий, литовский, эстонский. Статус всех языков, кроме государственного латышского, в соответствии со статьей № 5 «Закона о государственном языке», приравнивается к иностранному. Тем не менее, в рижской среде распространено использование русского языка в повседневной жизни. Вследствие чего социальной среде Риги, как и Латвии в целом, характерен феномен смешанных билингвальных семей [3].

Происходящие социально-культурные преобразования имеют как конструктивный, так и деструктивный характер. С одной стороны, продуктом диалога двух социально-культурных систем становится новый культурный синтез. В этом случае влияние диалога культур способствует взаимному обогащению культур, развитию уникальных «гибридных» культурных форм, обмену социокультурным опытом, улучшению международных отношений. На этой почве могут происходить как локальные, так и более масштабные культурные изменения, что символизирует развитие культуры в целом.

С противоположной точки зрения, непрерывное взаимодействие одной социально-культурной среды с другими ведёт к их и частичному слиянию, в том числе к потере или модификации некоторых исходных культурных элементов. Диалог культур создаёт условия для расширения диапазона смысло-

вых значений культурных кодов посредством инокультурного влияния. В этом случае на аутентичный социокультурный пласт «наслаиваются» новые культурные коды, постепенно видоизменяя прежние устои и традиции.

Латышская социокультурная среда, будучи принимающей стороной проявлений процесса межкультурной коммуникации, необратимо подвержена модификациям. Помимо проблемы полинационального состава и сопутствующей специфики межкультурного диалога, перед латвийским сообществом поставлены задачи, связанные с персональной культурной идентичностью коренного населения. Внутренняя культурная политика Латвии, в особенности Риги, направлена на сохранение национального своеобразия культуры и укрепление доминирующей позиции латышской социокультурной самобытности в контексте всемирной унификации.

Выполнение заявленных задач преимущественно осуществляется посредством проведения культурных мероприятий, направленных на массовое распространение латышской культуры. В качестве примера, одним из таких национальных культурных событий является грандиозный по количеству участников Вселатвийский Праздник песни и танца. Праздник традиционно проводится, начиная с 1873 года, раз в 5 лет в Риге. В XXVI фестивале (по случаю 100-летия Латвийской Республики в 2018 году) участвовали более 43 000 человек – хоры, танцевальные коллективы, духовые оркестры, фольклорные группы, этнографические ансамбли из Латвии и других стран [5].

Результатом диалога культур на территории Риги стало становление уникального социального и культурного континуума. Характер социально-культурной деятельности в Риге имеет как общеевропейское, так и мировое значение. Благодаря существующей специфике межкультурного диалога и проводимой культурной политике, в 2014 году Рига получила право называться культурной столицей Европы. В настоящее время Рига поддерживает статус многокультурного европейского города. Направления, в которых существует и развивается современная социокультурная среда также направлены на

преобразование пространства мультикультурного взаимодействия. При этом задачи Риги, как столичного города, состоят в становлении доминирующей позиции латышской культуры и языка, а также укрепления национальной идентичности латышского населения.

#### *Список литературы*

1. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов. М.: Юнити-Дана, 2003. С. 33.
2. Krastins Janis & Strautmanis Ivars. Riga. The complete guide to architecture. Riga: Projekts, 2004. 132 с.
3. Воронов В. В. Русские в Латвии: особенности социокультурной адаптации и идентичности [Электронный ресурс] // Балтийский регион. Русские диаспоры в Балтийском регионе. 2009. Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/v/russkie-v-latvii-osobennosti-sotsiokulturnoy-adaptatsii-i-identichnosti> (дата обращения: 28.09.2018).
4. Официальный сайт Центрального статистического управления Латвии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.csb.gov.lv/en> (дата обращения: 17.09.2018).
5. Праздник песни и танца [Электронный ресурс] // О празднике. Режим доступа: <https://www.dziesmusvetki.lv/ru/o-prazdnikje/prazdnik-pje-sni-i-tanca> (дата обращения: 30.09.2018).

**УДК 316.354.4:338.48**

*Андрей Александрович Плисецкий,*  
студент,

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*  
г. Уфа, Россия

*Эльвина Фаизовна Файзутдинова,*  
студентка,

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,*  
г. Уфа, Россия

### **Волонтерский туризм как способ межкультурного диалога**

*В данной статье волонтерский туризм рассматривается как способ коммуникаций между культурами. Авторами сформулированы определения волонтерского туризма и межкультурного диалога, обоснованы*

основные мотивации волонтерства. В статье приведены ключевые преимущества волонтерского туризма для принимающей стороны и туриста-волонтера.

