

Аношин Е.А.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: anoshin\_151998@mail.ru*

### **Этнографический туризм и тенденции в его развитии**

Научная дисциплина этнологии или, как её по другому называют учёные: этнография, сформировалась в России ещё в XIII веке. Уже тогда стала входить в научный оборот литература об этносах, проживающих на определённых территориях. Своё бурное развитие этнотуризм сформировал в XX веке. Согласно общепринятой классификации, под этнографическим туризмом подразумевают путешествия с целью изучения, приобщения к традиционной народной культуре тех или иных этнических групп.

Этнографический туризм обусловлен интересом туристов к подлинной жизни народов, с их традициями, обрядами, творчеством и культурой, которые имеют отличительные черты от других этносов.

Основными ресурсами для этнографического туризма являются жизненные уклады народов, их обычаи, кухня, язык, планировка, вид поселений и строений, формы народного творчества, религиозные и прочие явления духовной культуры.

Конечно, всё это наследие требует особого внимания со стороны всевозможных официальных организаций, неформальных объединений - любителей фольклора. Это позволит в дальнейшем создавать, поддерживать фонды этнографических музеев, деревень, парков, а так же поддержка в проведение фольклорных праздников, которые связаны с этнографической тематикой. Поэтому, для организации подобных мероприятий требуется участие специалиста, владеющего научно-методической базой.

Этнографический туризм в России, в наибольшей степени, делает акцент на институте этнографических деревень. Некоторые из них специальным образом создавались в сельской местности с целью приобщения к этнографической культуре отдельно взятого или нескольких народов. Например, в Удмуртии, Архангельская область, Краснодарский край, Марий Эл и прочие регионы страны. Несомненным преимуществом этнографического туризма перед прочими разновидностями этнокультурного туризма можно признать возможность популяризации этнографических деревень, близ которых повседневная жизнь коренного сельского населения уже давно утратила прежний этнографический колорит. В связи с этим в России функционируют этнографические деревни, расположенные в черте города.

Этнографический туризм на современном этапе демонстрирует признаки, возможно, специфической в обозримом будущем национальной тенденции — активного обращения к научно-организационному потенциалу музеев различного профиля. По крайней мере в программу пребывания этнографических туристов в последние годы все чаще входит посещение музеев районного уровня. Но по-прежнему ахиллесовой пятой отечественного этнографического туризма остается слабое включение в наиболее популярные туры региональных этнографических и краеведческих музеев, обладающих самыми богатыми в соответствующих субъектах, а нередко и в национальном масштабе коллекциями народных костюмов, постройки традиционных жилищ и т.п.

Таки образом, обращение к помощи квалифицированных специалистов этнографических музеев, дадут способность раскрыть посетителям богатство и специфику вверенных им фондов, а так же это станет очевидной необходимостью для подавляющего большинства организаторов этнографических путешествий.

### **Литература**

1. Этнокультурный туризм (для бакалавров). Бутузов А.Г., 2017г.
2. Петрасов И.В. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму. М., Москва. 2001. С. 26-30.
3. Этнографический туризм. [Электронный ресурс]: Русский отдых. URL: <http://www.rusotdih.ru/publications/show15/> (дата обращения 03.12.16)

Архарова Т.А., Фадеева Н.Ю.  
*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев*  
*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*  
*602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23*  
*E-mail: arharova20tanya@gmail.com*

### **Событийный туризм – способ сохранения национальных традиций**

Событийный туризм является одной из главных частей культурного туризма, ориентированный на посещение мероприятий, которые связаны со значимыми событиями жизни общества или уникальными природными явлениями.

Основой событийного туризма являются не только обзорные экскурсии городов, ознакомление с достопримечательностями, музеями, но также непосредственное взаимодействие туриста с событиями.

Туроператоры региональных направлений акцентируют свое внимание на определенные события с целью формирования туристического продукта для того, чтобы привлечь туристов именно на данное мероприятие. Эти экскурсии отличаются заблаговременным планированием, в том случае если событие не является традицией или исторически обусловлено, его создают самостоятельно. Таким образом, проводится кампания по рекламе турпродукта, направленная на событие, для привлечения потока туристов.

Культура народностей многогранна. Традиции и ценности у определенной национальности, либо региона, отличаются друг от друга. У каждой культуры есть свои уникальные особенности, которые другим представителям культур могут показаться странными. Но на данном этапе жизни, все необычное и странное является очень привлекательным для туристов. Привлекательностью так же обладает культура не только чужой страны, но и отечественной, если она интерпретирована в рамках экскурсионной программы.

В современном мире наблюдается слияние культур и традиций, поэтому очень важно акцентировать внимание на сохранении и популяризации культурного наследия России посредством туристических услуг.

Экскурсионная программа должна включать в себя не только традиционный осмотр достопримечательностей, но и подталкивать гостей к принятию непосредственного участия в ней. Важную роль играет выбор средств, для активизации и привлечения туристов.

Примером может послужить национальный праздник Ивана Купалы (в ночь с 6 на 7 июля), проходящий в регионах России, который может стать основополагающим для создания экскурсионных программ событийного туризма. Особенностью праздника Ивана Купалы является то, что все празднования проходят ночью. Об этом следует заранее предупредить гостей программы. Затем необходимо досконально продумать услуги по обслуживанию клиентов, предусмотрев экскурсионную программу по окрестностям, так же заранее спланировав время отдыха. Во время праздника туристы должны иметь возможность принимать участие в анимационной программе.

Из вышесказанного следует, что популяризация событийного туризма даст возможность для создания новых экскурсионных программ в России. Данные программы смогут привлечь не только отечественного туриста, но и зарубежных гостей.

Таким образом, событийный туризм - это основополагающая часть развития и фундамент для национально-культурных традиций страны. Поэтому, событийный туризм несет стратегическую основу национальной политики России.

### **Литература**

1. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма. / А. Б. Косолапов – М.: КноРус, 2008.

2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
3. Сирченко А.А.. О перспективах развития событийного туризма в РФ // Информационно-аналитический портал «Предпринимательство и право» – 13.11.2012 / [Электронный ресурс].

Волоха А.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: anna.voloha74@gmail.com*

### **Проблемы культурно-познавательного туризма как одного из лидирующих направлений**

Культурный туризм - один из самых важных видов туризма в современной индустрии развлечений. Культурный и образовательный туризм означает различные виды путешествий, которые насыщаются потребностями духовного развития и духовного производства культуры мира через его посещение, естественным пониманием и опытом в различных областях и в форме организованной рекреационной и экскурсионной деятельности.

Актуальность темы заключается в том, что культурно – познавательный туризм охватывает все аспекты путешествия, в процессе которого человек узнает о жизни, культуре, обычаях другого народа. Туризм, таким образом, является важным средством создания культурных связей.

В культурном и образовательном туризме человек видит путешествие как личное имущество, личные мысли и чувства. Благодаря осмотру достопримечательностей и знанию культур других стран и народов, туристы расширили горизонты, изменилось их восприятие мира и культуры.

В соответствии с нормами международного права и российским законодательством каждый объект культурного наследия (памятник истории и культуры) представляет собой уникальную ценность для всего многонационального народа РФ и является неотъемлемой частью всемирного культурного наследия. Однако на сегодняшний день плачевное состояние этих объектов представляет серьезную угрозу утраты исторического и культурного наследия страны и требует принятия незамедлительных мер по их сохранению [1].

По данным министерства культуры РФ под охрану государства попадают более 140 тысяч выявленных объектов культурного наследия. До настоящего времени не уточнен их пообъектный состав и не проведена инвентаризация указанных объектов и их физической сохранности. В хорошем и удовлетворительном состоянии находятся соответственно 30 и 20 процентов объектов культурного наследия, остальные 50 процентов находятся в неудовлетворительном и аварийном состоянии.

Основная исходная цель культурного туризма - знакомство с историей и культурой страны во всех ее формах (архитектура, живопись, музыка, театр, фольклор, традиции, обычаи, образ и стиль жизни людей, посещающих страну).

На первом месте стоит проблема рекреации. Развитие культурного туризма, способствующего гармонизации человека и общества, человека и природы, во всех развитых странах находится в поле зрения государства. Как вы знаете, основными объектами этого туризма являются памятники истории, природы и культуры, в первую очередь археология. Эти памятники являются постоянными источниками дохода, решают проблему создания рабочих мест, вносят вклад в познание маленькой страны.

Таким образом, повышение уровня местного туризма не только значительно увеличит бюджет, но и сыграет определенную роль в воспитании патриотизма среди молодежи и привлечет внимание к культурному наследию регионов нашей страны.

Решением этой проблемы является развитие внутреннего туризма - разработка и внедрение новых, современных форм работы. Одной из главных целей новых направлений в социально-культурном туризме является разработка общей стратегии культурного туризма, максимально охватывающей природу и уровень восприятия, потенциальные туристические объекты. Культурно-образовательный туризм выглядит как упорядоченная система, где взаимодействие частей создает целое.

Проблемой культурного туризма является уничтожение культурного наследия по следующим причинам:

- естественное старение и разрушение материального культурного наследия;
- естественная забота о поколениях людей-носителей материальной и нематериальной культуры;
- насильственно-разрушение культурного наследия в результате военных конфликтов и террористических актов;
- политические, межэтнические и межкультурные конфликты, ведущие к этнической чистке и, следовательно, к разрушению этнической культуры отдельных народов ;
- низкий уровень государственной политики в области наследия культуры или вообще отсутствие такой политики;
- рост массового с рискованным увеличением нагрузки на культурные объекты в связи с увеличением их посещаемости;
- развитие туристической инфраструктуры и объектов в культурной зоне, вызванное ростом массового туризма, серьезно влияет на состояние объектов и характер явлений культуры;
- материальное разрушение культурных объектов в результате туристического вандализма;
- коммерциализация культуры за счет развития международного туризма и растущего спроса на различные объекты и явления культуры, консалтинга продуктов туристской культуры [4].

В качестве основных мер в сфере законодательства по решению выявленных проблем в области сохранения и использования объектов культурного наследия концепцией предусмотрена разработка проекта ФЗ «О внесении изменений и дополнений в ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов РФ» и проекта ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» [3].

Разработанный Ассоциацией проект ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов РФ» [2] устанавливает:

- объекты культурного наследия, которые не подлежат приватизации;
- понятие «паспорт объекта культурного наследия» и состав сведений, подлежащих включению в паспорт объекта, а именно: описание объекта, охранные обязательства в отношении объекта;
- категории объектов культурного наследия по требованиям к обеспечению доступа к ним, а именно: государственные музеи и музейные фонды специальным режимом доступа, объекты, по отношению к которым устанавливаются требования по режиму музеефикации;
- понятие «охранные обязательства» и требования к охранным обязательствам, порядок их установления, прекращения и изменения, предусмотрев полномочия органов государственной власти по установлению охранных обязательств в отношении объектов культурного наследия и контролю за их исполнением;
- конкретную систему санкций, применяемых в отношении собственника (пользователя), в случае, если собственник (пользователь) объекта культурного наследия не соблюдает установленных в отношении данного объекта требований по сохранению облика и интерьера объекта культурного наследия;
- порядок прекращения права собственности (пользования) на объект культурного наследия, либо на земельный участок или участок водного объекта, в пределах, которых располагается объект археологического наследия.

Таким образом, развитие культурного туризма может явиться своеобразным катализатором экономического развития отдельных городов, а также и целых стран. Причем упомянутое развитие может наблюдаться не только в сфере туризма и сопутствующих ей отраслей, но и в ранее упавших промышленных отраслях, что делает данную стратегию особенно привлекательной. В значительной мере этот процесс касается туристских направлений, находящихся на поздней стадии своего жизненного цикла и приближающихся к стадии упадка. Итак, культурный туризм представляет собой достаточно перспективное явление в рамках существующей индустрии туризма, его развитие способно оказывать положительный эффект на рассматриваемую страну и способствовать ее развитию.

### **Литература**

1. Федеральный Закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. N 132-ФЗ
2. Федеральный Закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 № 72-ФЗ
3. Федеральный закон "О приватизации государственного и муниципального имущества" от 21.12.2001 N 178-ФЗ.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2014.

Волоха А.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: anna.voloha74@gmail.com*

### **Продвижение литературного туризма в социальных сетях «ВКонтакте»**

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

Во многих странах мира туризм является главным двигателем экономики. На долю туризма приходится около 10 % мирового валового национального продукта, мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов.

В последние годы во многих регионах России наблюдается активное развитие литературного туризма. За годы литературного туризма сложилась целая система работы по ознакомлению с различными достопримечательностями во всех уголках России. Эта система постепенно расширяется благодаря разработке новых литературных маршрутов в соответствии с изучением программных произведений и воспитательными целями в работе с учащимися.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в ней раскрывается понятие литературного туризма активно развивающегося в нашей стране а так же особенности продвижения литературного туризма в социальной сети ВКонтакте.

Социальная сеть – мощный инструмент, который позволяет пользователям общаться друг с другом, а проектам – получать от этого выгоду. Несмотря на свою короткую историю, социальные сети получили очень широкое распространение, превратившись для многих посетителей в нечто большее, нежели просто сайт. Они динамично развиваются, а это значит, что их рост не прекратится в скором времени и они будут востребованы еще очень долго [3].

Социальные сети имеют просто огромную аудиторию, в которой обязательно найдется целевой сегмент, интересный той или иной проектом, фирме или организации.

Продвинуть товар или услугу в социальных сетях можно намного быстрее, нежели это осуществлять стандартными методами, например SEO (раскрутка в поисковых системах).

Литературный туризм в России является одним из самых молодых и популярных и массовых видов туризма [2]. Основной целью таких путешествий является ознакомление с достопримечательностями, природными и этническими особенностями, памятниками истории, архитектуры и современной жизнью народа, особенностями того или иного аспекта затронутого в литературном произведении автора.

Прежде чем приступить к продвижению своей компании в соцсетях, стоит задуматься — а где именно «живут» ваши клиенты? Типичные пользователи разных сетей отличаются друг от друга возрастом, полом, положением в обществе и достатком. Например, если мы говорим о Facebook, то необходимо учитывать, что этот сайт обходит по популярности «ВКонтакте» только в Москве, а в провинции — наоборот, ему уступает. Продвижение «ВКонтакте» подойдет для любого населенного пункта, будь это маленький городок или мегаполис.

Многие пользователи зарегистрированы сразу на нескольких сайтах, а потому эксперты советуют не ограничиваться только одним порталом — так будет больше шансов достучаться до «нужных» клиентов. Особенно актуален такой подход для турфирм, которые не специализируются на узком сегменте рынка, а работают с разными предложениями. Работа через несколько каналов позволит продвигать «свой» турпродукт на «свою» целевую группу, не совмещая на одном публичном пространстве рекламу бюджетных автобусных туров и элитные путешествия на Мальдивы.

Следует упомянуть следующие ключевые преимущества продвижения через «ВКонтакте»:

1. Простота продвижения.



Безусловно, говорить, что раскрутка через Вконтакте является простым процессом нельзя, тем не менее, продвижение сайта через Вконтакте происходит немного проще, чем при помощи других социальных медиа. В принципе, все, что нужно для качественной раскрутки через Вконтакте – туристическая фирма, которая предоставляет услуги по различным туристическим направлениям, в нашем случае это литературный туризм устанавливает на свой сайт кнопку «поделиться Вконтакте», и постоянно пополняет свою страницу новостями.

## 2. Бесплатность.

Вторым важнейшим преимуществом является его полная бесплатность. Такая форма продвижения очень часто дает эффект превосходящий платное продвижение через рекламу. Вконтакте, как и все популярные социальные медиа наполнен огромным количеством людей, которые являются потенциальными посетителями и соответственно пользователями услуг.

3. Относительная легкость ведения корпоративных страниц. Каждая большая компания имеет свой аккаунт в Вконтакте. Более мелкие проекты также часто имеют тут свою страницу. Вконтакте - это, наверное, самая простая соц. сеть, с этим, и связывается ее высокая популярность среди миллионов людей по всему миру.

Поскольку основным источником распространения контента в Интернете являются социальные сети, то процесс профессионального привлечения внимания к туроператору его продукту через социальные платформы называется SMM (SocialMediaMarketing). Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения необходимой информации тур фирм о новых направлениях.

Основной упор в SMM делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям вызывают больше доверия у потенциальных потребителей контента. Это связывается с рекомендательной схемой распространения в социальных медиа за счёт социальных связей, лежащих в основе взаимодействия.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена и наиболее подходящие способы коммуникации с ней.

Маркетинг в социальных сетях включает в себя множество методов работы. Самые популярные из них – это построение сообществ бренда, работа с блогосферой, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартное SMM-продвижение.

Вконтакте позволяет продвигать нужную информацию на совершенно новом уровне. Контакт с непосредственным потребителем налаживается при помощи коротких сообщений, «репостов» которые лояльные подписчики готовы читать и производить.

Таким образом, можно говорить о том, что постоянный интерактив между продавцами туристических услуг и туристами посредством размещения ссылки на флэш-карту, размещенную на сайтах туристических и административных учреждений субъектов и населенных пунктов ПФО может привести к большим рекламным возможностям.

## Литература

1. Гордин, В. Теоретические и практические подходы к развитию культурного туризма / В. Гордин, М Сущинская, И. Яцкевич // Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века: [учеб.пособие]. – СПб., 2001
2. Родин А. Ф., Соколовский Ю. Е. Экскурсионная работа для культурного и литературного туризма в России. М., «Просвещение», 2012
3. Федотова Л.Н. Реклама в интернете. М.: Изд. дом «Камерон», 2010 г.

Воронина В.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: Lera.voronina.2014@mail.ru*

### **Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия**

Сегодня гостиничная индустрия – одна из востребованных сфер на экономическом рынке. Она представляет собой различные виды обслуживания туристов, проживающих в таких средствах размещения, как гостиницы, санатории, хостелы и другие, основанные на дружелюбном отношении персонала и полном удовлетворении потребностей гостей. В России наблюдаются высокие темпы развития гостиничного бизнеса. Согласно данным Росстата, в 2010 году количество гостиниц и аналогичных средств размещения в стране насчитывалось 5953 объекта (с количеством мест – 458 тысяч), а в 2017 году эта цифра достигает 18920 объектов (с количеством мест – 1768 тысяч). Наибольшее число объектов размещения находятся в Центральном, Приволжском, Южном федеральных округах. Однако классифицированных насчитывается около 10840 объектов. Наибольшую часть из них (почти около 70%) составляют гостиницы 2\* и 3\*, а также 4\* и 5\*. Сегодняшний сегмент гостиниц – это международные (Accor Hotels, Carlson Rezidor Hotel Group и др.), и национальные (Azimut Hotels Company, ГОСТ Отель Менеджмент и др.) сети. В конце 2016 года в стране насчитывается 169 гостиниц под международным управлением и 72 - под российским. Деятельность гостиничных предприятий напрямую зависит от внутренних и международных поездок, которые туристы совершают с различными целями. В 2016 году поездки совершались со следующими целями: 25873 поездки – отпуск, досуг и отдых, 17808 поездок – деловые, 5416 поездок – лечебные и оздоровительные, 3414 поездок – посещение магазинов и прочие, 1636 поездок – образовательные и только 139 поездок – религиозные/паломнические [1]

К концу 2016 года подведены следующие итоги: средняя загрузка отелей, например, в Москве увеличилась с 66% до 70 %; повысился средний тариф (ADR) на 6% - 7500 рублей за 1 ночь; показатель RevPAR увеличился на 13,7% - 5300 рублей; объем рынка гостиничных услуг составил 187 153 млн. руб. В регионах страны были отмечены улучшения в показателях. Промежуточные данные Росстата в 2017 году показали, что количество размещенных туристов - граждан России в период с января по июнь составило 21578 человек, а иностранных граждан 3629 человек. В преддверие масштабного события на территории России – Чемпионата Мира по футболу, в 2018 году ожидается масштабный поток, как граждан России, так и иностранных туристов в страну.

В большинстве случаев туристы продолжают сталкиваться со следующими проблемами: сравнительно низкое качество номеров и работы обслуживающего персонала, недостаточность набора дополнительных услуг, необоснованно высокий уровень цен и др. Проведенное исследование экспертами Hotels.com показывает, что главными качествами для гостей в отеле остаются чистота, комфортность номера, дружелюбное отношение персонала, приемлемая цена. Это доказывает выведенная формула «идеального отеля», включающая 10 главных элементов. Данными для расчетов являлся анализ данных 148 млн. комментариев к 5 млн. отзывам, которые оставляли туристы в 2016 году на сайте бронирования Hotels.com [2]:

$$Д25 + Ч35 + К10 + Ц2 + Т + З + Р7 + Б + И + \frac{1}{2}Н = \text{Идеальный отель} \quad (1)$$

где Д - дружелюбное отношение персонала, Ч - чистота номера, К-комфортность кровати, Ц - приемлемая цена, Т - тишина в номере, З - завтрак, входящий в стоимость проживания, Р - расположение отеля/доступ до важных объектов, Б - бассейн, И - бесплатный Wi-Fi, Н - горячие напитки, которые можно приготовить в номере.

Это означает, что любой турист в первую очередь выберет тот отель, в котором будет чувствовать себя комфортно, защищенно и уютно. Поэтому, для повышения качества работы и уровня средств размещения, необходимо наличие инвестиционных средств в развитие гостиничного предприятия, повышение профессионализма рабочего персонала и качества оказываемых услуг, улучшение систем продвижения отеля. Кроме того, все это влияет на имидж и конкурентоспособность самого гостиничного предприятия.

Сегодня конкуренция в гостиничном бизнесе возросла во много раз по сравнению с прошлым десятилетием. Чтобы удержаться на плаву, управленческий аппарат проводит анализ и оценку конкурентоспособности своей гостиницы. Оценивание конкурентоспособности гостиницы начинают с установления главных конкурентов, имеющих максимально схожие параметры и специализацию гостиницы (к примеру, нельзя сравнивать отель пяти звезд с трехзвездочным). Изучается рынок услуг, целевая аудитория, собирается и обрабатывается информация о конкурентах. При анализе параметров изучаемого средства размещения с параметрами выбранных конкурентов вычисляются такие показатели, как: единичные (показывают процентное отношение уровня технического/экономического параметров к величине параметров конкурентов), групповые (соединяют единичные показатели по однородной группе параметров с помощью весовых коэффициентов, определяющихся экспертным путем) и интегральные (отношение группового показателя технических параметров к групповому показателю экономических параметров).

На сегодняшний день эксперты гостиничного бизнеса выделяют разные методы к вычислению конкурентоспособности средств размещения. Так, метод рангов определяет место и оценку предприятия и конкурентов с помощью ранжирования значений основных показателей, выявляет положительные и отрицательные стороны их деятельности. С его помощью можно узнать, в каких сравнительных критериях оценки предприятие опережает конкурентов, а в каких отстает. Также выделяют метод разниц, при котором сравнивают и определяют отклонения отдельных оценочных показателей предприятия сравнительно с показателями только одного конкурента. По каждому показателю определяется как позиция предприятия, так и количественный разрыв в достигнутых значениях. Для получения обобщенной количественной оценки состояния предприятия по сравнению с некоторым количеством конкурентов используется метод баллов.

Другой способ оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия - метод, в основе которого лежит теория эффективной конкуренции: более конкурентоспособным предприятием считается то, которое оптимальным способом организует трудовую деятельность всех своих подразделений. Поэтому, настоящий метод основывается на исследовании производственного потенциала, состоянии предприятия на рынке, сопоставление показателей, характеризующие разные направления работы гостиницы со сходными показателями конкурентов. Матричный метод: устанавливает место исследуемого средства размещения на рынке сравнительно остальных участников в динамике, используя матрицу. Наиболее популярными в использовании матрицами являются: матрица Ансоффа (портфельная матрица «товар / рынок»); матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы - разбирает такие составляющие, как темп роста рынка и относительную долю предприятия на рынке, с заложенной теорией жизненного цикла предприятия/товара); матрица McKinsey (описывает долгосрочную привлекательность организации с его конкурентной позицией). Также выделяют

метод оценки через составление стратегических карт: необходимо поставить четкие цели организации в четырех составляющих сбалансированной системы показателей, после чего следует выполнить действия: 1) определить стратегические цели в финансовых показателях (финансовая составляющая); 2) предложить потребительские ценности клиентам, которые обеспечивают достижение финансовых целей (клиентская составляющая); 3) выявить внутренние бизнес-процессы, их усовершенствование с целью достижения финансовых и потребительских целей (составляющая внутренних процессов); 4) продемонстрировать возможности, которые могут использоваться предприятием, чтобы достичь поставленных целей (составляющая обучения и развития). Приведенный способ показывает, какой сегмент рынка следует избрать ориентиром для предприятия, расставить приоритеты во время проработки планов увеличения конкурентоспособности гостиницы.

Существует множество способов оценки средств размещения для выявления конкурентных преимуществ и недостатков по сравнению с главными конкурентами на рынке услуг. Анализируя каждый из приведенных методов, можно сделать вывод, что их главной объединяющей чертой является сравнение выбранных объектов друг с другом в определенных показателях, выборе целевой аудитории, на какие факторы следует делать больший упор, какие необходимо усовершенствовать для устранения слабых показателей. Каждый из методов имеет свои положительные черты и недостатки. Поэтому, необходимо выбирать метод оценки исходя и того, что именно нужно проанализировать и оценить относительно своих конкурентов.

Таким образом, сегодня гостиничная индустрия – это отдельная сфера туризма, предлагающая своим потребителям средства размещения на любой вкус, специализацию и бюджет, где помимо основного предназначения – ночевки, предлагается целый спектр дополнительных услуг. Туристы могут чувствовать себя, как дома, не ущемляя своих потребностей. Однако для создания такой атмосферы приходится прикладывать немало усилий и труда, чтобы клиент остался довольным, а гостиничное предприятие пользовалось популярностью и процветало. Также любому гостиничному предприятию необходимо оценивать свое состояние наиболее подходящим методом оценки. Все это направлено на улучшение оказания услуг своим потребителям и получения преимуществ перед основными конкурентами.

### **Литература**

- 1.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/)
- 2.Официальный сайт портала для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса PRO Hotelia [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prohotelia.com>
- 3.Официальный сайт информационного портала БизнесСайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sitebs.ru/blogs/33454.html>

Губанова А.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: nastya.gubanova97@mail.ru*

### **Разработка и обоснование туристского продукта «Всемирное наследие Владимирской области»**

Туристско-рекреационный комплекс Владимирской области обладает высоким потенциалом для развития туризма, который включает природные, исторические и культурные достопримечательности, благоприятную экологическую ситуацию, выгодное географическое положение, хорошую транспортную доступность и является одним из ведущих регионов Центрального федерального округа в плане перспективы развития туристического потенциала.

Актуальность предлагаемого туристского продукта заключается в исследовании потенциальных возможностей такого всемирно известного исторически и своей культурой региона, а именно Владимирской области, для увеличения потока туристов на древнюю землю.

В данном туре предлагается посетить города: Владимир – Боголюбково – Суздаль. Маршрут рассчитан на 2 дня/1 ночь. Он будет интересен и школьникам, и взрослым людям, желающим совершить путешествие по интересным городам Владимирской области. Полученные в ходе обширных экскурсий знания расширят кругозор туристов, обогатят их внутренний, духовный мир, повысят уровень интеллекта. Маршрут рассчитан на группу из 32 человек.

Разрабатываемый тур «Всемирное наследие Владимирской области» (2 дня/1 ночь) является уникальной туристической программой, отражает ценность и красоту мест, которые предлагаются для посещения.

Программа тура предусматривает посещение объектов, включенных в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Среди них «Белокаменные памятники Владимира и Суздаля». А именно: церковь Бориса и Глеба (1152 г.). Деревня Кидекша; Успенский собор (1158 г.). Г. Владимир; Колокольня Успенского собора; Золотые ворота (1164), Владимир; Дворец Андрея Боголюбского (1158 г.). Деревня Боголюбково; Церковь Покрова на Нерли (1165 г.). возле Боголюбова; Дмитриевский собор (1194 г.), Владимир; Суздальский Кремль с Рождественским собором в Суздале; Спасо-Евфимиевский монастырь города Суздаль.

Продажная цена турпродукта на группу 32 человека составляет 217678,8 рублей, продажная цена на 1 человека – 6802 рублей.

В стоимость включено проживание, питание, размещение, транспортные услуги, экскурсионное обслуживание.

Реализацией данного тура будет заниматься туристическое бюро «ГЕО-тур». Лидер среди туристических компаний во Владимирской области с опытом работы более 10 лет. Компания входит в состав туроператоров России по внутреннему и международному въездному туризму. Штат данной фирмы состоит из людей с высшим образованием в сфере туристской индустрии, экономики и менеджмента, неоднократно проходивших курсы повышения квалификации, а также имеющих большой опыт работы в сфере внутреннего туризма.

Турфирма «ГЕО-тур» будет применять стратегию с ориентацией на уровень конкурентов - метод характерный для тур-организаций. Цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных, в зависимости от требовательности клиентов, предоставленного сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов.

Губанова А.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: nastya.gubanova97@mail.ru*

### **Современное состояние культурно-исторического туризма в России**

Культурно-исторический туризм - отличная возможность познакомиться с историей, культурой и традициями других стран, поучаствовать в культурных мероприятиях различных государств. Независимо от темы тура, все культурно-исторические маршруты способствуют обогащению знаний о другой культуре, стране. Это возможность прикоснуться уже к существующим памятникам прошлых эпох и современности, традиций и обычаев народов мира, их культуры и обычаев [3].

Россия располагает большим потенциалом, как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных туристов. В нем есть все необходимое - обширная территория, нетронутая, дикая природа, богатое историческое и культурное наследие. Россия интересна туристам из разных стран.

В этих условиях абсолютно правильно сделать ставку на развитие культурного туризма как фактора, который может решить не только многие социально-экономические проблемы страны, но и обеспечить определенную позицию России среди наиболее привлекательных стран для туристов во всем мире.

К сожалению, из-за ряда обстоятельств Россия еще не полностью использует свой рекреационный потенциал.

К таким обстоятельствам можно отнести:

- Нестабильная ситуация во внутренней политике;
- Несовместимость автомобильной и транспортной инфраструктуры с международными стандартами;
- Несоответствие гостиничной базы мировым стандартам, в частности, классу отелей и уровню обслуживания в них;
- Завышенные цены на гостиничные и ресторанные услуги в городах;
- Несовершенство законодательных и экономических стимулов для российского въездного и внутреннего туризма на государственном и местном уровнях;
- Недостаточно квалифицированная организация туристических услуг, которая создает негативный имидж как для конкретного туристического центра, так и для страны в целом;
- Отсутствие единой политики государства и местных органов власти для создания положительного имиджа России как страны туризма[1].

Со стороны государства требуются действия на макроуровне, которые гарантируют стабильное развитие туризма.

Среди них следующие:

- Внесение изменений и дополнений в федеральные законы, направленные на создание благоприятных условий для развития культурного туризма и предпринимательства в области культурного туризма;
- Изменение существующей системы финансирования защиты и восстановления наследия, выявление возможностей для его расширения;
- Формирование благоприятного инвестиционного климата для российских и иностранных компаний, инвестирующих в развитие туристической инфраструктуры в России;
- Создание системы информационно-рекламной поддержки туристических ресурсов в сфере культурного и образовательного туризма и т.д. [2].

Эффективное развитие культурного туризма открывает возможности для сохранения существующего культурного и туристического потенциала, улучшения экономического

положения исторических городов России и повышения качества и уровня жизни местного населения.

### **Литература**

1. Александрова. А.Ю. Статистика туризма: учебник – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с
2. Жураховская К.Г. Культурное и природное наследие как объект познавательного туризма // Культура и время перемен. – 2016. – № 4 (15). – С. 9.
3. Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник / – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384.

Егоров И.С.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: bnm57832@gmail.com*

### **Культурно-познавательный туризм: сущность и значение в современной индустрии отдыха**

В наше время из года в год не пропадает интерес к культурно-познавательному туризму. При современном состоянии туристской отрасли достойную конкуренцию по популярности и востребованности ему могут составить разве что рекреационный и курортный туризм. Об этом говорят все проводимые в последние годы исследования. Это заключение базируется на информации, располагаемой в свободном доступе на сайтах Федерального агентства по туризму Российской Федерации и Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. Этим, собственно, и определяется актуальность данной темы.

Написано уже достаточное количество литературы по данному виду туризма. Например, некоторая учебная литература представлена в ЭБС (электронных библиотечных системах) «IPRbooks» и «BOOK.RU». Это учебное пособие «Технология и организация экскурсионных услуг» под редакцией Г.В. Сулеймановой, а также учебник «Основы туризма» под редакцией Е.Л. Писаревского. Ключевая мысль, к которой сводятся все суждения, излагаемые в учебной литературе представленных в электронных библиотечных системах авторов сводятся к тому, что культурно-познавательный туризм является одним из основных видов туризма в современной индустрии отдыха.

А что же вообще понимается под культурно-познавательным туризмом? До сих пор нет общепринятого определения. Но в общем и целом это путешествия, направленные на посещение различных объектов, имеющих историческое, культурологическое и архитектурное значение с целью познания их сущности, обычно протекающие в форме экскурсионной деятельности. И именно в связи с последним фактом культурно-познавательный туризм ещё называют экскурсионным. Но стоит отметить, что данный вид туризма может включать не только посещения и осмотра каких-либо достопримечательностей, но и кроме этого посещение культурных мероприятий, фестивалей, музеев, театров, а также контакты с местными жителями.

Чем же так привлекает человека данный вид туризма? Прежде всего, это связано с богатым культурным наследием человечества, которое нарабатывалось тысячелетиями. Существует большое количество антропогенных объектов, которые поражают своей красотой и величием. Они несомненно привлекают туристов, которым хочется не только увидеть данные объекты своими глазами, но и получить о них какую-либо интересную информацию. И в этом уже состоит задача экскурсовода, который должен удовлетворить потребности туристов в познании.

Таким образом, значение культурно-познавательного туризма очень велико. Он способствует созданию позитивного имиджа места, где находится та или иная достопримечательность, содействует повышению культурного и образовательного уровня населения, прививает уважение к своей национальной культуре и культурам других стран и народов. В экономическом плане он повышает инвестиционную привлекательность за счёт развития средств размещения, транспортных сетей и предприятий питания. Играет важную роль в решении социальных проблем (за счёт него поддерживается приемлемый уровень жизни населения и создаются рабочие места).