**Ключевые слова:** волонтерство, межкультурный диалог, туризм, проект, программа, общение, культура, помощь

**Andrey Aleksandrovich Plisetsky,**

*Student,  
Ufa State Petroleum Technological University,  
Ufa, Russia*

**Elvina Faizovna Faizutdinova,**

*Student,  
Ufa State Petroleum Technological University,  
Ufa, Russia*

## **Volunteer Tourism as a Way of Intercultural Dialogue**

*In this article, volunteer tourism is viewed as a way of communication between cultures. The definitions of volunteer tourism and intercultural dialogue are formulated by authors, the main motivations of volunteering are substantiated. The article presents the key advantages of volunteer tourism for receiving party and volunteer tourist.*

**Keywords:** *volunteering, intercultural dialogue, tourism, project, program, communication, culture, assistance*

В современном мире у человечества появилось множество возможностей коммуникаций между собой. Однако это не значит, что люди стали жить едино и мирно. Об этом констатируют многие межкультурные конфликты и изоляция, которой подвержены группы мигрантов, бедняков и различных меньшинств. В настоящее время, существуют такие технологии, которые помогают людям иметь доступ к практически любой информации. Тем не менее людям по-прежнему не хватает определенной мудрости, способной предотвратить межкультурные конфликты, избежать социальные проблемы и искоренить неравенство.

В таких условиях одним из успешных инструментов решения проблем, мог бы стать межкультурный диалог. На наш взгляд, межкультурный диалог – это общение между индивидами и группами, которые являются представителями разных

культур. Мартин Лютер Кинг утверждал: «Люди ненавидят друг друга, потому что они боятся друг друга; боятся, потому что ничего друг про друга не знают; не знают, потому что не общаются, а не могут общаться, потому что разделены». По его мнению, конфликты случаются из-за отсутствия диалога между людьми. Аналогично случаются и межкультурные конфликты из-за отсутствия общения между различными культурами.

Существует множество способов эффективного межкультурного общения. Одним из таких, на сегодняшний день, стал волонтерский туризм. Суть волонтерской деятельности заключается в добровольной помощи без намерений получить денежное вознаграждение. Волонтерский туризм – это вид туризма, при котором целью поездки в другие города и страны является участие в волонтерских проектах. Как правило, в подобные волонтерские программы приглашаются люди со всего мира, что позволяет узнавать не только местную культуру, но и познакомиться с традициями и обычаями других стран.

Участие в волонтерских проектах сугубо добровольное. Существуют различные направления деятельности, среди которых заинтересованный человек сможет найти для себя занятие по своим интересам. Например, распространены направления, где нужно ухаживать за животными, помогать нуждающимся, участвовать в преподавательской деятельности, работать на фермах, реставрировать старинные здания, либо оказывать помощь в подготовке различных фестивалей. В настоящее время волонтерские проекты проходят практически во всех странах мира. Как правило, в подобных программах принимающая сторона предоставляет волонтерам место для проживания и полностью, либо частично отвечает за питание.

Следовательно, затраты туриста-волонтера значительно снижаются, самостоятельно оплачивается лишь трансфер и личные расходы. Преимущество и важность волонтерского туризма заключается в определенной выгоде, как для принимающей стороны, так и для туриста-волонтера. В большинстве случаев, волонтеры приглашаются для решения определенных проблем. Ими могут быть, как отсутствие рабочей



силы в маленькой деревне, так и нехватка материальных средств для оплаты предстоящих работ. Принимающая сторона при помощи волонтеров может решить поставленные задачи, затратив при этом минимум ресурсов на обеспечение проживания и питания. В свою очередь турист-волонтер также снимает с себя часть затрат на путешествие, однако это не главное преимущество. Участие в волонтерских программах позволяет полностью погрузиться и проникнуться в культуру местных жителей, познакомиться с другими волонтерами, сделать добрый и бескорыстный поступок, и к тому же снизить затраты на путешествие.

Таким образом, волонтерский туризм способствует межкультурному диалогу. Это эффективный и доступный способ межкультурной коммуникации, который может внести свой вклад в развитие и укрепление процессов единения различных культур. Несмотря на локальность подобных проектов, они выполняют эффективную роль межкультурных коммуникаций. К тому же, территории, где проходят проекты, приобретают определенную известность. Поскольку волонтеры по окончании программы распространяют информацию о месте, в котором пребывали, что будет способствовать развитию туризма в регионе.

#### *Список литературы*

1. Волонтерские программы: сделайте мир лучше, путешествуя [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.momondo.ru/kudapoehat/post/volonterskie-programmy> (дата обращения: 15.09.2018).
2. Гузикова М. О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2015. С. 6–8.
3. Галенко Е. В., Кременецкая А. М. Волонтерский туризм как фактор устойчивого развития // Евразийская экономическая конференция: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. (23 янв. 2018 г.). Пенза: Наука и просвещение, 2018. С. 126–130.
4. Круглова М. С. Феномен волонтерства в современной теории и практике туризма // Аспирант. 2015. № 5–1. С. 77–80.
5. Шарыпин А. В. Волонтерское движение: истоки и современность // Современные исследования социальных проблем. 2010. № 4. С. 214–220.

## ОБРАЗОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

УДК 338.46

**Елена Геннадьевна Карпова,**

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

**Ани Артуровна Хачатрян,**

*магистрант,  
Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Проблемы развития профессиональных компетенций персонала в современных сервисных компаниях**

*В современных условиях залогом успеха предприятий сферы услуг являются высокообразованные сотрудники, обладающие соответствующими занимаемой должности компетенциями. Добиться качественного оказания услуг, решения поставленных задач, эффективного взаимодействия сотрудников как внутри компании, так и с внешними партнерами возможно путем применения и развития проектного образа мышления. Необходимость грамотного построения рабочих процессов, направленных на достижение поставленных целей, выходит на первый план.*

**Ключевые слова:** туризм, сфера услуг, образование, оценка и обучение персонала

***Elena Gennadievna Karpova,***  
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
St. Petersburg State Economic University,  
St. Petersburg, Russia*

***Ani Arturovna Khachatryan,***  
*Master's Degree Student,  
St. Petersburg State Economics University,  
St. Petersburg, Russia*

## **The Problems of Professional Personnel's Competences Development in Modern Service Companies**

*Today highly educated employees who have corresponding competences are the key to success of the service enterprises. The application and development of a project-oriented way of thinking allows to achieve quality services, solution of the tasks at hand, effective interaction of employees both inside the company, and with external partners. Necessity of competent working processes creation, directed to goals achievement, plays center stage.*

***Keywords:*** *tourism, services, education, assessment and training of personnel*

Индустрия сферы услуг представляет собой особую отрасль экономики, отличие которой состоит в коллаборации предприятий, производящих как материальные, так и нематериальные услуги. Однако именно эта особенность вызывает сложности в организации процессов управления индустрией сферы услуг в целом и отдельно взятыми сервисными предприятиями.

Актуальность темы исследования обоснована тем, что для сферы сервиса именно персонал является главнейшим ресурсом предприятия. Качественная работа персонала составляет 90 % услуги, оказываемой предприятием сервиса.

Конечный потребитель услуги довольно часто рассматривает персонал в сфере услуг как своего рода эксперта, чьему мнению и знаниям он доверяет и полагается. Следовательно, персонал в сфере услуг воспринимается как неотъемлемая ее часть. Именно компетенции персонала являются сильной стороной компании и оказывают существенное влияние на качество оказываемых услуг. Можно сделать вывод, что оценка и обучение персонала имеют особое значение в современных условиях.

Профессионализм сотрудников оказывает влияние на качество предоставляемых услуг, формирование приверженности потребителей, и, в конечном счете, на эффективность деятельности сервисного предприятия.

Стремительные темпы развития рыночной экономики и обострение конкуренции ставят на одно из первых мест обучение и развитие персонала. Одним из главных условий обеспечения и поддержания конкурентоспособности современного предприятия является развитие профессиональных компетенций и личностных качеств персонала [3; 4].

Менеджерам российских предприятий сферы услуг следует больше внимания уделять анализу динамично меняющейся внешней среды и своевременно пересматривать исходные установки своих операционных команд. Залог успеха и конкурентоспособности сервисного предприятия на сегодняшний день – это четкое знание своих способностей (компетенций) и умение ими эффективно управлять. Успешные компании представляют собой команды, каждый участник которой четко знает круг своих обязанностей, свои сильные стороны и свою задачу.

«На сегодняшний день, в обществе востребованы специалисты, которые стремятся непрерывно повышать свою квалификацию, являются мастерами новых технологий и методов их использования (работниками нового типа)» [2, с. 27]. Стоит отметить, что данные последних исследований свидетельствуют о том, что наличие знаний и навыков, получаемых выпускниками ВУЗов в рамках обучения, не является достаточным для эффективной работы в сфере сервиса в современных условиях [1].

Следовательно, можно сделать вывод о том, что сервисные предприятия, помимо профессионального найма сотрудников, испытывают необходимость в наличии эффективной системы корпоративного обучения, направленной на подготовку ориентированных на достижение поставленных целей сотрудников, обладающих необходимым компетенциями. Это обосновывается тем, что на современном этапе развития сферы услуг, специалист сервисного предприятия должен отвечать следующим требованиям:

- наличие профессиональной подготовки в рамках своей профессии;
- широкий кругозор и способность ориентироваться в смежных сфере услуг областях;
- способность к личностному и профессиональному росту;
- наличие личностных качеств, дающих возможность максимально быстро и эффективно ориентироваться в динамично меняющихся условиях внешней среды;
- готовность к постоянному повышению квалификации, к профессиональному росту и адаптации к новым условиям труда.