### **Литература**

1. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014 – 384 с.;
2. Технология и организация экскурсионных услуг: учебное пособие / Г.В. Сулейманова; М-во образ. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань: Изд-во КНИТУ – 2015. – 251 с.

Зайцева Д.А.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет име-  
ни Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: dariyakorf@maul.ru*

### **Методика организации и проведения познавательной экскурсии**

Аннотация: в работе рассмотрены и проанализированы методические приёмы организации и проведения познавательной экскурсии, а именно какие существуют этапы подготовки такой экскурсии и какие методы используются для её проведения.

Ключевые слова: познавательный туризм, экскурсия, экскурсия, методические приемы.

Понятие "экскурсия" появилось достаточно давно, этот вид деятельности развивался постепенно и довольно продолжительное время, но такой популярности, как сейчас экскурсии не имели никогда, это явление обусловлено влиянием научно-технического прогресса, повышением образованности людей, ростом интереса к неизведанному и, самое главное, появившимися относительно недавно возможностями путешествовать практически беспрепятственно.

За столь длительный путь развития была выработана и неоднократно апробирована методика организации и проведения познавательной экскурсии.

Под методикой принято считать совокупность методов, приемов, опробованных и изученных для выполнения определенной работы. Использование готовой методики помогает упростить процесс выполнения той или иной работы, а так же свести к минимуму риск возникновения ошибок и оплошностей. А под экскурсией понимается коллективное или индивидуальное организованное посещение достопримечательностей, музеев и пр. с учебными, культурно-просветительскими и иными целями [1].

Итак, организация познавательной экскурсии осуществляется по следующим этапам [2]:

1. Определение целей и задач экскурсии;
2. Определение темы (ключевой идеи экскурсии);
3. Отбор источников информации, таких как книги, статьи, журналы, т.е. те источники, в которых раскрывается тема будущей экскурсии, выделение объектов показа для конкретной экскурсии;
4. Составление маршрута экскурсии, т.е. определение последовательности показа;
5. Обход или объезд составленного маршрута;
6. Непосредственный отбор информации и формирование контрольного текста экскурсии;
7. Комплектование «портфеля экскурсовода», включающего в себя наглядные пособия, необходимые для проведения экскурсии, такие как фотографии, карты, схемы и т.п.;
8. Определение методических приемов проведения экскурсии;
9. Определение техники ведения экскурсии;
10. Составление методической разработки;
11. Подготовка на основе контрольного текста экскурсии индивидуального, т.е. такого, который экскурсоводу будет комфортно рассказывать и который понравится и заинтересует экскурсантов;
12. Составление технологической карты экскурсии. Технологическая карта является документом, в котором подробно описывается последовательность осмотра объектов, а так же пространственно-временные характеристики, такие как продолжительность осмотра тех или иных объектов, программа, время и место технических остановок и т.п.;
13. Прием (сдача) экскурсии;
14. Утверждение экскурсии.

Методика проведения экскурсии состоит из двух компонентов. Это методические приемы показа и методические приемы рассказа.

Для каждой конкретной экскурсии отбираются наиболее подходящие и уместные методы показа и рассказа [3].

Выделяют следующие приемы показа, соответствующие познавательной экскурсии:

- Логический показ;
- Прием предварительного осмотра;
- Прием панорамного показа;
- Прием зрительной реконструкции;
- Прием локализации событий;
- Прием зрительного сравнения;
- Прием переключения внимания.

К приемам рассказа, соответствующим познавательной экскурсии относят:

- Прием экскурсионной справки;
- Последовательное предоставление фактов;
- Прием описания - способствует верному представлению и отображения характеристик и свойств объекта в сознание экскурсантов;
- Прием словесного монтажа подразумевает использование материалов из литературных источников, как из художественной литературы, так и из специализированной.

Таким образом, в работе была рассмотрена поэтапная последовательность организации экскурсии, из чего можно заключить, что этот процесс довольно длительный и трудоемки, а также раскрыты методические приёмы показа и рассказа, без использования которых проведение экскурсии было бы невозможно, поэтому следует сделать вывод, что приёмы разнообразны и поэтому используются в различных комбинациях.

### Литература

1. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 204 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0209-1
2. Экскурсионная деятельность : учебное пособие / Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мигунова. — Москва: КноРус, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-406-06382-8.
3. Технологии и организация экскурсионных услуг : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А.С.Скобельцына, А.П.Шарухин. — М. : Издательский центр «Академия», 2015. — 192 с.

Зайцева Д.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.И. Пугина  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: dariyakorf@maul.ru*

### **Методы ценообразования в туроператорской фирме**

Одним из важнейших процессов в туристской фирме является процесс установления цены на оказываемые услуги. Цена имеет два предела: нижний - это себестоимость турпродукта, т.е. стоимость всех прямых затрат и верхний, определяющийся спросом на конкретные турпродукты. Кроме этого нельзя не учитывать влияние таких факторов как сезонность, класс обслуживания, конъюнктура рынка, эффективность рекламы и т.д. В связи с этим появляется необходимость в выборе эффективных методов ценообразования.

Ценообразование это процесс формирования цен на товары и услуги [1]. Под методом же принято понимать совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения (познания) действительности [3].

В экономике в целом применяются следующие методы ценообразования, которые можно разделить на три группы [2]:

Группа 1- это затратные методы. Основа этих методов - издержках производства, это такие методы как метод полных издержек, прямых затрат, предельных издержек, на основе анализа безубыточности, учета рентабельности инвестиций, надбавки к цене.

Группа 2- это рыночные методы. Базой для них является конъюнктура рынка. К ним относят методы с ориентацией на потребителя; методы, основанные на воспринимаемой ценности товара (метод расчета экономической ценности товара, метод оценки максимально приемлемой цены.); методов с ориентацией на спрос (метод анализа пределов, метод анализа пика убытков и прибылей.); методы ориентацией на конкуренцию (методы следования за рыночными ценами, следования за ценами фирмы-лидера на рынке, определения цены на основе привычных, принятых в практике данного рынка цен, определения престижных цен, состязательный метод.).

Группа 3- это параметрические методы. К ним относятся метод удельных показателей, метод регрессионного анализа, агрегатный метод, балловый метод.

Для того чтобы грамотно определить методы ценообразования именно для туроператорской фирмы, стоит рассмотреть особенности этого процесса именно в организации такого типа. Во-первых, цены на услуги – это розничные цены. Во-вторых, цена не должна вызывать отрицательных эмоций у потенциальных покупателей. Спрос на услуги туризма носит ярко выраженный сезонный характер, высокая степень влияния конкурентов рынка, высокая эластичность цен в различных сегментах туристского рынка.

Исходя из этого, можно выделить следующие наиболее эффективные для турфирмы методы ценообразования:

1. Затратный метод, суть которого заключается в формировании цены за счёт суммирования издержек, прибыли и при необходимости НДС. Очевидным преимуществом метода является простота применения, но к недостаткам можно отнести не всегда имеющуюся возможность применить стандартный расчёт цены, учесть особенности спроса и предложения на рынке, и, следовательно, сформировать оптимальную цену.

2. Ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции. Этот метод основан на изучении цен на сопоставимые туры и туристские услуги у рыночных конкурентов. Цены устанавливаются ниже рыночных, на уровне рыночных или выше их в зависимости от требований клиентов, предоставляемого сервиса, образа продуктов, реальной или предлагаемой ответной реакции конкурентов.

3. Ценообразование с ориентацией на спрос основано на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Выясняется потолок цен – максимальная

сумма, которую потребитель будет готов уплатить за данную услугу. Окончательно установленная цена может значительно отличаться от предлагаемой заранее. Это обусловлено выбором фирмой той или иной ценовой стратегии.

4. Агрегатный метод. Данный метод применяется при производстве товаров или оказании услуг, состоящих из отдельных элементов. Услуги, входящие в туристский пакет, – транспортное обслуживание, гостиничные услуги, обеспечение досуга, экскурсионные услуги и т.д.

5. Статистический метод, основанный на анализе динамического ряда цен аналогичных услуг.

6. Параметрический метод. Цена находится в непосредственной зависимости от главного параметра или определяется совокупностью наиважнейших параметров

7. Метод ощущаемой ценности услуги. При использовании этого метода одним из основных факторов, влияющих на цену, является восприятие услуги потребителем. Цена должна соответствовать ощущаемой потребителем ценностной значимости услуги. Ценность услуги для потребителя определяется ее характеристиками, уровнем сервиса и т.д. Использование этого метода требует проведения тщательных маркетинговых исследований для получения информации о мнении потребителей об услугах ценообразования\

8. Метод экспертных оценок, позволяющий составлять прогнозы в отношении цен на туристском рынке.

Таким образом, мы рассмотрели сущность особенностей и методов ценообразования в туроператорской фирме, выявили наиболее эффективные методы определения цены для применения в условиях работы туроператора. Также следует отметить, что туристские фирмы используют эти методы во взаимодействии, поскольку ориентация только на один из них не способствует проведению гибкой ценовой стратегии и даже приводит к прямым или косвенным убыткам.

### Литература

1. Лев М.Ю. Цены и ценообразование [Электронный ресурс]: — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 382 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34969.html>

2. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2016. — 193 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60548.html>

3. Магомедов М.Д. Ценообразование [Электронный ресурс]: — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2017. — 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60630.html>

И.О. Юдин

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: garik395.yudin@yandex.ru*

### **Значение и роль культурно-познавательного туризма в современном мире**

В настоящее время культурно-познавательный туризм является одним из самых популярных видов туризма. Те люди, которые интересуются историей тех или иных регионов или народов делают данный вид туризма все популярней.

Рассмотрим определение культурно-познавательного туризма:

Культурно-познавательный туризм – это путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его кругозор [2].

Следовательно, главное значение культурно-познавательному туризму придает именно перемещение с познавательными целями. Его популярность обусловлена тем, что люди стали чаще задумываться, не только о своем культурном наследии и развитии, но также стали интересоваться культурами других стран и народов.

Именно познание и культурное развитие является самой сущностью культурно-познавательного туризма. Именно познание всегда было стимулом для развития человека его лучших качеств. По этой причине современные ученые считают, что культурно-познавательный туризм будет привлекать все большее количество туристов и экскурсантов.

На сегодняшний день современные ученые выделяют основные роли культурно-познавательного туризма в современном мире:

Во-первых, это глобализация. Все больше людей начинают интересоваться не только культурными достопримечательностями своей страны, но также они готовы выезжать за границу, чтобы своими собственными глазами увидеть всемирно известные объекты ЮНЕСКО. Таким образом, в ходе глобализации происходит так называемый «диалог культур» [1].

Во-вторых, это просвещение население. Именно с целью в настоящее время проводятся экскурсии для школьников и студентов в музеи, научные центры, выставки. Уже давно практикуются поездки в разные культурно-исторические местности, чтобы молодое поколение лучше проникло в историю нашей страны. Как говорится, «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать».

В-третьих, с каждым годом культурно-познавательный туризм способствует привлечению туристов в регион, следовательно, денег и инвестиций. Все чаще государство старается субсидировать данный вид туризма, предприниматели в свою же очередь туроператоры, наблюдая перспективы в этой сфере, разрабатывают все больше культурно-познавательных туров.

В-четвертых, это поднятие патриотизма у молодежи. Именно в процессе проведения экскурсии по местам проведения битв, курганов, захоронения солдат происходит воспитание патриотизма у молодых ребят.

Из всех вышеперечисленных ролей можно смело утверждать, что самая главная роль культурно-познавательного туризма это получение знаний и удовлетворение культурных потребностей.

Таким образом, индустрия туризма должна поддерживать проекты, которые учитывают культурные и другие особенности местного населения, берегут культурное наследие наций. Доходы от туризма следует направлять на сохранение историко-культурных памятников, обычаев, национальных традиций.

В будущем культурно-познавательный туризм будет способствовать не только привлечению денег в регионы, но и развитию коммуникации между другими странами и народами, обмену культурным опытом и международному сотрудничеству.

### **Литература**

1. Петрасов И.В. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму. М., Москва. 2001. С. 26-30.
2. М.Д. Сушинская. Культурный туризм: учебное пособие – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.
3. И.В. Зорин, Т.П. Каверина. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005 – 288 с.: ил.

Карамышева К.Н.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: karamyschewa.k@yandex.ru*

### **Проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России**

Лечебно-оздоровительный туризм - это часть туристской деятельности, предполагающей в качестве главного мотива поездки получение туристами комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания и располагающих необходимыми для этого природными, ресурсами с целью предотвращения заболеваний или реабилитации/лечения различной патологии [2].

В наше время лечебно-оздоровительный туризм является, пожалуй, одним из главных, так как в его основе лежит забота об основной жизненной ценности – здоровье человека, что способствует к повышению уровня жизни населения. Поэтому государство заинтересовано в развитии и продвижении лечебно-оздоровительного туризма.

Актуальность данной статьи заключается в том, что в последние годы лечебно-оздоровительный туризм в России находится на пике своей популярности. Современный ритм жизни заставляет нас задумываться об отличной физической форме, фигуре, а дефицит со свободным временем подталкивает многих к совмещению отдыха с лечением и профилактикой разных заболеваний.

Развитие лечебно-оздоровительного туризма в нашей стране представляется особенно актуальным также вследствие низкой, по сравнению с развитыми странами, продолжительностью жизни граждан, обусловленной высокой заболеваемостью, высоким уровнем социальной напряженности и в целом более низким уровнем жизни

Цель работы: исследовать проблемы и перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России.

На основании цели исследования необходимо выявить задачи:

- 1) рассмотреть особенности развития лечебно-оздоровительного туризма в России.
- 2) выявить основные перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России

Материалами и методами исследования послужили анализ и обобщение литературных и электронных источники, статей и книг.

В данный момент с уверенностью можно сказать, что лечебно-оздоровительный туризм является приоритетной государственной задачей, он касается жизнеобеспечения деятельности и здоровья человека. Лечебно-оздоровительный туризм является одним из наиболее развивающимся видом туризма.

Лечебно-оздоровительный туризм в России развивается с древних времен и имеет ряд своих особенностей:

- 1) программа лечебно-оздоровительных туров должна длиться не менее 21 дня
- 2) потребителями лечебно-оздоровительных туров все чаще являются люди старшей возрастной группы
- 3) питание в санаториях и оздоровительных курортах диетическое, разрабатывается персональная диета
- 4) наиболее популярными лечебными программами являются «Антистресс», «Релакс» и «Снижение веса»
- 5) Отечественные курорты не совсем соответствуют зарубежным курортам. Отечественные курорты основаны на научной базе
- 6) необходимость в правильной разработке нормативно-законодательной базы



Таким образом, следует сказать, что лечебный туризм дает возможность человеку одновременно улучшать свое здоровье, при этом он может культурно просвещаться: осмотреть природу, познакомиться с населяющим какую-либо территорию народом.

Сегодня отдых в санаторно-курортных учреждениях преследует не только медицинские цели, но предоставление отдыхающим разнообразных анимационных, досугово-развлекательных и спортивных программ, способными поднять жизненный тонус, удовлетворить духовные и эмоциональные потребности отдыхающих.

Однако несмотря на особенности и развития лечебно-оздоровительный туризма в России, он имеет ряд проблем необходимых для рассмотрения:

Во-первых, стоимость путевок в оздоровительных учреждениях завышена.

Во-вторых, низкое качество, предоставления услуг в учреждениях оздоровительного типа.

В-третьих, недостаточный ассортимент предоставляемых услуг в оздоровительных учреждениях.

В-четвертых, низкий уровень развития инфраструктуры курортов и невысокий уровень обслуживания в ряде здравниц.

В-пятых, недостаточно хорошо развито законодательное и нормативное правовое обеспечение санаторно-курортной деятельности.

В наше время лечебно-оздоровительный туризм является, пожалуй, одним из главных, так как в его основе лежит забота об основной жизненной ценности – здоровье человека.

В-шестых, неравномерное развитие лечебно-оздоровительного туризма в регионах РФ

Таким образом на основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что развитие лечебно-оздоровительного туризма в России требует комплексного подхода к решению проблем, это поддержка нормативно-правовой базой лечебно-оздоровительным туризмом оказывают положительное влияние на человека. Лечебно-оздоровительный туризм требует поддержки на государственном уровне, что приведет к необходимому уровню развития санаторно-курортного комплекса страны, а также к поднятию уровня внутреннего и въездного туризма в России. Существует необходимость в лицензировании оздоровительных учреждений, совершенствования и развития инфраструктуры, создание единой базы здравниц, необходимость в повышении уровня сервиса услуг, повышение уровня квалификации персонала, а также создание центров для обучения персонала.

Государственная поддержка лечебно-оздоровительного туризма позволит увеличить продолжительность жизни населения страны, а также сократить смертность, и тем самым повысится занятость населения, развивая туристские территории. Лечебно-оздоровительный туризм должен проходить только под жестким медицинским контролем, что способствует возможности улучшения физического и психологического состояния человека, благодаря соблюдению всех требований. Важно отметить что основной целью лечебно-оздоровительного туризма оздоровления и вида деятельности является формирование здорового образа жизни, что имеет большое значение как для человека, так и для общества в целом.

Для того чтобы повысить уровень развития лечебно-оздоровительного туризма необходимо привлечь инвестиционные средства, а так же увеличение государственных программ, помимо этого необходимо разработать более ужесточенную нормативно-законодательную базу.

### Литература

1. Драчева Е.Л. К вопросу о курортоведении и рекреационном туризме//Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования. М., 2008.
2. Есипова, С. А. География и рекреология туризма. Часть 1. Европейский туристский макрорегион : учеб. пособие / С. А Есипова. - Омск : Омский государственный институт сервиса, 2009. - С. 18 - 19.
3. Ефименко, Н. В. Лечебно-оздоровительный туризм в России и за рубежом с позиций курортной науки [Электронный ресурс] / Н. В. Ефименко, А. Н. Глухов // Курортная медицина . - 2012. - № 3. - С. 51-56. - Режим доступа :<http://elibrary.ru/item.asp?id=18923403>

Карасёв А.А.

*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: karasyov.artiom@inbox.ru*

### **Развитие историко-этнографического туризма в России**

Быстрому развитию туризма способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своего Отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

В нашей стране имеется огромный ресурсный потенциал для развития этнографического туризма: огромная территория, богатое историческое и культурное наследие. Но, к сожалению большая часть этих ресурсов используется крайне редко в туристских экскурсионных целях.

Вот и тема масонства не стала исключением. Несмотря на то, что история масонов охватывает таких великих людей как: глава иностранной коллегии, наставник будущего русского императора граф Никита Панин, генералы И.Н.Болтин, Н.М.Бороздин, графы А.А.Брюс, А.К.Разумовский, А.С.Строганов, князья Ю.В.Долгорукий, Г.П.Гагарин, А.Б.Куракин, М.М.Щербатов и многие другие, в экскурсионных программах экскурсоводы зачастую дают лишь малую часть информации относящийся к данному сообществу.

Город Санкт-Петербург лежит в основе создания тайного братства в России. Несмотря на то, что город перенасыщен масонской символикой, нельзя не выделить такие объекты как: Казанский собор, Церковь Спаса Нерукотворного Образа, Сфинксы на Университетской набережной. Каждый из перечисленных объектов имеет свою уникальную историю непосредственно переплетённую с братством. Казанский собор мыслился как один из главных соборов России, но мало кто из туристов обращает внимание на масонскую символику во внутреннем убранстве. Казанский собор был освящен в 1811 году. В нем проводились службы по православному и масонскому обряду. В 1813 году в только что построенном Казанском соборе был похоронен Михаил Илларионович Кутузов. В масонской системе М.И.Кутузов состоял несколько десятилетий и имел масонское имя «Вечнозеленый лавр».

Следующим архитектурным объектом – Церковь Спаса Нерукотворного Образа. Именно в этой церкви отпевали поэта А.С. Пушкина. "4 мая был я принят в масоны", – написал Александр Сергеевич Пушкин в 1821 году в своем дневнике. Ложа, в которую вступил поэт, называлась "Овидий" и располагалась в Кишиневе. Данная ложа не была юридически оформлена, и неизвестно, когда Пушкин вышел из нее. Скорее всего, это произошло само собой, когда через год и два месяца после принятия Пушкина в орден, император Александр I своим указом закрыл все масонские ложи. Тем не менее, в гроб поэта перед похоронами Вяземский вложил перчатку как знак признания его братом по ложе. Сама церковь, где отпевали А.С. Пушкина имеет масонский символ на внешней стороне "Всевидающее око".

Ещё один объект – Сфинксы на Университетской набережной. В стародавние времена в Академии художеств на Университетской набережной собиралось масонское общество "Сфинкс умирающий". 29 мая 2003 года на куполе Академии художеств на голове у Богини Мудрости Афины Паллады появился маленький Сфинкс. Рассмотреть его можно только при помощи специальных приборов. Одной из самых интересных является монография академика Василия Васильевича Струве "Петербургские Сфинксы". Она вышла в свет в 1912 году. Струве сделал перевод иероглифических надписей Сфинксов. Струве считает, что Петербургские Сфинксы стояли у входа в храм Бога Ра. А теперь они стоят у Академии художеств. И это не случайно. Сфинксы и здание Академии художеств - это единое сакральное пространство.

Анализируя предложения на туристском рынке мы наблюдаем лишь часть ресурсного потенциала нашей страны. Развитие историко-этнографического туризма в России заслуживает куда большего внимания.

Киселев И.А

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: Dj 1666@mail.ru*

### **Развитие религиозно-познавательного туризма в России**

Одним из направлений туризма, в наши дни, это - религиозный туризм. Религия одна из составных частей культуры любой страны и любого народа, сильно влияющая на человека. Религия является одной из основных частей культуры стран и народов. Можно отметить, что религиозно-познавательный туризм имеет большое влияние в международном и внутреннем туризме.

Религиозно-познавательный туризм это самостоятельное направление туристской деятельности. У этого вида туризма есть свои разновидности. Существуют экскурсии объединяющие как паломников так и экскурсантов. Эти туры предполагают трехдневный маршрут, с визитом в религиозные места и к памятникам архитектуры.

В этих турах применяются элементы туристской инфраструктуры. Они отличаются от паломнических, тем что не являются продолжительными. Религиозно-познавательные туры не ориентированы на религиозные праздники. В них могут принимать участие люди всех возрастов. Объекты религиозной направленности могут посещаться и во время смешанных туров. Для паломников экскурсия не имеет основного значения однако в них принимают участие как паломники, так и экскурсанты.

Пятьдесят лет назад появился такой вид туризма, как «паломнический». В 1997 году в Москве опубликовано распоряжение «О развитии религиозного туризма». Благодаря этому распоряжению, религиозный туризм считается одним из главных направлений туристской деятельности.

Религиозно-познавательные туры предусматривают посещения религиозных объектов, как действующих, так и памятных, посещение музеев и выставок. Туристы принимают участие в богослужениях, крестных ходах, медитациях и других религиозных мероприятиях.

С этим туризмом схож туризм религиозного направления. Такие путешествия очень редкие, но помогают расширить объем этих туров. Экскурсантов привлекает достояния религии: рукописи, объекты культа, обнаруженные в результате археологических поисков. Россиян сильно привлекают Китай, Индия, Япония. Часто посещаются места затерявшихся религий: Египет, Месопотамия, Греция, Италия, Центральная Америка.

Эти экскурсии разработаны, как правило, на 3 дня. Сюда входит посещение святых мест, древних памятников. Такие туры проводятся с разрешения священника монастыря. Сейчас религиозный туризм формируется в двух направлениях: турфирмы которые организуют паломнические туры, наряду с обычными, а так же тур фирмы специализирующие только на религиозном туризме. Все это уходит с рынка, потому что, конкурировать на рыке туризма за счет только паломнических туров практически невозможно. В Росси существуют все возможности и потенциал для развития религиозного туризма, между тем данный потенциал остается неосуществлённым. Для этого существует много причин: неразвитая инфраструктура, мало информации о ресурсах и маршрутах, практически отсутствует сотрудничество между туристическими фирмами и религиозными организациями, мало компетентных кадров.

Таким образом, можно сделать вывод, что только совместная работа религиозных и туристических организаций смогут сберечь, благоустроить и восстановить объекты культуры, места паломничества, достопримечательности. Исследование других маршрутов к святым местам, улучшение инфраструктуры, большое количество информации привлечет много новых туристов и паломников к путешествиям в религиозные места.

### Литература

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма/ А.В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
2. Христов Т.Т Религиозный туризм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/Тодор Тодорович Христов. – 2-е изд.,испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.-288с.

Копылова Н.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: nata\_04.96@mail.ru*

### **Современное состояние и тенденции развития спортивно-оздоровительного туризма (на примере Нижегородской области)**

В настоящее время спортивно-оздоровительный туризм является важнейшей сферой деятельности современной экономики не только Российской Федерации, но и всего мира. В нашей стране спортивный туризм развивается в 66 субъектах, в которых существуют отделения Туристско-спортивного союза России и региональные федерации спортивного туризма. По многим статистическим данным, можно заметить, что в России небольшой процент людей, занимающихся данным видом туризма. В ряде регионов России прослеживается тенденция снижения процентного соотношения людей, занимающихся спортивным туризмом.

В настоящий момент нет сомнений, что спортивные мероприятия в России проводятся довольно-таки часто. Подтверждением этому служит проведение Универсиады в Казани в 2013 году, Зимних Олимпийских игр в Сочи 2014 году, Кубка Конфедераций по футболу в 2017, Чемпионата мира по футболу в 2018 г., где одним из городов является Нижний Новгород Всемирной зимней универсиады — 2019 в г. Красноярске и т. д. В подобного рода мероприятиях спортивный туризм сочетается с событийным, и фактически конкретное знаковое событие выступает движущей силой развития спортивного туризма. Кроме того, была проанализирована статистика увеличения спроса на спортивный туризм в России. По данным Росстата в 2007 году данный вид туризма имел долю на рынке 3 %. В 2011 году доля спортивного туризма составила уже 8%. В 2015 году она выросла до 15%. В 2017 году стала выше 16,3% [4]. Приведённые данные говорят о положительной динамике развития спортивного туризма в России. Можно смело сказать, что Россия развивает различные направления туризма на своей территории.

Спортивный туризм имеет отличия от других видов туризма, тем, что дает возможность человеку одновременно при занятии умеренными физическими нагрузками следить за своим здоровьем, при этом он может культурно просвещаться: осмотреть природу, познакомиться с населяющим какую-либо территорию народом, посетить спортивные парки.

Спортивный туризм наиболее развит на юге России (Краснодарский край, Кабардино-Балкарская республика), в Приволжье (республики Башкортостан и Татарстан), в Сибири (Алтайский край, Иркутская область, республика Хакасия). Нижегородская область, Владимирская область, Кемеровская область, Красноярский край являются перспективными для развития спортивного туризма.

Однако существует необходимость увеличения спроса спортивного туризма в Нижегородской области. Для увеличения темпов роста спортивно-оздоровительного туризма необходимо наличие большого выбора туров, разнообразных по своей направленности. Примером такого тура может послужить спортивно-оздоровительный тур «Будь в форме», данный тур рассчитан на пять дней и будет включать в себя уникальные объекты Нижегородской области, такие как стадион построенный к Чемпионату Мира по футболу «Стадион Нижний Новгород», аквапарк Нижнего Новгорода «Аквямания».

Данный тур будет состоять из нескольких частей

Первая часть тура включает заселение в санаторий «Вишневы сад» здесь можно покататься на водных лыжах, квадрантах, лошадях, катание на Flyfish (летающий скат). Флай фиш цепляют к катеру и при достижении определенной скорости аттракцион подлетает над водной поверхностью до 3-х метров в высоту, возможность прекрасно провести время и отдохнуть.

Во вторую часть тура будет входить отдых в Гранд-отель Ока Премиум здесь туристы посетят небольшой, но уютный фитнес-клуб бизнес-класса который предлагает гостям отеля: просторный тренажерный зал, оснащенный самыми современными тренажерами ведущих мировых производителей – “Life Fitness”, “Hammer” и “Cybex”, плавательный бассейн эксклюзивной формы (2 дорожки, длиной 25 метров, а также Relax-зона с массажными противотоками и 2 каскадами ), 3 зала групповых программ (силовые и аэробные классы, программы "Разум и тело", танцевальные направления и т.д.); 2 финские сауны (в каждой раздевалке); солярий KSUN (Италия)

В третью часть тура будет включать отдых на территории аквапарк «Аквамания» Аквапарк, являющийся жемчужиной комплекса, займет площадь 40 000 кв. метров, включая в себя зону водных аттракционов с детским комплексом, термальный блок с различными видами бань и саун инфракрасные бани, парильные римские, финская сауна, альпийские и русские бани, комплекс хамам; бассейны римские, кнейпа (процедуры, основанные на чередовании теплой и холодной воды.), гидромассажные, купели, а также рестораны и кафе

Четвертая часть тура посещение стадиона «Нижний Новгород» здесь спортивно-оздоровительный туризм станет частью рекреационного и культурно-познавательного туризма. Данный вид тура разнообразит уже имеющиеся туристические пакеты на рынке услуг, повысит спрос, подчеркнет уникальность спортивных объектов Нижегородской области.

Спортивно - оздоровительный туризм, как средство физического воспитания создает наиболее благоприятные условия для оздоровления. Походы различного уровня дают возможность проверить себя, как туриста, насколько вы далеко можете зайти в занятиях данным видом туризма [3].

Таким образом, можно сказать, что развитие спортивно-оздоровительного туризма в России в том числе Нижегородской области является важной составной частью физического воспитания молодежи, а также государственной социально-экономической политики. При современном ритме жизни в городах, большая часть населения страны устает не только физически, но и морально от постоянного активного движения и работы.

Таким образом тенденции развития спортивно-оздоровительного туризма являются:

- 1) объемы инвестиций в создание оздоровительных комплексов постоянно возрастают;
- 2) многие сетевые гостиницы и иные средства размещения преобразуются в оздоровительные комплексы;
- 3) туристское предложение диверсифицируется путем расширения программ других видов туризма (таких как культурно- познавательный, круизный или деловой) через спа-предложения и иные оздоровительные услуги;
- 4) учет возраста и национальных особенностей потенциальных туристов.

Следовательно, можно сказать, что развитие спортивно-оздоровительного туризма в Нижегородской области является важной составной частью физического воспитания молодежи, а также государственной социально-экономической политики.

### Литература

1. Горшков, Илья Дмитриевич. Спортивно-оздоровительный туризм: текст лекций/ И. Д. Горшков; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль :ЯрГУ, 2014. – 60 с
2. Информационный туристский портал / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.infoturizm.info/>
3. Вековцов, М. О. Спортивно-оздоровительный туризм в качестве метода физического воспитания и значимость его в России / М. О. Вековцов // Молодежь, наука, творчество. — Омск: Омский государственный технический университет, 2016. — С. 574–57
4. Розничная торговля, услуги населению, туризм [Электронный ресурс]: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#)

Любавина А.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: lyubavina.an@mail.ru*

### **Квест-экскурсия – новое и перспективное направление в туризме**

С каждым годом в туризме происходят какие-либо изменения, вносятся дополнения в различные виды туризма, увеличивается многообразие видов, предъявляются новые требования к организации экскурсионной деятельности. Сравнительно новым направлением в индустрии туризма является квест-туризм.

Квест-экскурсия - это новое направление, которое дает возможность совместить игру и экскурсию. Это экскурсия без традиционных гидов, комбинация экскурсии и квеста, в процессе прохождения которой исторические реалии и новеллы о людях, создававших биографию города, чередуются с увлекательными загадками и головоломками [2].

Квест возможно организовать под любое событие, будь то просто отдых с друзьями или историческое событие. Все зависит от фантазии создателя. Можно продумать такую увлекательную игру, что желающих наберется большое множество.

Квест (поиски) (рус.) (англ. quest — «поиск, предмет поисков, поиск приключений, исполнение рыцарского обета») — один из способов построения сюжета в фольклорных произведениях, путешествие персонажей к определённой цели через преодоление трудностей [4].

Данный вид туризма является одним из инновационных направлений в туризме. Его развитию и продвижению на рынке туристских услуг следует уделить особое внимание. Актуально это будет для небольших городов. Такие экскурсии позволят привлечь большее число туристов в регионы с невысоким потоком туристов [3].

Как и все игры, квесты в реальности имеют свою классификацию. Каждый из них обладает своими отличительными особенностями, будь то: ограничения по возрасту, уровню сложности, количеству игроков, тематика, продолжительность, популярность данного квеста и тому подобное.

В качестве собственного проекта предлагается экскурсия по городу Мурому «В гостях у Петра и Февронии Муромских». Данный проект будет пригоден к реализации практически на протяжении всего года, за исключением некоторых моментов игры. Но их возможно заменить другими элементами. Экскурсия будет привлекать большое число туристов, заинтересованных жизнью святых Петра и Февронии. Данную экскурсию можно предложить людям любого возраста, начиная от школьного и заканчивая пенсионным. Наибольшую популярность экскурсия получит в летнее время, так как по статистике, большая часть посещений нашего города приходится как раз на период с конца мая по конец августа. Подробнее об этом можно увидеть на диаграмме ниже [1].



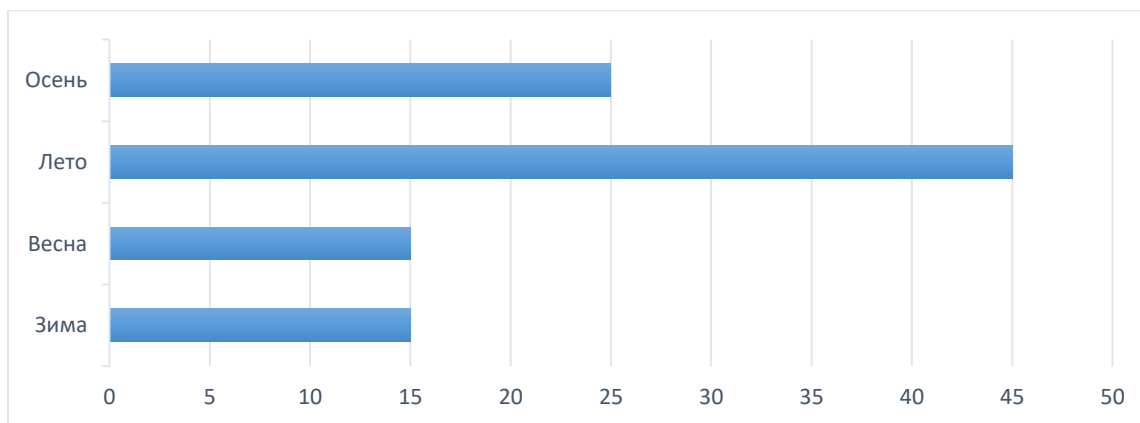


Рис.1 - Посещение г. Муром в различные времена года

Ниже представлена сама программа экскурсии.