Полагаем, что наивысших показателей возможно достигнуть за счет повышения уровня профессионализма сотрудников сферы услуг, организации оценки и обучения персонала, что впоследствии приведет к росту прибыли и стабильным позициям предприятия сервиса в выбранной нише сферы услуг.

#### *Список литературы*

1. Гордеев М., Московчук М., Соболев М. Некомпетентность в компетенциях // Персонал-Микс. 2014. № 4. С. 15–30.
2. Матренина Л. Ф. Качество образования как условие формирования креативного этноса профессионала // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. Философские науки. 2016. № 2. С. 26–33.
3. Klucharev G. A. and Pakhomova H. I., Corporate education: alternative government programs in additional education // J. Contin. Edu. Polit. Econ. 2008. 3. P. 134–160.
4. Masalimova A., Sabirova L. L. Multi-dimensional classification of types and forms of corporate education. Am. // J. Appl. Sci. 2014. 11. P. 1054–1058.

*Вероника Александровна Левченко,  
ассистент,  
Забайкальский институт предпринимательства,  
г. Чита, Россия*

### **Использование компьютерных презентаций в обучении иностранным языкам**

*В статье описывается методический потенциал использования компьютерных презентаций в процессе преподавания иностранных языков в неязыковом вузе.*

**Ключевые слова:** преподавание иностранных языков, компьютерная презентация

*Veronica Aleksandrovna Levchenko,  
Assistant,  
Transbaikal Institute of Entrepreneurship,  
Chita, Russia*

### **The Using of Computer Presentations in Foreign Languages Teaching**

*The article describes the methodological potential of using computer presentations in the process of foreign languages teaching in a non-linguistic higher education institution.*

**Keywords:** foreign languages teaching, computer presentation

В последнее десятилетие значительно активизировалось внедрение информационно-коммуникационных технологий в процесс обучения иностранным языкам в неязыковых вузах. Их несомненным преимуществом является возможность реализации личностно-ориентированного подхода и обеспечение индивидуализации в образовательном процессе, учитывая способности обучаемых [Азимов...].

Среди имеющегося арсенала средств и технологий особую популярность имеют компьютерные презентации, широко используемые в преподавании иностранных языков. По своей сути презентация представляет собой способ предъявления творчески переработанной преподавателем информа-

ции, адаптированной для определённой группы обучающихся, представленной в виде логически завершённой подборки слайдов.

Применение компьютерных презентаций в образовательном процессе позволяет интенсифицировать усвоение обучающимися учебного материала, повышая эффективность его восприятия и запоминания; акцентировать внимание на самых значимых моментах изучаемой темы; экономить учебное время; учитывать дидактические возможности изучаемого материала, уровень подготовки определённой группы обучающихся и специфику направления подготовки. Они дают возможность наглядно представлять лексический, фонетический и грамматический материал, выступают опорой при обучении всем видам речевой деятельности (чтению, письму, говорению, аудированию).

Преимущество компьютерной презентации состоит в том, что она позволяет в полной мере реализовать принцип наглядности, задействуя одновременно зрительный и слуховой каналы восприятия, воздействуя на различные виды памяти. Их использование на занятиях по иностранному языку способствует повышению мотивации, познавательной активности обучающихся, позволяет активизировать внимание обучающихся и управлять им, создавать яркие образы и личностное отношение к изучаемому материалу.

Подготовка компьютерных презентаций не требует значительных усилий со стороны преподавателя, и он способен быстро и самостоятельно создавать их в различных программах. Простота их создания даёт возможность их корректировки и включения при необходимости новых слайдов, добавления или удаления объектов. По ходу демонстрации презентации преподаватель может давать обучающимся пояснения.

Создание и применение компьютерных презентаций возможно при наличии технических средств, отвечающих определённым характеристикам. Необходимым техническим средством, позволяющим организовать показ компьютерной презентации, является мультимедийный проектор, которыми оснащены сегодня все образовательные организации. Кроме

этого, слайды могут демонстрироваться и на персональных компьютерах. Презентация может выполнять функцию электронного раздаточного материала.

Восприятие и усвоение материала, содержащегося в презентации, во многом зависит от количества иллюстративности материала и качества её подготовки. Важно, чтобы презентация обладала такой характеристикой как дискретность, т. е. наблюдалась смысловая завершенность отдельного слайда или группы слайдов. Компьютерная презентация может включать текстовую информацию, аудио и видеофрагменты.