Начало квеста будет положено возле памятника Петру и Февронии на площади Крестьянина. Экскурсантам будет предложено первое задание. Ответив правильно на все вопросы, группа сможет перейти к следующему объекту.

Вариант задания следующий: каждому участнику нужно правильно ответить на вопросы, связанные с жизнью Петра и Февронии до их встречи. Если кто-то не отвечает верно, задается дополнительный вопрос. Ответить верно - обязательное условие перехода к другим объектам экскурсии.

В пути к следующему объекту, а именно к Спасо-Преображенскому монастырю экскурсантам представится возможность разыграть небольшое представление/сценку в Доме народного творчества. Участники группы знать об этом не будут. Личное их участие в данной программе будет «прикрыто» посещением Дома народного творчества в качестве зрителей программы «Благодарные Петр и Феврония Муромские. Выбирается двое участников, которые должны будут переодеться в костюмы и разыграть небольшую сценку для детей детского сада/школы. Текст участникам будет дан, но свой вариант по данной теме будет приветствоваться и награждаться памятными сувенирами с изображением города Муром и его достопримечательностями.

После посещения ДНТ (Дома народного творчества) состоится чаепитие для группы, с угощением их Муромским калачом.

Следующим местом посещения станет Спасо-Преображенский монастырь. Перед входом каждый выберет себе листок с заданием. Задания могут повторяться. После выполнения этих задания, будет проведена экскурсия по монастырю.

1. Помочь полить цветы
2. Совершить кормление/уход за одним из животных, живущем на территории монастыря
3. Помощь в посадке цветов или прочих культур на территории монастыря.

Следующим местом посещения станет площадка перед Муромским ЗАГСом. Совершится осмотр памятника. После каждому участнику будут выданы фрагменты исторических записей, но не в правильном порядке. Необходимо составить верный рассказ.

Поставщиками услуг в данном экскурсионном проекте являются: экскурсионное бюро «Муром Тур», «Дом Народного Творчества», Спасо-Преображенский монастырь, на выбор экскурсантов кафе «Витязь», «Мандарин», «Баринь» и в зимний период Центральная библиотека «ЦБС» округа Муром.

Проанализировав рынок города Муром, было выявлено, что подобной экскурсии в городе не представлено. Предложенный проект привлечет большое количество желающих. Данная экскурсия связана со Святыми Петром и Февронией, но не ограничена одним днем, то есть не привязана к Дню Семьи, Любви и Верности.

В день может проводиться 1-2 экскурсии, вне зависимости от дня недели.

Стоимость экскурсии не будет слишком высокой. Обойдется она не более, чем в 1500-2000 рублей с учетом чаепития в Доме Народного Творчества и обедом в кафе на выбор.

Таким образом, для увеличения потока туристов в город Муром, следует уделить внимание разработке и продвижению квест-экскурсий или квест-туров. Данное направление весьма

перспективное и именно оно позволит вывести уровень посещения туристов на более высокий. Эта игра позволит окунуться в историю, узнать для себя нечто новое. Предложенная выше экскурсия является отличным вариантом для начала развития квест-туризма в городе Муроме.

### Литература

- 1.Электронный ресурс [www.tonkosti.ru](http://www.tonkosti.ru)
- 2.Алексеева Н.Д., Рябова Е.В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности. Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология Выпуск № 1. – 2015. – С. 38-45.
- 3.Востребованность культурного наследия малых городов России (на примере города Муром Владимирской области): учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм / Романова Н.В. [Электронный ресурс]. – Электрон, текстовые дан. (0,7 Мб). – Муром: МИ (филиал) ВлГУ, 2015. – 1 электрон, опт. диск (CD-ROM).
- 4.Электронный ресурс <https://ru.wikipedia.org>

Максимова В.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: ler1996a@yandex.ru*

### **Проектирование военно-исторического тура «Подвиг длиной 900 дней» в г. Санкт-Петербурге**

В преддверии 9 мая туры на военно-историческую тематику являются особенно актуальными. День Победы – это самый патриотичный праздник в нашей стране. Каждый год на протяжении вот уже больше семи десятилетий люди выходят на улицы, чтобы выразить благодарность ветеранам, чтобы отдать дань уважения погибшим солдатам, чтобы почтить память своих ушедших родственников.

Военно-исторические туры - это не что иное, как поездки в страны и города, где проходили знаменитые сражения разных времен и народов. Памятники истории, культуры и природы являются национальным достоянием страны. Очень серьёзный материал представлен в военных мемориалах. Культурно-исторический потенциал имеет большое значение для воспитания военно-патриотических чувств у молодого поколения. Военно-исторический тур - это средоточие способов, приёмов и методов запечатлеть в народной памяти подвиг нашего народа в годы войны. Военно-исторический туризм всегда будет востребованным и актуальным. Ведь память о войне не стирается и не тускнеет с годами. Это память народа, навечно вписанная в его историю, в его настоящее и будущее, в его национальное самосознание. Туристические маршруты на военно-историческую тему могут посвящаться как истории войны или отдельной военной компании, так и конкретному историческому событию или подвигу [2, с. 118].

Предлагаемый тур «Подвиг длиной 900 дней» – так часто называют период блокады Ленинграда. Сущность работы состоит в разработке маршрута военно-исторической направленности, герои которой - люди и город, оказавшиеся в полной блокаде на долгих 900 дней. Трагедия Ленинграда, героически выстоявшего во время блокады, навсегда вошла в историю Великой Отечественной войны и Великой Победы. Огромная воля к жизни и свободе и небывалое мужество ленинградцев вселили надежду в сердца миллионов людей, заставили поверить в возможность Победы. Подвиг жителей Северной столицы навсегда остается в памяти [1].

Исходя из выше изложенного для данной работы в рамках создания туристского маршрута актуальным является вопрос сохранения исторической памяти о Великой Отечественной войне и Победе в ней, так как он способствует патриотическому воспитанию молодёжи: воспитанию чувства гордости за наш народ, нашу страну, за её героическое прошлое; поддержанию на достойном уровне культуры почитания павших за Отечество и сохранение памятников боевой славы России. Все это послужило основой для разработки тура военно-исторической направленности.

Название тура «Подвиг длиной 900 дней» отражает особую ценность и значимость мест, которые предлагаются для посещения.

Цель военно-исторического тура – воспитание любви к Родине, патриотизма, уважение к прошлому, истории страны, выявление значения Победы советского народа в войне.

Задачи военно-исторического тура:

- 1.приобщение туристов к изучению героической истории Отечества, краеведческой и поисково-исследовательской деятельности;
- 2.воспитание уважения к памяти защитников Отечества, погибших при защите Родины;
- 3.активное изучение исторических страниц воинской славы.

Предполагаемый результат – будут созданы условия, способствующие нравственно – патриотическому и духовному развитию личности гражданина России. В ходе реализации

проекта у туристов сформируются представления о Героях войны, о том, как народ чтит их память, о воинской службе; разовьется чувство патриотизма, уважения к пожилым людям: ветеранам войны и труженикам тыла.

Данный тур «Подвиг длиною 900 дней» посвящен периоду блокады Ленинграда. К началу блокады Ленинград не имел стратегического запаса продовольствия. Гитлер был уверен, что все жители умрут от голода за один-два месяца, и немцы возьмут город, не пролив ни капли крови. Вопреки планам, город выстоял, заплатив за это страшную цену. Ленинградцы отчаянно боролись за жизнь в условиях голода, регулярных обстрелов, суровых морозов, отсутствия газа и электричества. А между тем властям города приходилось устанавливать штрафы за отказ от укрытия: во время воздушных обстрелов ленинградцы предпочитали оставаться на своих рабочих местах. Город продолжал производить танки, машины, орудия и боеприпасы. В этих условиях продолжалась культурная и интеллектуальная жизнь города [3].

Битва за Ленинград по драматизму, символическому значению и масштабу человеческих страданий не имеет себе равных не только в Великой Отечественной войне, но и в любой другой войне современности.

Туристический маршрут «Подвиг длиною 900 дней» рассчитан на 4 дня/3 ночи. В программу тура входит проживание, питание, транспорт, трансфер, экскурсионное обслуживание.

В программу тура включены следующие объекты:

1. Обзорная автобусная экскурсия «Город-герой Ленинград» (Санкт-Петербург)
2. Музей обороны и блокады Ленинграда или экскурсия по экспозиции «Ленинград в годы Великой Отечественной войны» (Санкт-Петербург, Соляной переулок, 9)
3. Экскурсия по территории Петропавловской крепости (Санкт-Петербург, Петропавловская крепость, 3)
4. Экскурсия в Ленинградский зоопарк (Санкт-Петербург, Александровский парк, д. 1)
5. Пешеходная экскурсия по историческому центру «Творческая жизнь блокадного Ленинграда» (Санкт-Петербург, ул. Болотная, д.13)
6. Экскурсия в Исаакиевский собор (Санкт-Петербург, Адмиралтейский район, Исаакиевская площадь, 4)
7. Программа «Полевые учения» (Санкт-Петербург, р-н Курортный, Приморское шоссе, 308)
8. «Загородная автобусная экскурсия в Кронштадт» - музей истории города Кронштадта (г. Кронштадт, Якорная площадь, дом 2а) и Морской собор (г. Кронштадт, Якорная пл., 1)

Туристский продукт: «Подвиг длиною 900 дней» имеет перспективы использования турагентом в качестве полноценного туристского продукта. Он может обеспечить стабильную прибыль за счет популярности среди школьников и студентов, так как затрагивает темы учебной программы в школах и вузах. Данный тур может пользоваться популярностью среди всех возрастных категорий, так как не имеет возрастных ограничений. Также созданный туристский маршрут будет привлекать жителей со всех городов, так как позволит узнать новую информацию о городе. При этом уникальная тематика тура повысит его конкурентоспособность и выделит его среди других туров по Санкт-Петербургу.

### Литература

1. Молчанов А. В. Героическая оборона Ленинграда (документальная памятка). СПб. 2014
2. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания / И.И. Пирожник – Мн., 2013 – 118 с.
3. Соколов А.М. Битва за Ленинград и ее значение в Великой Отечественной войне. СПб. 2015.



Мельников С.А.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: sergey.melnikov.1997@inbox.ru*

### **Экологический туризм в России. Особенности и проблемы.**

На данный момент экологический туризм является развивающейся отраслью туризма. Имеет свои отличительные особенности и проблемы, которые тормозят и не дают в полной мере развиваться и стать лидирующей отраслью туризма в России. Экологический туризм имеет очень важные особенности. Он стимулирует и удовлетворяет желание людей общаться с природой, охраняет и предотвращает негативное воздействие на природную среду. В этом и заключается актуальность темы.

На данный вид туризма написано не так много литературы, как например на культурно-познавательный или спортивный. Я выделю несколько авторов, которые на мой взгляд более полно раскрыли особенности и проблемы экологического туризма в России. Например, учебное пособие Сергеевой Т.К. «Экологический туризм», в котором освещаются современные экологические проблемы, ресурсы и виды экологического туризма в России. Так же учебно-методическое пособие Храбовченко В.В. «Экологический туризм». В этом пособии выделены особенности, принципы развития экологического туризма. Авторы подчеркивают огромную значимость развития экологического туризма.

Россия - это огромная страна, с красивой и уникальной природой, разнообразие которой поражает. Удивительный растительный и животный мир, который по разнообразию превосходит всю Европу. Так же, Россия имеет национальные парки и заповедники, памятники природы и туристические объекты. Другими словами, ресурс и потенциал для развития экологического туризма в России огромен, но не дают развиваться серьезные проблемы. Конечно, можно выделить много экономических и организационных проблем, но я выделю только те, которые на мой взгляд являются основными и подлежат немедленному устранению. Во-первых, незначительное финансирование государства экологического туризма. Это едва ли не ключевой фактор, ведь от финансирования зависит состояние гостиничного и транспортного обслуживания туристов. Во-вторых, конечно это завышенные цены. Дорогие гостиницы, транспорт. Неадекватно завышенная цена на низкий сервис. На мой взгляд, транспорт является самым затратным и отпугивающим фактором для туристов, потому что экологический туризм, в частности посещение и прогулка по экологическим тропам национальных парков и заповедниках, требует перемещение на большое расстояние. В-третьих, это отсутствие рекламы экотуризма. В электричках, автобусах, торговых центрах, на автобусных остановках в разных городах, я нигде не встречал рекламный баннер или вывеску с экологическим туром.

Экологический туризм очень важен для нашей страны, а в первую очередь для людей живущей в ней. Природа – это вторая мать человека. Общение с природой дарит радость, человек становится намного добрее, получает силу и эмоции, укрепляет здоровье. Общение с природой необходимо. Нужно понять, что экологический туризм - это общение с природой, воспитание любви к ней, утверждение важности ее защиты.

Таким образом, экологическому туризму нужно уделять намного больше времени, решать существующие проблемы, поддерживать финансово. В последнее время человек наверно забыл, что природа – это жизнь, если не будет природы, то и не будет человека. Человек из года в год все больше воздействует на природу, губит, не бережет ее. К одной из главных задач экологического туризма относят повышение культуры взаимоотношения с природой, экологическое просвещение и воспитание, воспитание чувств личной ответственности каждого за судьбу природы, выработка экологических норм поведения в природной среде. Подводя итог, можно сказать, что в основе экотуризма лежит забота об окружающей среде.

### **Литература**

- 1.Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с.
- 2.Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2014. - 208с.

Мохова А.А.  
*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова*  
*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного*  
*учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет*  
*имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*  
*602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23*  
*E-mail: al.mohova2017@yandex.ru*

### **Тенденции восстановления усадьбы Храповицкого**

Усадьба Храповицкого в деревне Муромцево Владимирской области – крайне редкая достопримечательность для нашей страны, пользующаяся большим спросом среди туристско-любителей. До наших дней замок сохранился, но не в полноценном виде. Усадьба была построена Владимиром Храповицким в конце XIX века. После революции она была национализирована, а разорение ее продолжалось в течение почти ста лет, пока замок не был передан Владимиро-Суздальскому музею-заповеднику [2].

В России такие достопримечательности встречаются очень редко, исключение составляет город Санкт Петербург. Однако, как оказалось, что в 200 километрах от Москвы и 230 километрах от Нижнего Новгорода стоит дворянская усадьба эклектической художественной направленности, которая во многом может превзойти некоторые европейские дворцы и замки. Усадьба графа Храповицкого, точнее то, что от нее осталось, располагается в неприметном селе Муромцево. Изначально, более чем сто лет назад, усадьба состояла из более чем 70 построек дворцово-паркового комплекса. Указом Президента Российской Федерации № 176 от 20.02.1995г. в список памятников культурного наследия усадьбы вошло лишь 20 объектов, получивших статус охраняемых. Однако по-настоящему охраняется (и то лишь дворец) только с 2014 года, по просьбе местных жителей и сотрудников Владимиро-Суздальского музея-заповедника [4].

Замок принимал на себя роль не только усадьбы и места жительства. В 1921 году в замке появляется лесной институт, преобразованный позднее в лесной техникум. В годы Великой Отечественной войны в нем располагался госпиталь. В 1977 году техникум перебирается в современное здание эпохи социального реализма и для замка наступают черные времена: местные жители растаскивают все, что еще можно оторвать, отломать и унести в дом. Потом пара пожаров и от замка мало что осталось [1].

В декабре 2014 года во Владимире обсуждали планы по реставрации усадьбы Храповицкого Владимиро-Суздальским музеем-заповедником. Почти через год 28 октября 2015 года авторский коллектив из Центральных научно-реставрационных проектных мастерских (ЦНРПМ) презентовали концепцию по восстановлению усадьбы. В этой концепции специалисты ЦНРПМ провели научные работы: собрали, систематизировали и проанализировали данные о состоянии усадебных объектов; подготовили рекомендации по их сохранению, “включая предложения по очередности и перечню мероприятий”, в том числе археологических исследований, реставрации архитектурных памятников, восстановления ландшафтов, реконструкции инженерных коммуникаций и технической инфраструктуры усадьбы. Сделаны первичные «укрупнённые» сметные расчёты затрат.

В настоящее время проблема сохранения объектов культурного наследия достаточно актуальна. Термин “сохранение” в Федеральном законе от 25.06.2002 № 73-ФЗ трактуется широко, под ним понимаются ремонтно-реставрационные работы, направленные на обеспечение физической сохранности объекта культурного наследия, в том числе консервация объекта культурного наследия, ремонт памятника, реставрация памятника или ансамбля, приспособление объекта культурного наследия для современного использования, а также научно-исследовательские, изыскательские, проектные и производственные работы, научно-методическое руководство, технический и авторский надзор [5].

Постановлением Правительства РФ от 03.03.2012 № 186 утверждена Федеральная целевая программа “Культура России (2012 – 2018 годы)” [3]. В перечень мероприятий, проводимых в



рамках этой программы, включены и мероприятия по реставрации объектов культурного наследия народов Российской Федерации.