Для обеспечения большей эффективности презентации должны соответствовать ряду требований. Во-первых, не следует перегружать слайды анимационными эффектами, во-вторых, для выделения информации следует использовать подчеркивание, рамки, границы, заливку; в-третьих, для обеспечения разнообразия форм презентации материала рекомендуют использовать не только текст, но и таблицы, схемы, коллажи; в-четвертых, не следует включать в них слишком большое количество слайдов, т.к. это может утомить обучающихся. Для слайдов рекомендуется использовать нейтральную цветовую гамму, простую структуру шаблонов, достаточный для восприятия шрифт. Использование звуковых эффектов должно быть оправданно.

Существуют разные варианты использования компьютерных презентаций на аудиторных занятиях по иностранному языку. Они могут применяться на всех этапах занятия, являясь дидактическим средством, посредством которого осуществляется ознакомление и тренировка изучаемого материала. Важно отметить, что компьютерные презентации имеют потенциал для использования и во внеаудиторной работе. Подготовка презентаций может стать формой самостоятельной работы, в рамках которой обучающиеся готовят презентации по пройденной теме, систематизируя приобретенные знания и навыки, развивая их творческие способности. Работа с презентацией может быть организована в разных режимах и быть индивидуальной, фронтальной, парной и групповой.



Презентации позволяют эффективно организовать презентацию нового грамматического материала и тренировку уже изученного. Например, при работе над грамматической темой «Степени сравнения прилагательных» на слайдах можно представить способы образования сравнительной и превосходной формы, исключения, примеры употребления форм сравнительной и превосходной степени. При этом имеется возможность многократного представления грамматического явления не только изолировано, но и в ситуативно-обусловленном контексте. Несомненно, визуализация грамматических правил ведет к лучшему их усвоению.

Презентации могут использоваться при ознакомлении с новой лексикой, поскольку изображение позволяет непосредственно ассоциировать фразу на иностранном языке с предметом или выполняемым действием. Например, при семантизации прилагательных можно демонстрировать изображения различных предметов, имеющих ярко выраженное качество, цвет, размер или форму; при семантизации антонимов и предлогов – использовать специальные рисунки.

Компьютерные презентации могут использоваться при выполнении разных типов упражнений (подстановочные, имитативные, трансформационные, языковые, условно-речевые упражнения и т. д.). Кроме этого, они позволяют систематизировать изученный материал, поэтому могут использоваться при завершении изучения темы или раздела, выполнять функцию контроля. Разумеется, презентация не выступает альтернативой традиционным УМК, однако, позволяет повысить уровень сформированности установленных в программно-нормативных документах компетенций.

В соответствии с нормативными документами, целью обучения иностранным языкам является формирование иноязычной коммуникативной компетенции, одной из составляющих которой является социокультурная компетенция. В контексте ее формирования использование компьютерных презентаций имеет несомненную значимость, т.к. дает возможность демонстрации реалий путем показа соответствующих изображений, планов, фотографий, карт.

Итак, использование информационно-коммуникационных технологий является актуальной задачей современного образования, и их включение в образовательный процесс по иностранному языку предоставляет широкие дидактические возможности. Компьютерные программы позволяют преподавателю создавать необходимые учебные материалы для выполнения конкретных образовательных задач. За счёт своего дидактического потенциала компьютерные презентации являются эффективным средством повышения качества обучения. Использование компьютерных презентаций на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе позволяет сделать преподавание данной дисциплины интереснее и нагляднее.

#### *Список литературы*

Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Электронный ресурс]. М.: Изд-во ИКАР, 2009. Режим доступа [https://www.methodological\\_terms.academic.ru](https://www.methodological_terms.academic.ru) (дата обращения: 10.09.2018).

УДК 372.881.1

*Ольга Юрьевна Левченко,*  
д-р пед. наук, доцент, профессор,  
Забайкальский государственный университет,  
г. Чита, Россия

### **Специфика преподавания иностранного языка в магистратуре**

*В статье рассмотрены некоторые аспекты организации обучения иностранным языкам в магистратуре. Выпускникам магистратуры иностранный язык необходим для более глубокого освоения специальности и для практического использования в профессиональной деятельности.*

**Ключевые слова:** иностранный язык, туризм, магистратура

**Olga Yuryevna Levchenko,**  
*Doctor of Pedagogy, Professor,  
Transbaikal State University,  
Chita, Russia*

## **The Specifics of Foreign Language Teaching at Master's Degree Level**

*The article deals with some aspects of the organization of foreign language teaching at master's degree level. Graduates of masters' course need a foreign language to master their speciality and to use it in professional activities.*

**Keywords:** *foreign language, tourism, master course*

В современных условиях актуализируется задача пересмотра целей и задач иноязычного образования в высшей школе в контексте перехода высших учебных заведений страны на уровневую систему профессиональной подготовки, предусматривающую бакалавриат и магистратуру. В отличие от программ бакалавриата, подготовка в магистратуре ориентирована в значительной степени на научно-исследовательскую деятельность, призвана подготовить выпускников к осуществлению научных исследований и предусматривает представление магистрантами результатов научной работы.

Степень магистра предполагает наличие умений и навыков, присущих научному работнику, а именно широкой эрудиции, владение методологией научного исследования и современными информационно-коммуникационными технологиями. Другим важным навыком выпускника магистратуры является способность осуществлять сотрудничество и взаимодействие в международном научном сообществе. В магистратуре больше часов по сравнению с другими формами высшего образования отводится на исследовательские проекты и практику.

Высокий уровень владения иностранным языком способствует успешному построению научной карьеры, позволяя осуществлять письменную и устную коммуникацию с иностранными учеными, повышает конкурентоспособность на

рынке труда, обеспечивает возможность участия в международных проектах. Изучение иностранного в курсе обучения в магистратуре предполагает активное применение инновационных образовательных технологий (деловые игры, кейс-стади (case-study), проектная технология, круглый стол и др.). Для обеспечения большей эффективности в образовательном процессе должны использоваться современные учебно-методические комплексы с аудио- и видеокomпонентами.

Проведенный анализ ФГОС показывает, что знание иностранного языка является частью общей компетенции выпускника в системе магистратуры независимо от направления подготовки. В соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 15 июня 2017 г. № 556 утвержден ФГОС высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*. В рамках освоения данной программы выпускники готовятся к решению задач организационно-управленческой, проектной, технологической, педагогической, научно-исследовательской деятельности.

Программа магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* устанавливает широкий перечень универсальных компетенций, среди которых УК-4, предполагающая способность «применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия» [Федеральный...]. В контексте подготовки к межкультурному общению несомненную значимость имеет и формирование УК-5, предполагающей способность «анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия» [Там же].

В курсе иностранного языка в магистратуре сохраняется преемственность с уровнем бакалавриата и он направлен на дальнейшее развитие иноязычной коммуникативной компетенции, навыков и умений во всех видах речевой деятельности (аудирование, чтение, говорение, письмо). Вместе с тем, магистратура представляет собой обучение в узкопрофессиональном контексте, позволяющее углубить свои теоретические и практические знания в определенной сфере.

Курс обучения иностранному языку в магистратуре предполагает учет специфики будущей профессиональной и направлен на формирование у обучающихся профессионального тезауруса. В основу профессиональной подготовки магистрантов по иностранному языку должна быть положена работы с аутентичными текстами по специальности. Большое внимание уделяется развитию переводческих навыков, необходимых для подготовки обзоров и отчетов, сбора, обработки, анализа и систематизация информации по теме исследования, а также обобщения и критической оценки результатов, полученных зарубежными исследователями.

Большее внимание уделяется изучению иноязычного научного дискурса, специфики создания научных текстов на иностранном языке (статей, докладов, презентаций и т. д.) и их анализу. Предполагается, что магистрант должен приобрести умение понимать общую информацию докладов на иностранном языке на научной конференции и содержание новостей в профессиональных подкастах. Многие задания связаны с поиском информации на иностранном языке в сети Интернет, обращением к материалам электронных версий ведущих иностранных научных журналов.

Во время обучения магистранты публикуют научные статьи в журналах и тематических сборниках на родном языке с реферативным изложением их основного содержания на иностранном языке. Важным представляется формирование навыков составления аннотаций, рефератов, тезисов, эссе и деловых писем с использованием различных коммуникативных стратегий, заполнения формуляров, анкет, диаграмм и графиков по теме исследования и т. д.

Кроме этого, магистранты должны быть подготовлены к выступлению с докладами, научными сообщениями, представлению результатов своей исследовательской деятельности на конференциях и симпозиумах, участию в дискуссиях и дебатах, выражению собственной точки зрения по профессиональной тематике и её аргументации.

Итак, переход к двухуровневой системе высшего образования – бакалавриат и магистратура ставит принци-

ально новые задачи в отношении организации иноязычного образования. Магистратура призвана подготовить выпускников к научным исследованиям, ознакомить их с методологией и методикой научного познания. У магистранта следует сформировать умение писать научные статьи на иностранном языке, составлять аннотации, читать литературу по своей специальности, выступать на международных конференциях, участвовать в научных дискуссиях.

#### **Список литературы**

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fgosvo.ru/news/4/3432> (дата обращения: 12.09.2018).

**УДК 338.482.22**

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

#### **Образование в сфере туризма глазами студентов**

*В работе представлены результаты исследования удовлетворенности студентов Иркутского государственного университета направления подготовки «Туризм» качеством образовательных услуг.*

**Ключевые слова:** социологический опрос, студент, образование, качество образовательных услуг, туризм

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

#### **Education in the Field of Tourism Seen by Students**

*The results of the survey of student satisfaction toward quality of educational services are presented in the paper. The target group in the research were students studying tourism at Irkutsk State University.*

**Keywords:** sociological survey, student, education, quality of educational services, tourism

В условиях современного рынка образовательных услуг всё большую значимость приобретает проблема управления качеством подготовки специалистов. Важным направлением в этой области является определение удовлетворенности студентов по различным аспектам деятельности учебного учреждения, что позволяет выявить слабые стороны и целенаправленно осуществлять меры по их усовершенствованию.