Общие правила проведения работ по сохранению объекта культурного наследия определены в ст. 45 Федерального закона от 25.06.2002 № 73-ФЗ. Данная процедура включает в себя следующие этапы [5]:

- согласование соответствующим органом охраны объектов культурного наследия задания на проведение работ;
- разработка научно-проектной документации и проведение государственной историко-культурной экспертизы;
- получение разрешения на проведение указанных работ, выданных соответствующим органом охраны объектов культурного наследия;
- осуществление контроля за проведением ремонтно-реставрационных работ.

Усадьба входит в перечень объектов исторического и культурного наследия федерального (общероссийского) значения. Полное восстановление усадьбы не целесообразно, можно предложить восстановить небольшую часть замка и открыть музей имени Храповицкого, попытаться восстановить стиль бытовой жизни того времени.

Таким образом, усадьба Храповицкого находится под защитой Владимиро-Суздальского музея-заповедника. В настоящее время вопрос по реставрации еще не решен, но судя по приведенным в данной статье нормативным документам, замок должен сохранить свой внешний вид в неизменном состоянии.

### Литература

1. Муромцево. Усадьба В. С. Храповицкого. / Государственный Владимиро-Суздальский музей-заповедник. — Владимир, 2016. — 17 с.
2. Официальный сайт Владимиро-Суздальского музея-заповедника. – Режим доступа: <http://www.vladmuseum.ru>
3. Постановление Правительства РФ от 03.03.2012 N 186 (ред. от 07.02.2018) "О федеральной целевой программе "Культура России (2012 - 2018 годы)"
4. Свод памятников архитектуры и монументального искусства России. Владимирская область. Ч. 1. — М., 2004
5. Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" от 25.06.2002 N 73-ФЗ

Муравьев К.Д.

*Научный руководитель: д-р техн. наук, профессор Л.И. Шулятьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: alexpozitiv@bk.ru*

### **Теоретические и методологические аспекты обеспечения безопасности в коллективных средствах размещения**

Актуальность данной темы заключается в том, что в следствие большого количества возникновения террористической угрозы, краж необходимо тщательно анализировать и создавать все новые методы обеспечения безопасности гостиниц. Согласно Российскому законодательству каждая гостиница, как хозяйствующий субъект, обязана обеспечить безопасность своих гостей и безопасность сотрудников. Соблюдение нормативно-законодательных норм является основой для обеспечения безопасности в гостинице. Поэтому необходим постоянный контроль за соблюдением требований к безопасности проживающих в гостинице.

Цель исследования: на основе анализа технологии и организации работы по обеспечению безопасности в гостинице разработать предложения по её улучшению.

В соответствии с целью были проведены следующие исследования:

Проведен анализ системы обеспечения безопасности в гостинице в ходе, которого выявлено, что гостиница «Святогор» является одной из самых доступных в городе Муром. Был проведен анализ номерного фонда гостиницы, в ходе анализа выявлено, что заполняемость гостиницы является высокой, однако гости жалуются на малое количество дополнительных услуг и недостаточный уровень безопасности в гостинице. По данным анализа в гостинице установлены необходимые АПС и СОУЭ, в течение года проводятся необходимые проверки по пожарной безопасности и санитарные проверки. В здании отсутствует охрана, отсутствуют сейфы в номерах всех категорий кроме Люкс. Была обоснована необходимость повышения безопасности в гостиничном предприятии, разработаны предложения по повышению безопасности в гостинице «Святогор», которые состоят в следующем: необходимо установить автоматическую спринклерную систему пожаротушения, которая призвана защитить номер от распространения огня, а гостиницу от пожара. Необходимо установить на стекла окон гостиницы защитную пленку, защищающую от ударов, проникновения воров, проникновения пожара, попадания осколков внутрь при ударе об стекло. Рекомендуется приобрести сейфы для хранения имущества постояльцев в номерах гостиницы. Была проанализирована система охранной сигнализации в ходе которой было выявлено, что в гостинице для обнаружения несанкционированного проникновения установлены датчики, устанавливаемые на внешних ограждениях, датчики, охраняющие открытые площадки и так же установлены датчики, сигнализирующие об открывании или разрушении дверей. Данные датчики не всегда способны сработать из за своего устаревшего оборудования и для этого необходимо заменить устаревшее оборудование и совершенствовать технологию охранной сигнализации. Для устранения этой проблемы необходимо купить новое оборудование. В гостинице используется интеллектуальная система разблокировки входов с возможностью открытия выходов для обеспечения эвакуации из здания. Была проанализирована система видеонаблюдения в результате которой было установлено, что в гостинице камеры установлены по периметру здания, на парковках автотранспорта (если таковые есть), в зоне центрального входа, зале регистрации, в крупных холлах, помещениях особой важности, в служебных и подсобных помещениях. Было выявлено, что в гостинице установлено малое количество камер, тем самым это не способствует полному осмотру участков гостинице а так же камеры очень устарели по своему функционалу и не способствуют полному функционированию. Для решения данной проблемы необходимо докупить дополнительное количество камер. Проведен SWOT анализ, в

котором были выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для гостиничного предприятия.

Была проанализирована система пожарной безопасности в гостинице. В процессе анализа было выяснено, что гостинице отсутствуют автономные пожаротушающие модули со встроенными пожарными датчиками. Для решения этой проблемы необходимо поставить автономные модули со встроенными пожарными датчиками.

В гостинице “Святогор” в номерах всех категорий кроме Люкс отсутствуют сейфы. Для повышения безопасности имущества гостей и для создания эмоционального комфорта, который позволит гостям не волноваться, что их вещи находятся вне номера, рекомендуется приобрести номерные электронные сейфы. Анализ системы пожарной сигнализации в гостинице показал, что в гостинице имеется только безадресная противопожарная система, которая показывает только этаж где произошел пожар а не номер комнаты в гостинице. Это способствует не точному указанию номера где произошел пожар и для решения данной проблемы необходимо установить адресную противопожарную систему, которая способна показывать не только этаж где произошел пожар, а так же номер комнаты. Так же был проведен анализ систем визуального звукового оповещения в результате которого было установлено что в гостинице для оповещения используются специализированные громкоговорители, световые табло с фиксированными надписями. Но в данной системе плохо развиты интеллектуальные системы оповещения, формирующие звуковые и визуальные сообщения в зависимости от конкретной ситуации (конкретного места загорания, размеров территории, охваченной огнем, времени, прошедшего с момента возгорания и т. п.), что обеспечивает наибольшую эффективность эвакуации и безопасность. Для решения данной проблемы необходимо установить дополнительные громкоговорители на каждом этаже и проверить датчики на наличие неисправностей в работе.

Таким образом, обеспечение требований по безопасности жизненной деятельности гостиниц минимизирует риск, связанный с испорченным отдыхом туристов, вследствие нарушения их безопасности, применение более совершенного оборудования должно не только обеспечить безопасность гостей, посетителей и персонала, но и повысить экономическую эффективность работы гостиницы. А при творческом подходе к созданию системы безопасности, она способна поднять обслуживание посетителей на мировой уровень.

### Литература

- 1.ГОСТ Р 12.3.047-98 "Система стандартов безопасности труда. Пожарная безопасность технологических процессов. Общие требования. Методы контроля";
- 2.ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;
- 3.Хван Т.А., Хван П.А. Основы безопасности жизнедеятельности. Серия «Учебники и учебные пособия». - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014 - 384 с.;
- 4.Корнеев Н.В., Корнеева Ю.В. Технологии гостиничной деятельности. Учебник. – М.: Академия, 2015. – 288 с.;
- 5.Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов Учебное пособие. - Мн.: Новое знание, 2017. - 216 с.;
- 6.Голов Р.С., Агарков А.П., Голиков А.М., Иванов А.С., Сухов С.В., Голиков С.А. Теория организации. Организация производства: Интегрированное учебное пособие. Издательство: Дашков и К, 2016. -254 с.;
- 7.ГОСТ Р ИСО 22000-2007. Системы менеджмента безопасности пищевой продукции требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции;

Никитина Н.В.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: dosya0407@gmail.com*

### **Перспективные направления развития культурно-познавательного туризма в России**

Популярность туризма стала набирать обороты в XX веке. Страны стремительно развивались, поощряя интерес к новым технологиям и к имеющимся культурным благам. Даже академик Лихачёв Д. С. отмечал, что сохранность жизни человека – его наследие – не менее важна, чем биологическая среда [4]. Но всё-таки по-настоящему распространённой культурно-познавательная отрасль стала лишь к началу XXI века. В России её развитие до сих пор затрудняют проблемы с въездным и внутренним видами туризма. Не говоря о необходимости поиска национальной идеи: для создания прочной базы мало наличия культурных достояний, потребуется как минимум изучить историю их возникновения.

Тем не менее популяризация происходит за счёт развития транспорта, расширения межрегиональных и международных контактов, а также совершенствование туристической отрасли во всём мире [2]. В настоящее время культурно-познавательный туризм признан, как наиболее перспективное направление в сфере духовного образования и культурного отдыха. Что неспроста, из всего многообразия только он способен, помимо впечатлений, показать путешественнику нечто новое и интересное: знакомство с культурой, бытом и обычаями народов. Тут стоит подчеркнуть, что подобные знания могут нести в себе как духовную, так и практическую пользу, вырабатывая уважение к чужой культуре и взаимопонимание между людьми.

К сожалению, лишь малое количество путешественников осведомлено о существовании уникальных памятников в разных уголках России. Хотя только за последние несколько десятков лет были обнаружены находки самых различных эпох, начиная от палеолита и заканчивая Средневековьем. Есть среди них такие, эстетичность которых не уступает с известными мировыми достопримечательностями – они вполне способны дать толчок для зарождения туризма на отдалённых территориях. Внедрение подобных ценностей в общий туристский оборот окажет значительную помощь в развитии отрасли.

Культурно-познавательный туризм должен соответствовать двум особенностям:

1) Активность туриста – он может самостоятельно выбрать маршрут из предлагаемого или пройти его по своему усмотрению.

2) Атмосферность - упор идёт не на отдельные достопримечательности, а охватывает всё разом, создавая целостную картину культурного наследия.

Но к основным объектам при этом по-прежнему относятся исторические, культурные, спортивные, религиозные, археологические или природные памятники. В то же время исследователь Горбунова М. Ю. в качестве главных факторов выделяла клиентов-туристов и организации, предоставляющие доступ к готовым турам [1]. Они, в свою очередь, могут быть представлены в качестве:

— стационарных – экскурсии в черте населённого пункта (места праздника, достопримечательности);

— маршрутных – комплексные туры, подразумевающие путешествия.

Большинство проектов культурно-познавательного туризма могут быть представлены комплексом, сочетающим в себе посещение:

1) археологических, исторических и природных памятников;

2) архитектурных и технических сооружений;

3) исторических городов;

4) самобытных поселений;

5) мест культурного отдыха – театр, галерея, музей и др.

Отдельно стоит отметить одно из популярных ответвлений – развлекательный и событийный туризм. Они, кроме прочего, способны включать в себя элементы театрализации, интерактивность или прямое участие в уникальных праздниках, торжествах и даже обычаях местного народа. Это не единственное направление, разные пожелания туристов способствуют формированию направлений узких тематик: милитари-туры, фототуры, винные, свадебные, экологические и многие другие.

Но состояние туризма конкретно в России оставляет желать лучшего. Являясь обладателем большого культурного наследия, активность туристической деятельности занимает лишь малую часть от мирового объёма. И у этого есть целый ряд причин, из которых выделяются:

- 1) слабая управленческая структура русского туризма;
- 2) несоответствие параметрам: цена – качество;
- 3) низкие доходы граждан.

К основным проблемам, мешающим развитию культурно-познавательного отдыха в России, также можно отнести отсутствие желания или возможностей у государства и туристических организаций взять дело «в свои руки». Многие из достопримечательностей всеми забыты или нуждаются в серьёзной реконструкции перед эксплуатацией. Интересные экспонаты пылятся на дальних полках музеев, а природные заповедники тихо гибнут, отступая в историю. Поэтому важным моментом является не только введение в отрасль новых памятников культуры, но и сохранение уже имеющихся.

При должном развитии культурно-познавательный туризм способен сыграть значительную роль для России. Это не только источник доходов или постоянного притока туристов – направление способствует сохранению и приумножению культурного наследия и просвещает подрастающее поколение, вызывая интерес к родной истории.

### **Литература**

1. Горбунова М.Ю. Организационные основания культурного туризма // Проблемы и перспективы развития культурного туризма. – Саратов, 2010.
2. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме // <http://tjurlib/net>.
3. Ковалев Г.Д. Основы инновационного менеджмента. – М., 2009.
4. Лихачев Д.С. Раздумья о России. – СПб., 2009.

Овсянникова О.Д.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: olgaovsiannikova98@gmail.com*

### **Историко-познавательный туризм – как возможность приобщения современного человека к истории своей страны**

В настоящее время историко-познавательный туризм является одним из наиболее популярных видов, который совмещает отдых с удовлетворением исторических и познавательных потребностей туриста. К объектам данного вида туризма можно отнести театры, музеи, галереи, памятники истории, села, усадьбы общественных деятелей.

Историко-познавательный туризм - возможность ознакомиться с историей и культурой другого города. Независимо от тематики тура, все историко-познавательные программы способствуют расширению познания и словом, и непосредственной демонстрацией уникальных памятников другой культуры. Это постижение самих себя через прикосновение к существующим ныне памятникам как минувших эпох, так и современности.

По мнению известного доктора экономических наук Балабанова, И.Т историко-познавательный туризм рассматривается как наилучший способ знакомства с другой культурой. Гуманитарное значение туризма заключается в использовании его возможностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта знаний. Стремление к знанию всегда было неотъемлемой чертой человека. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа - одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм. Увидеть мир своими глазами, услышать, ощутить - важные части восстановительной функции туризма, они несут в себе большой гуманитарный потенциал. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что туризм способствует реализации саморазвития человека и рекреации, путем отдыха и путешествия.

В своих трудах Романов А.А. ввел понятие историко-познавательного туризма как наглядное ознакомление с вещественными памятниками истории и культуры, расположенными в исторически сложившейся или искусственной (музейная экспозиция) среде, в целях изучения прошлого человеческого общества, проходящее по определенному маршруту, под руководством подготовленного лица.

Россия очень многогранна в плане туризма и обладает разнообразными туристскими ресурсами, такими как: богатейшая история, необъятное культурно-историческое наследие, которое нашло свое призвание во всем мире и привлекает большое количество туристов. Процесс глобализации реализует идею массовости туристского потока, способствуя обогащению путешественников знаниями по истории, культуре и традициям. Во многих странах данная отрасль является одно из самых перспективных в экономике.

Историко-познавательный туризм - является одним из основных видов туризма в современной индустрии отдыха. Его особенностью является то, что помимо ознакомления с историко-культурными достопримечательностями, в него можно включить экскурсии в музеи, театры, фестивали, а также контакты с местными жителями, что очень интересно и способствует привлечению клиентов.

### **Литература**

1. Балабанова И.Т. – Экономика туризма. Учебное пособие. – Финансы и статистика. 2013г.
2. Романов А.А. – География туризма 2014г.
3. Качмарек Я., Стасяк А., Волдырник Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. – М.: Юнити, 2012.

Овсянникова О.Д., Гришина А.П.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.И. Пугина*

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*

*602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23 E-mail:  
olgaovsiannikova98@gmail.com*

### **К вопросу об экономическом содержании ценообразования в туризме**

В настоящее время одно из первых мест среди показателей туристского бизнеса принадлежит ценам, в которых отражаются все стороны экономической деятельности туристских организаций. В современных условиях хозяйствования цена служит связующим звеном между продавцом и покупателем туристских продуктов и услуг. Цена обеспечивает механизм равновесия между спросом и предложением.

Актуальность данной статьи заключается в том, что необходимо учитывать, что в современных условиях глобальной конкуренции и стремительного появления новых технологий, роста требований потребителей к качеству туристского продукта цена на туристский продукт является основным фактором, определяющим успех фирм на рынке.

Ценообразование – процесс, который определяет цели формирования цен, модель цены, способы и методы формирования цены [3]. Цена – денежное выражение стоимости товара.

Рассмотрим основные функции цены [1].

Во-первых, цена выполняет измерительную функцию. Суть ее в том, что цена измеряет количество денег, которые покупатель должен уплатить за товар, а продавец получить.

Во-вторых, выполняет учетную функцию. С помощью цены товары из натуральной вещественной формы переводятся в денежную оценку. С помощью цены вычисляются все стоимостные показатели на микро и макроуровне (ВВП, национальный доход).

В-третьих, выполняет регулирующую функцию. Цена инструмент регулирования экономических процессов, уравнивает спрос и предложение.

В-четвертых, выполняет стимулирующую функцию. Цена стимулирует производителя через уровень заключенной в ней прибыли.

Заключительная функция перераспределительная. С помощью цены осуществляется распределение и перераспределение доходов между отраслями и предприятиями [2].

Купля-продажа туристских услуг – это есть факт признания потребителями общественной ценности услуги. Поскольку общественная ценность услуг постоянно изменяется (в силу объективных и субъективных причин), то и цена услуг, соответственно, находится в постоянном движении.