С целью определения мнения студентов факультета сервиса и рекламы Иркутского государственного университета направления подготовки «Туризм» относительно качества получаемого образования и выявления общей удовлетворенности обучением в марте 2018 года было проведено социологическое исследование. Объектом исследования выступили студенты 1–4 курсов очного отделения направления подготовки «Туризм» факультета сервиса и рекламы Иркутского государственного университета (далее ИГУ). Предметом исследования стали представления студентов о получаемом образовании в сфере туризма. Цель работы состояла в исследовании отношения студентов к высшему образованию в сфере туризма. Были поставлены следующие задачи:

1. Обозначить критерии, которыми пользуются студенты при выборе вуза и специальности.
2. Выявить мотивы получения образования в сфере туризма.
3. Выявить степень удовлетворенности студентов качеством образовательных услуг по направлению подготовки «Туризм».
4. Определить влияние образования в сфере туризма на профессиональные планы студентов.

Для сбора первичных данных был использован метод анкетного опроса. Раздаточная анкета включала 30 вопросов. Полученный массив информации был обработан с применением программы обработки социологических данных SPSSstatistics. Использовался метод сплошной выборки. Количество студентов с 1 по 4 курсы направления «Туризм», принявших участие в исследовании, составило 58 чел. (что составляет 97 % от общего числа студентов направления «Туризм»). Большинство

студентов, обучающихся по данному направлению – женского пола – 86 %, студентов мужского пола – 14 %. 36 % студентов учатся на бюджетной основе, 64% на коммерческой. Большая часть студентов (71 %) оценивает свой уровень жизни как средний. Студенты распределены по курсам следующим образом: 1-й курс – 28 %, второй – 14 %, третий – 22 %, четвертый – 36 %. Только 41 % студентов являются иркутянами, 59 % приехали из других населенных пунктов.

Вузы, которые студенты выбирали для поступления, можно проранжировать следующим образом. На первом месте находится ИГУ – 35 % ответов, на втором месте БГУ – 21 %, третье место у МГЛУ – 11 %, и на четвертом СФУ – 8 % и ИРНИТУ – 8 %. Среди вузов других регионов, в которые студенты также подавали документы, были отмечены: Красноярский университет, Омский университет, Бурятский университет, Екатеринбургский университет, Санкт-Петербургский государственный университет.

Самым главным критерием при выборе вуза для студентов является наличие интересующей их специальности (70 %). Для 53,4 % основополагающим критерием стал престиж учебного заведения, желание получить диплом государственного образца стало главным критерием для 50 % студентов, критерий – наличие бюджетных мест отметили 43 % студентов.

Самым популярным источником информации, из которого студенты узнали о направлении «Туризм», является сайт ИГУ (51 % от всех ответов). За ним с очень большим отрывом следует день открытых дверей факультета сервиса и рекламы (10 %). На третьем месте по числу ответов находится вариант – сайт факультета сервиса и рекламы ИГУ – 8,7 %. В качестве основного и главного фактора при выборе направления «Туризм» был выделен вариант ответа – «Любовь к путешествиям, желание побывать в новых местах» (51 %). Вторым критерием по значимости оказалось «Желание получить высшее профессиональное образование по данной специальности» (13 %), на третьем месте ответ – «Возможность реализации своего истинного призвания» (11 %).



Согласно полученным данным 84 % студентам интересно учиться на направлении подготовки «Туризм». Лишь около 9 % ответили, что они разочаровались в своей специальности. 42 % опрошенных считают престижной свою специальность, 16 %, напротив, считают свою специальность не престижной и 42 % студентов затруднились с ответом.

Подавляющее число студентов (81 %) в целом удовлетворены качеством получаемого образования по направлению подготовки «Туризм», из них порядка 28 % полностью удовлетворены качеством получаемого образования и 53 % скорее удовлетворены. Полученный показатель можно оценить как высокий. Удовлетворенность качеством получаемого образования была также исследована по отдельным направлениям: удовлетворённость организацией учебного процесса, оценка работы преподавательского состава, оценка качества преподавания специальности, оценка производственной практики, оценка научно-исследовательской работы (см. таблицу). Последние три параметра оценивали только студенты только 2, 3 и 4-го курсов.

*Таблица*

**Оценка удовлетворенности качеством образования**

<i>Аспекты качества образования</i>	<i>Степень удовлетворенности</i>				
	<i>Полностью удовлетворен</i>	<i>Скорее удовлетворен</i>	<i>Скорее не удовлетворен</i>	<i>Полностью не удовлетворен</i>	<i>Затрудняюсь ответить</i>
Организация учебного процесса	17,2 %	67,2 %	10,3 %	1,7 %	3,4 %
Работа преподавательского состава	43,1 %	51,7 %	5,2 %	0,0 %	0,0 %
Качество преподавания специальности	47,6 %	33,3 %	19,0 %	0,0 %	0,0 %
Производственная практика	21,4 %	47,6 %	11,9 %	4,8 %	14,3 %
Научно-исследовательская работа	38,1 %	31,0 %	9,5 %	2,4 %	19 %

Можно сказать, что в целом удовлетворены организацией учебного процесса 84,5 % студентов (из них полностью удовлетворены 17,2 %), работой преподавательского состава – 95 % студентов (из них полностью удовлетворены – 43,1 %), качеством преподавания специальности – 81 % (полностью удовлетворены – 47,6 %), научно-исследовательской работой – 69 % (из них полностью удовлетворены – 38,1 %), производственной практикой – 48 % (из них полностью удовлетворены – 21,4 %). Таким образом, самые низкие показатели полной удовлетворённости были зарегистрированы по таким направлениям как производственная практика и организация учебного процесса.

Далее респондентам предлагалось написать собственные предложения по улучшению качества образовательных услуг по направлению подготовки «Туризм».

Полученные предложения были сгруппированы в три группы:

– первая группа предложений связана с организацией учебного процесса (50% студентов высказали пожелания, связанные именно с организацией учебного процесса). Здесь звучали предложения сделать более организованное расписание, добавить больше профильных предметов, чаще использовать при проведении занятий цифровой материал, привлекать больше преподавателей-практиков., Студенты хотели бы иметь возможность выбора иностранных языков. Многие выразили желание большего числа занятий, связанных с выходом на предприятия и в походы.

– вторая группа предложений касалась практики, на эту группу пришлось 23 % ответов. Студентов выразили желание проходить производственную практику уже с первого курса, были предложения по увеличению количества часов на производственную практику.

– третья группа предложений была связана с предложениями по обустройству и ремонту учебного корпуса и оборудованию аудиторий – 15 % студентов высказали недовольство по этому поводу.

Тревожным выглядит результат, полученный на вопрос «Как бы Вы поступили, если бы сейчас стояли перед выбором Вуза и специальности?» Лишь 36 % студентов уверены в правильности сделанного выбора и опять бы поступили в ИГУ на специальность «Туризм». 40 % студентов выбрали бы или другую специальность, или другой вуз, 24 % затруднились ответить на вопрос.

Студентам был задан вопрос об их профессиональных планах. Половина от всего числа ответов пришлось на вариант – собираюсь устроиться на работу, причем из них 36 % ответов пришлось на вариант ответа – «собираюсь устроиться на работу по специальности», 13 % ответов пришлось на вариант ответа «собираюсь продолжить образование в магистратуре», и на третьем месте находятся варианты «собираюсь получить второе высшее образование» и «планирую открыть свое дело» – по 10 %.

Среди предпочитаемых для работы сфер туризма практически одинаковое количество ответов набрали варианты – туристические агентства/туроператорские компании и гостиничная отрасль. На эти варианты пришлось примерно по 30 % от всех ответов. На третьем месте находится вариант ответа – турбазы – 21 %, на четвертом экскурсионные бюро – 13,5 %.

39 % студентов уверены в том, что они смогут найти работу по специальности, 35 % напротив не уверены, что найдут работу по специальности, 26 % затруднились с ответом.

В целом анкетирование позволило установить высокий уровень удовлетворенности студентов качеством образования по направлению подготовки «Туризм». В то же время были выявлены такие области для улучшения в сфере обеспечения качества образования, как организация производственной практики и организация учебного процесса, в первую очередь процесса организации изучения иностранных языков и проведения выездных занятий.

Считаем необходимым сделать данное исследование ежегодным для отслеживания динамики происходящих изменений в оценках студентов и оперативного реагирования на эти изменения.

*Научное издание*

**Проблемы, опыт и перспективы развития  
туризма, сервиса и социокультурной деятельности  
в России и за рубежом**

*Сборник издаётся в соответствии с оригиналом, подготовленным  
редакционной коллегией при участии издательства*

Вёрстка И. Н. Аргуновой

Подписано в печать 28.12.2018.

Формат 60×84/16. Бумага офсетная.

Гарнитура Times New Roman. Способ печати цифровой.

Усл. печ. л. 18,3. Уч.-изд. л. 13,9. Заказ № 18236.

Тираж 100 экз.

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»  
672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30