Однако, и спрос, и предложение на рынке услуг являются результатом множества сложнейших процессов. Поэтому адекватное природе рыночной экономики регулирование цен требует не непосредственного регулирования ими, а опосредованного воздействия на цены через регулирование тех факторов, которые влияют на спрос и предложение. Очевидно так же и то, что и цены активно воздействуют на спрос и предложение услуг в том числе.

Таким образом, образование «равновесной цены» на рынке услуг (когда спрос сопоставим предложению) является на практике самым сложным вопросом экономической теории.

Следует отметить, что наряду с товарами сектор услуг в мировой торговле является довольно существенным – в том числе путешествия (туризм) и деловые поездки. Данные услуги являются нетоварными коммерческими сделками. В последнее время их доля и роль в международном обмене существенно возросли, в том числе за счёт освоения новых территорий (маршрутов) для туристических целей.

Предоставление услуги иностранному партнёру во многих случаях предполагает территориальную близость поставщика к потребителю и обычно осуществляется через учреждения коммерческого присутствия (дочерние компании, филиалы, представительства и т.д.) в той стране, где существует (или возможен) спрос на данную услугу. Другой вариант –

перемещения потребителя услуги (покупателя) в страну размещения учреждения или предприятия, её представляющего (к примеру, туризм, лечение, образование за рубежом и т.д.).

Таким образом можно прийти к выводу что цена является не только неотъемлемой частью турбизнеса в России, но и туристической индустрии во всем мире. И играет одну из главных ролей в ценовой политике между турфирмами.

### **Литература**

1. Есипов Е.В. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. 3-е изд. - СПб: Питер. 2012г. - 464 с.
2. Салимжанова И.К. Цены и ценообразование: М.: ЗАО Финстатинформ. 2013 - 304 с.
3. Маховикова Г.А. Ценообразование: Юрайт. 2014 - 463 с.



Потапова А.М.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: potapovaarinam@mail.ru*

### **Экологический туризм как направление развития туристско-рекреационного потенциала Нижегородской области**

Туризм играет большую роль в экономике многих стран, помогая решать проблемы социального развития регионов. Особое место в туристской индустрии стран занимает экологический туризм (экотуризм). Сейчас во всем мире наблюдается тенденция в развитии этого сектора туристской отрасли. По оценкам экспертов, около 20% мирового туризма приходится на это направление.

Всемирная туристская организация (ВТО) дала следующее определение экологическому туризму – все формы и виды туризма, при которых главной мотивацией туриста к совершению путешествия является наблюдение и общение с природой и которые способствуют сохранению окружающей среды, культурного и природного наследия, оказывая на них минимальное воздействие [1].

Россия — это страна, обладающая мощнейшим природным потенциалом, она является достаточно привлекательной для проведения экологических туров и экскурсий. Также здесь сохранилось значительное количество территории с традиционными формами хозяйствования, которые имеют большую эколого-культурную привлекательность. По данным Министерства природных ресурсов и экологии РФ, поток экологических туристов в национальных парках и заповедниках России к концу года может составить более 10 млн человек. Так же по данным статистики, с 2011 года туристический поток увеличился примерно в 2 раза.

На территории Российской Федерации расположены 103 государственных природных заповедника, 50 национальных парков и 61 государственный природный заказник, которые вместе занимают примерно 3% от всей площади территории Российской Федерации. До конца 2020 года государством запланировано создание еще 2 федеральных заказников, 9 заповедников и 12 национальных парков.

Тенденции в развитии экологического туризма в Нижегородской области в последние годы увеличиваются. С каждым годом возникает все больше экологических туров и экскурсий в заповедные места. Объем туристских услуг в регионе вырос на треть в последние несколько лет. Как считают представители законодательного собрания Нижегородской области, сфера развивается за счет новых экологических туров. Но даже с такими показателями их до сих пор недостаточно.

По расчетам министерства поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области, к 2020 году туристический поток в Нижегородской области должен достигнуть около 2 млн. человек в год, по сравнению с данными на текущий и предыдущий год, что составляет 650 тыс. человек) [2].

В настоящее время на территории Нижегородской области должны появиться несколько природных парков, на территориях которых нужно с помощью административного и финансового ресурса обеспечить определенный режим, позволяющий сделать эти территории интересными для посетителей. Должны быть созданы кемпинги, экологические маршруты, объекты показа, связанные с природой, чтобы помочь человеку не только отдохнуть, но и узнать нечто новое, почувствовать, что он часть природы, повысить уровень экологической культуры – как свой, так и своих детей.

Выксунский округ на недавнем выездном заседании рабочей группы комитета Законодательного собрания по экологии и природопользованию выдвинул две территории для создания федеральных объектов: памятник природы в районе озера Витерево и заказник у реки Оки возле «Лазурного» и в направлении от Нижней Вереи, Пристанского до Озёрного. И

представители группы прекрасно понимают настоятельную необходимость их образования в Выксунском округе. Это для него жизненно важно, учитывая пожары 2010 года, наличие металлургического центра. Выкса по приоритетности – в первой тройке претендентов на создание таких ООПТ. У округа есть шансы на вхождение охранных территорий в статус федеральных: обширная лесная площадь, большая численность животных и птиц, занесённых в Красную книгу.

В настоящее время в округе готовится пошаговый план работы, чтобы в период с 2018-го по 2030 год суметь организовать ООПТ федерального статуса на двух вышеобозначенных территориях [3].

Следуя развитию экологического туризма в стране, актуально предложить проект экскурсии экологической направленности по городскому округу города Выкса. Он включает в себя посещение памятников природы, в том числе и тех, которые только планируется зарегистрировать. Данная экскурсия имеет ценность как для общего развития туризма в Выксе, так и для развития экологии, экологического образования и просвещения.

### **Литература**

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
2. Постановление от 4 октября 2011 года № 797 Об утверждении областной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области в 2012-2016 годах"
3. <http://vr-vyksa.ru/ekologiya/prirode-vyksy-nuzhen-federalnyj-status/> [Электронный ресурс]

Потехина О.С.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: ptkhnl@mail.ru*

### **Управление качеством услуг в сфере гостиничного бизнеса**

За последние несколько десятилетий гостиничная индустрия изменилась до неузнаваемости. Сегодня, как никогда, имеются большие возможности для успеха и провала в этой области. Современные потребители ожидают высоких стандартов обслуживания в гостинице. Все это ставит перед руководством гостиничных компаний, основной упор которых до недавнего времени был на оперативное управление производством, новым задачам.

Одно из главных мест в гостиничной индустрии – бизнес, диапазон которого широк и разнообразен и охватывает элементы, связанные с секторами индустрии питания, отдыха, развлечений и других аспектов. В соответствии с этим, гостиничный бизнес имеет самую разнообразную и широкую структуру организации, чем другие области и отрасли промышленности. Любой гостиничный бизнес привлекает и удерживает клиентов, обеспечивая определенные условия и стандарты обслуживания, что с самого начала были привлекательными для клиентов и гостей.

Эти стандарты закреплены классификаторами, разработанные предпринимательскими ассоциациями или соответствующими государственными органами. Существуют различные и определенные подходы к интерпретации качества обслуживания. Первую концепцию качества можно интерпретировать как определенный набор свойств и характеристик услуг, которые отвечают запросам потребителей. В соответствии с ГОСТ РФ «Услуги населению. Термины и определения», качество услуги - это определенный набор характеристик услуг, которые определяют способность этой услуги полностью соответствовать намеченным или установленным запросам потребителя [1].

Для определения качества услуги и средства размещения существует еще один важный аспект, связанный с его фундаментальной характеристикой – безопасность.

В нашей стране нет такой рекламы, которая бы не говорила, что предлагаемые продукты или услуги имеют высочайшее качество. Никогда прежде предприятия обслуживания не были так обеспокоены качеством товаров и услуг. Это связано с тем, что качество оказывает самое большое влияние на жизнеспособность предприятий обслуживания. История многих современных корпораций индустрии гостеприимства доказывает, что именно качество позволило достичь лидирующих позиций в этой области.

Качество является одной из фундаментальных категорий, определяющих образ жизни, социально – экономические основы человеческого и социального развития. Качество является важным инструментом в борьбе на рынке сбыта [2].

Предоставляя услуги, свойственные своей специфике, предприятия выполняют важные функции в сфере обслуживания населения нашей страны и иностранных граждан, предоставляя им временное жилье и персональные услуги. Для этого используются материально-технические средства, такие как здания, оборудование и инвентарь.

При предоставлении услуг производство и потребление взаимосвязаны. Без активного сотрудничества сторон производство невозможно.

В управлении качеством обслуживания важнейшей задачей является определение правильного уровня потребительских ожиданий. Если установленный уровень ожиданий слишком низок, потребители будут удовлетворены, но достаточное количество будет трудно привлечь. Напротив, если ожидания будут слишком высокими, потребители будут разочарованы.

Чтобы выиграть в конкуренции, компания должна сосредоточиться на высоком уровне качества, потому что только довольные потребители могут легко заменить поставщика с появлением лучшего предложения.

Основные характеристики услуг и проблемы управления.

1. Неосвязаемость - трудности в предоставлении стандартных образцов: приобретение услуг связано с риском для потребителя.

2. Участие потребителя - потребители вовлечены в процессе предоставления услуг: усложнение управления качеством.

3. Единство процессов доставки и потребления - вовлечение групп потребителей в процесс обслуживания: проблема контроля.

4. Непрерывность предоставления услуг и их потребления - предприятие, оказывающее услуги, представляет его персонал: восприятие поставщика определяется отношением потребителя к его сотрудникам [4].

5. Непостоянство качества - стандартизация услуг затруднена из-за наличия функционального компонента их качества, определяемого действиями персонала.

6. Несохраняемость - невозможность хранения и накопления услуг.

Вопросы обеспечения надлежащего качества услуг были актуальны во все времена, но особую актуальность они приобрели в период становления и активного развития рыночных отношений [5].

Управление качеством должно включать в себя системы управления в гостиничном холдинге, которые контролируют организацию и предоставление услуг:

-система найма и подготовки кадров, необходимая для организации. Администрация гостиничного комплекса должна организовать услуги по подбору персонала для сотрудников, обладающих знаниями, умениями и навыками для оказания качественных услуг, а также постоянно заботиться о повышении квалификации имеющегося персонала;

-система контроля над стандартизацией и качеством предоставления услуг в гостиницах. При изучении стандартов обслуживания гостиничных комплексов владельцы этих предприятий и их менеджеры должны четко понимать и представлять идею, которую они хотят передать своим клиентам. Стандарты не должны иметь строгих требований и быть гибкими в отношении пожеланий и требований постоянных клиентов. В конце концов, стандарты подразумевают не только правильную технику, но и добросовестное отношение персонала к гостям и их обязанностям;

-система мониторинга в удовлетворении потребностей клиентов, на основании анализа книги жалоб и предложений клиентов, сравнения качества услуг фирм-конкурентов с качеством собственных услуг. Администрация гостиницы может использовать книгу жалоб как очень ценный источник информации, чтобы сформировать свои преимущества перед конкурирующими фирмами из-за жалоб, которые прокладывают путь для улучшения и удовлетворения недовольных клиентов.

Поэтому образцовая гостиница и характеризуется системой стратегического планирования и стремлением управленческого аппарата к повышению качества предоставляемых услуг, высочайшими стандартами обслуживания и системой контроля в предоставлении услуг и удовлетворения жалоб недобросовестных клиентов.

Роль и значение качества постоянно возрастает под влиянием развития технологий и потребностей человека. Главной отличительной чертой услуг является их нематериальный характер. Это главная проблема. Потребители привыкли иметь дело с материальными вещами и боятся, что они не смогут прикоснуться к ним. Основная задача предприятий – предоставление потребителям ощутимых доказательств высокого качества услуг и преимуществ, а также выгоды для потребителя, если услуга будет использована.

## Литература

1.Сенин В.С., Денисенко А. В. Гостиничный бизнес: Учеб. Пособие - М: Финансы и статистика, 2008.

2.Мазур И.И. Управление качеством: Учеб. пособие. - М., 2006.

3.Огвоздин В.Ю. Управление качеством: основы теории и практики. - М.: Дело и Сервис, 2006.

4.Окрепилов В.В. Управление качеством. - М.: Экономика, 2005.

5.Скобкин С.С. Как создать систему качества услуг в гостинице. Журнал - М.: Парад отелей 2005 № 5

Потехина Т.С.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: potehina1996tanya@mail.ru*

### **Роль средств размещения в туристском бизнесе**

Роль средств размещения в туризме, несомненно, велика. Размещение занимает центральное место в комплексе услуг, предоставляемых туристам во время поездки, и являются неотъемлемой частью каждого тура.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в РФ» №132, «туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта» [4]. Отсюда следует, что услуга размещения является важным аспектом организованного туризма и входит в комплекс основных услуг турпродукта, осуществляя при этом важнейшую физиологическую потребность человека – потребность во сне.

Размещение является самым важным элементом туризма. Нет размещения – нет туризма. Это непреложный и жесткий спрос на экономику любого туристического региона или центра, стремящегося получить солидный и значительный доход от приема туристов и эксплуатации своих туристических ресурсов. Гостиничная индустрия суть системы гостеприимства. Это происходит из самых старых традиций, присущих почти любому социальному формированию в истории человечества – уважение к гостю, торжества его приема [1].

Современный комплекс средств размещения предоставляет не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионных услуг, медицинских, спортивных услуг, услуг салона красоты и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма, конкурентоспособного в глобальной системе туристского бизнеса. Все разновидности объектов размещения объединяет то, что они предоставляют услуги по размещению и обслуживанию туристов.

Сегодня индустрия гостеприимства является самой мощной экономической системой в регионе или туристическом центре и является важным компонентом экономики туризма. Индустрия гостеприимства состоит из различных средств коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные hostels и общежития, апартаменты, туристические хутора, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

С 2000-го года численность официально зарегистрированных средств размещения в Российской Федерации увеличилось более чем на 200 процентов. В то же время это было соединено преимущественно с отелями и подобными средствами размещения (+54%), а число специальных средств размещения пребывает в глубочайшей стагнации. Что касается небольшого повышения, было замечено исключительно в 2015 году, хотя в 2016 году опять надлежит понижение (рис. 1). Внезапное повышение количества средств размещения на территории Российской Федерации наблюдается в основном за прошедшее 7 лет. Более очевидный скачок числа объектов размещения имеется в 2015 году. Прирост составил практически 30%. Данное сначала связано с деянием властей в сфере законодательства гостиничного бизнеса, а конкретно с присвоением категорий небольшим средствам размещения, но не строительством и вводом в эксплуатацию новейших.

По достоверным сведениям Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) в текущее время численность объектов коллективных средств размещения в РФ за период январь-сентябрь 2017 года составляет 20730, вместе с тем за период январь-март такого же года их насчитывалось исключительно 15170.

В соответствии с темпами развития туристической индустрии, также развивается рынок средств размещения. Для любых туристов (со средним достатком, ниже и выше среднего)

требуются различные средства размещения, с обязательным набором необходимых услуг для клиента, как проживания и питания, а также предоставление различных услуг по месту пребывания. Уровень благосостояния туристов разный, поэтому необходимо предоставить жилье по разным уровням цен, но туристы нуждаются в качественном обслуживании, уюте и комфорте.



Рис.1 – Динамика количества средств размещения в РФ, ед.

Гостиничный бизнес перспективен как минимум по нескольким причинам. Во-первых, в нашей стране наблюдается рост деловой активности, что, как правило, неизбежно приводит к росту так называемого «делового туризма», не только внутреннего, но и въездного. Во-вторых, как показывает мировая практика, увеличение доходов приводит к тому, что люди больше путешествуют (включая и по своей стране), а это значит, что они останавливаются в гостиницах. Наконец, в-третьих, страна, объявившая о своей интеграции в европейские структуры, постепенно становится понятной для европейцев (в данном случае – европейских туристов) понятнее, а значит и более привлекательной [2].

Соответственно, уровень конкуренции между средствами размещения также увеличивается. Гостиницы должны постоянно уделять большое внимание продвижению своих услуг. Если этого не делать, самый удобный и в то же время дорогой отель никогда не будет востребован у посетителей. В настоящее время, при успешной работе средства размещения, хорошо играет продуманная рекламная стратегия. От того насколько грамотно проведен маркетинговый анализ, как позиционируется средство размещения, какие используются инструменты продвижения зависит и эффективность деятельности гостиницы [3].

Можно сформулировать следующий вывод. Одним из главных факторов успеха индустрии туризма конкретного региона является наличие средств размещения на этой территории. Средства размещения определяют, сколько и какого уровня туристы приедут в регион. Даже при наличии уникальных и зрелищных туристических достопримечательностей в регионе не поедут туристы без надлежащих условий размещения.

### Литература

1. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – Москва: КноРус, 2016. – 165 с
2. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие / Д. Г. Брашнов. – М.: Альфа-М, 2012. – 224 с.
3. Гостиницы и их роль в развитии туризма – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/lojko6-2.htm](http://tourlib.net/books_tourism/lojko6-2.htm)
4. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

Пчелин А.М.

*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: kasperk\_gk@mail.ru*

### **Основные проблемы развития экстремального туризма**

Экстремальный туризм становится популярным на всей планете. Все больше его сторонников стремятся увидеть прелести подводного мира, промчаться по склону на лыжах или сноуборде и даже прыгнуть с парашютом или пролететь на дельтаплане. В Европе данный сегмент туризма начал свое стремительное развитие и становится более массовым в конце 1980-х - начале 1990-х гг. В России - с середины 1990-х. Невзирая на то, что экстремальный туризм из года в год становится все более популярным, люди в основном предпочитают такие, по прежнему популярные виды туризма, как экскурсионный, религиозный, пляжный и др. Причиной является то, что подавляющее большинство людей не подозревает, что в себя включает экстремальный туризм, куда можно поехать и насколько это безопасно.

В России, по сравнению с Европой, экстремальный туризм менее развит. Тем не менее, активные виды отдыха приобретают все большую популярность среди обычных туристов. Особенно популярным стали дайвинг, трекинг, рафтинг, серфинг. Прыжки с парашютов один из самых экстремальных видов. Дайвинг затягивает. Он опасен и увлекателен. Он моден. Парашютистам и горнолыжникам приходится потесниться - число дайверов в России и во всем мире стремительно растет. Сами дайверы уверены, что лучшего отдыха, чем погружение на некоторое время в морскую или пресную воду, нет [1].

При рассмотрении этого вида, как сегмента внутреннего туризма, можно прийти к выводу, что на уровне других государств, в России этот вид туризма значительно менее популярен и соответственно, менее развит. Это происходит из-за множества различных причин и факторов, но все их можно разделить на две категории:

- непопулярность направления как вида бизнеса;
- слабое развитие инфраструктуры.

В России на долю всех туристских услуг приходится всего 1,6% от общего объема платных услуг, оказанных населению, а число услуг в сфере экстремального туризма не превышает 0,1-0,3% [2]. Это наглядный показатель непопулярности данного вида предпринимательства. Причинами этого явления могут быть: отсутствие предложений в данном сегменте, неэффективная политика государства, непродуктивная модель туристских предприятий.

Важным звеном в этом разделе являются коллективные средства размещения, т.к. большинство наиболее популярных видов экстремального туризма, таких, как дайвинг, серфинг, большинство водных, парашютных, лыжных и других видов экстремального туризма, предусматривают размещение в гостиницах. В наиболее перспективных регионах для развития экстремального туризма, количество гостиниц очень мало, что в свою очередь затрудняет развитие этого сегмента.

Таким образом, для развития экстремального туризма на территории России необходимо организовать поддержку бизнесу в данной отрасли, стабильное развитие инфраструктуры и популяризацию внутреннего экстремального туризма путем повышения качества обслуживания.

### **Литература**

1. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности: учебное пособие - 2-е издание - М.: Нолидж, 2008. - 312 с.
2. Росстат / интернет-сервис / <http://www.gks.ru>



Романова Е.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: romanowa.1997@mail.ru*

### **Разработка спортивного тура «Волшебное место» на о. Байкал**

Туризм представляет собой разновидность экономической деятельности, на протяжении уже многих лет являющейся одной из растущих наиболее быстрыми темпами.

Спортивный туризм является одним из видов туризма, во время которого туристы преодолевают различные препятствия и барьеры во время тура. Туры могут быть пешие, конные, водные и т.д. Различные трудности в виде ущелий, гор, болот и других природных препятствий насыщают путешествие адреналином и придают ему изюминку.

По А.В. Бабкину, «спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как «специальные виды туризма» нас интересует любительский туризм, который можно подразделить следующим образом: зимние и летние, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта» [1, с. 119].

Данный вид туризма относится, прежде всего, к людям, которые предпочитают активное времяпрепровождение на природе. Для того чтобы преодолеть туристский маршрут необходимо быть не только сильным, смелым и упорным, но и владеть широким набором специальных знаний от техники преодоления препятствий до физиологии человека в экстремальных условиях. В сравнении с обычным путешествием спортивное представляет собой набор классифицированных по сложности препятствий. Как правило, в горном и лыжном туризме такими препятствиями являются горные вершины и перевалы, а в водном туризме - речные пороги. Классифицированные препятствия составляют основу методики сравнения путешествий по их сложности [3].

Основным потребителем спортивного туризма является группа потребителей, состоящая из обычных людей (непрофессиональных спортсменов), желающих во время путешествия заниматься выбранным видом спорта и поручающих организацию этого туристским фирмам и предприятиям [2, с. 288].

Приобщение к природе поможет им более чутко понимать насколько хрупкой является окружающая среда, и, насколько сильно, она нуждается в защите, прежде всего, от самого человека.

Предлагаемый проект «Волшебное место» предназначен для категории граждан со средним достатком, так как является приемлемым для большинства населения. Его можно охарактеризовать как спортивный тур.

Проект содержит конкретные требования по обеспечению безопасности тура, минимизации рисков для туристов и их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды.

В данном туре предлагается посетить: реки, озера, так же гору Ехо Ёрдо. Тур располагает множеством объектов показа, но все же сможет удивить своими необычными глубинами даже самого скептического туриста. Полученные в ходе обширных экскурсий знания расширят кругозор туристов, обогатят их внутренний, духовный мир.

Он будет интересен студентам и взрослым людям, желающим совершить путешествие по Байкалу. Полученные в ходе обширных экскурсий знания расширят кругозор туристов, обогатят их внутренний, духовный мир. У данного туристского продукта небольшое количество конкурентов на рынке.

Целью данного тура являются непревзойденные впечатления от рыбалки на Байкале, но и посещение наибольшего количества популярных мест близ знаменитого озера.

Задачи:

- 1) Дать туристам понять, что такое спортивный туризм;
- 2) Преодолеть водные препятствия, при этом осмотрев памятники природы, рыбалка.

На сегодняшний день водный туризм является одним из самых популярных и быстрорастущих сегментов международного туристского рынка, обладающих значительным инвестиционным потенциалом, исходя из природных особенностей, постоянно увеличивающегося спроса и, как следствие, экономических результатов, которые достигаются в данном виде бизнеса.

Туристический продукт «Волшебное место» рассчитан на 7 дней/6 ночей. В программу входит прокат инвентаря, питание, проживание, трансферты по программе тура, экскурсионно-инструкторское сопровождение.

Объектами показа туристского маршрута являются:

- 1) Озера: о. Байкал, о. Ольхон, о. Огой;
- 2) Реки: Сарма, Ульзыха;
- 3) Нерпинарий, историко-краеведческий музей, Буддийская ступа, краеведческий музей;
- 4) Малое море;
- 5) Гора Ехо Ёрдо.

Таким образом, туристский продукт «Волшебное место» рассчитан на лиц в возрасте от 20 до 45 лет. У данного турпродукта небольшое количество конкурентов на рынке. В силу того, что туристский продукт «Волшебное место» располагается на всемирно известном исторически и своей культурой региона, а именно о. Байкал и рядом находящиеся с ним озера, он имеет все шансы быть востребованным на туристском рынке. Участие в спортивном туре сопровождается значительным психическим, эмоциональным и физическим напряжением, что сможет улучшить психофизиологическое состояние участников тура.

#### **Литература**

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. Ростов-на/Д., 2008. - 119с.
2. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: Учебник. М.: Финансы и статистика. 2005. – 288с.
3. Электронный ресурс. – Спортивные маршруты. Спортивный туризм, классификация, виды спортивных маршрутов - <http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/sportivnye-marshruty.html>

Скалкина А.А.

*Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: skalkina\_152@mail.ru*

### **Культурно-познавательный туризм: один из элементов туристского интереса**

С середины 90-х в России резко возросла популярность культурно-познавательного туризма. Этот вид туризма направлен на просвещение и воспитание. Культурно-познавательный туризм имеет дело с двумя важнейшими составляющими: природным и культурным наследием. Это исторические города и поселения, памятники архитектуры, археологические раскопки, музеи разных типов, ремесла, праздники, традиционная народная кухня, культурный и природный ландшафт. Сохранение культурного наследия играет важную роль в развитии туризма регионов. Оно имеет значение не только для ознакомления с культурой других народов, но и для воспитания молодого поколения, поддержания в них национального самосознания, любви к своей земле, культуре, языку и т.д.

Культурно-познавательный туризм занимает особое место. Этот вид туризма выделяется в особое направление, которое характеризуется целевым назначением и обеспечением туристического маршрута соответствующими программами обслуживания. Следует также обратить внимание на тот факт, что, как правило, в качестве одной из составляющих в программу поездки включаются экскурсии, посещение музеев, достопримечательностей, памятных мест, в общем, знакомство с тем, что принято обозначать как «наследие».

Культурно-познавательный туризм позволяет развивать внутренний мир человека, расширяет его кругозор, путешественник имеет возможность познакомиться с представителями различных культур, этническим наследием 5 разных народов. Так, исследователи Н.В.Анчукина и О.С.Москвина дают следующее его определение: «культурно-познавательный туризм представляет собой путешествия с целью ознакомления с культурно- историческими и архитектурными ценностями региона, а также с местными традициями и изделиями народных промыслов»

Любой вид туризма так или иначе соприкасается с культурой, поскольку в течение всего путешествия человек испытывает влияние непривычной социокультурной среды, то есть речь идет о культурном воздействии: «влияние, которое туризм оказывает на материальную и духовную сферы деятельности человека и, прежде всего, на его систему ценностей...»

Сохранение культурного наследия есть не только благодарная память о прошлом, но и надежное основание духовно наполненной и осмысленной жизни следующего поколения. Культурные ценности становятся важнейшим фактором оценки прошлого. Их богатство и многообразие способствуют пониманию культуры, развитию диалога поколений. Творение и освоение культурного наследия позволяют человеку ощутить себя в потоке исторического времени, осознать связь прошлого, настоящего и будущего. И поэтому «разрушение культурных основ человеческой жизни влечет за собой деградацию духовную, а соответственно и гибель человека как социально- культурного феномена»

Таким образом, культурное наследие является своего рода исторической инфраструктурой - историко-культурной средой. Историко- культурная среда, с одной стороны, выступает как природное пространство, с другой - «вещественное», освоенное социокультурное пространство (исторические поселения, исторический центр города).

Из этого следует, что культурное наследие для туриста является именно тем процессом, в котором происходит освоение многомерного социокультурного опыта, то есть представлений, символов, традиций, стереотипов и образцов деятельности. Они позволяют понять ту картину мира, которая присуща данному конкретному социуму, удовлетворить чувство культурной идентичности стране, народу, государству, нации, конфессиональной или какой-либо другой социальной общности, сформулировать национальное самосознание.

### Литература

1. Афанасьев О.Е. Этапы развития сферы туристских услуг в Крыму // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т.9. №1. С. 5-13. DOI: 10.12737/7901.
2. Александрова А.Ю. География международного туризма. – М.: Кнорус. 2008. – 470 с.
3. Герд В.А. Экскурсионное дело. – М.: Прогресс, 2009. – 245 с.

Фадеева Н.Ю.

*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: econot\_mened@mail.ru*

### **Основные принципы развития горнолыжного туризма в России**

Туризм играет важную роль в развитии практически всех основных отраслей экономики, являясь, катализатором социально-экономического развития.

На сегодняшний день, отрасль туризма ассоциируется с источником валютных поступлений, приумножением международных контактов, предоставлением новых рабочих мест. При этом наблюдается рост интереса к горнолыжному туризму.

Отрицательным аспектом развития туризма в горных регионах является то, что все они отличаются по качеству и количеству предоставляемых услуг.

В настоящее время уже идет строительство совершенно новых объектов горнолыжной индустрии в таких регионах, как Кабардино-Балкария, Урал, Алтай, Карачаево-Черкессия, Нижегородская область. Так же появляются круглогодичные комплексы, с искусственным покрытием трассы, например, Московская область.

Наряду с этим, следует отметить факторы, сдерживающие процесс модернизации горнолыжных комплексов. К ним относятся:

- плачевное состояние технического оборудования комплексов (речь идет о подъемниках, канатных дорогах, а так же нормах и требованиях безопасности);
- несоответствие горнолыжных трасс классификации (исключением являются трассы Домбая, Приэльбрусья и горнолыжные трассы Красноярского края);
- наблюдается недостаточное техническое обеспечение горнолыжных комплексов, выраженное острой нехваткой специализированной техники;
- слишком завышенная стоимость услуг на территории горнолыжных комплексов;
- неразвитая сопутствующая туристская инфраструктура;
- отсутствие в штате достаточно квалифицированных инструкторов.

Вышеперечисленные проблемы объясняют слабую заинтересованность туристов в отечественных горнолыжных комплексах. Поэтому, все большее число граждан предпочитает отдых на зарубежных горнолыжных курортах, которые, в свою очередь, способны предоставить высокий уровень сервиса, безопасность и комфорт.

Для устранения ряда вышеуказанных проблем нужен комплексный подход сотрудников горнолыжной индустрии. Необходимо задействовать производственный персонал и поставщиков оборудования, туристской индустрии, общественных объединений. В настоящее время важно сфокусировать усилия на разрешении таких вопросов, как:

- улучшение нормативно-правовой базы развития горнолыжного туризма, а так же разработка стандартов и их широкое применение в практике работы предприятий горнолыжной индустрии, и внедрение системы классификации горнолыжных трасс;
- совершенствование нормативно-правовой базы развития горнолыжного туризма, включая разработку стандартов и их широкое внедрение в практику работы предприятий горнолыжной индустрии, в том числе и внедрение системы классификации горнолыжных трасс;
- создание туристических кластеров с преобладанием в них объектов индустрии;
- формирование программ подготовки квалифицированных кадров;
- принятие мер по популяризации отечественных горнолыжных комплексов как на российском, так и на международном туристических рынках.

Горнолыжный туризм принято считать наиболее перспективным направлением туристической деятельности. Развитие данной отрасли положительным образом скажется на

регионах, располагающих ландшафтно-климатическими условиями для создания перспективных горнолыжных комплексов.

Чижова Е.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Свистунов  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: tchizhova.el.@yandex.ru*

### **Событийный туризм как эффективный инструмент привлечения туристов во Владимирскую область**

В современном мире туризм стал одной из важнейших отраслей экономики для многих стран и регионов. Для повышения качества и создания конкурентоспособного рынка российские туроператоры, ранее работавшие только в сфере выездного туризма, переориентировались, в том числе, на внутренний рынок.

Популярным и активно развивающимся направлением туризма в настоящее время является событийный туризм. Так, М.Б. Биржаков обозначает событийный туризм как «значимую часть культурного туризма, ориентированную на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением...» [1].

Событийный туризм как отрасль закрепился в индустрии туризма два десятилетия назад, что привело к последующему впечатляющему росту данного направления, впрочем, само явление событийного туризма имеет довольно глубокие корни. В источнике большинства современных фестивалей лежат исторические события, традиции и праздники.

Под событием понимается совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно имеет вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого ежегодно или в определённые периоды времени [4].

Актуальность данной темы заключается в том, что событийный туризм оказывает значительное положительное влияние на развитие принимающего региона. Это сопровождается организацией спортивных, экскурсионных, туристских, развлекательных комплексов, созданием комфортабельных средств размещения, развитием транспортной инфраструктуры. Вдобавок, успешность событийного туризма в регионе положительно сказывается на деятельности внутренних туроператоров, поскольку помогает сглаживать сезонные колебания прибытий и загрузки гостиниц.

В России развитие событийного туризма началось не так давно, но с каждым годом оно все больше набирает обороты. Туристический бизнес для создания туристского продукта и привлечения туристов активно использует различные события. Практически каждый город интересен своими спортивными и культурными событиями, проходящими при немалом стечении зрителей, и города Владимирской области не исключение.

Владимирская область находится в европейской части страны, с центром во Владимире, где сохранилось значительное количество памятников истории и культуры - свидетельство высокого уровня развития древнего города. Туристская индустрия Владимирской области сегодня - это самостоятельный хозяйственный комплекс, состоящий из групп отраслей и предприятий, функции которого заключаются в удовлетворении разнообразного и постоянно возрастающего спроса.

Владимирская область обладает достаточно хорошей ресурсной базой для развития индустрии туризма, в том числе такого вида туризма, как событийный, поскольку имеет богатое культурно- историческое наследие. Развитие индустрии туризма способствует развитию экономики региона, в частности созданию новых рабочих мест, и повышению инвестиционной привлекательности.

Базой для развития событийного туризма служат культурно-исторические ресурсы. На территории Владимирской области расположены 3719 объектов культурного наследия. Из общего количества памятников 335 являются памятниками истории и культуры федерального

значения, 2123 - регионального, 200 - муниципального, 1061 объект включен в список выявленных объектов культурного наследия. Вдобавок, в регионе расположено множество театров, концертных организаций, филармоний, зоопарков, парков культуры и отдыха, учреждений культурно-развлекательного типа.

Гостиничная индустрия Владимирской области на сегодняшний день развита довольно хорошо. В регионе распространены стандартные гостиницы и гостевые дома. Здесь также можно найти интересные в плане интерьерных решений гостиничные объекты. В целом же, уровень гостеприимства в старинных городах Владимирской области довольно высок. Вместе с этим, в высокий сезон дефицит гостиничных мест, особенно в гостиницах туристического класса (эконом - класса), по-прежнему существует.

Событийный туризм является приоритетным направлением в развитии регионального туризма во Владимирской области. Объектами событийного туризма уже несколько лет во Владимирской области являются события, связанные с традиционной народной культурой, например Фестиваль духовного искусства «Чистый тон» в городе Вязники. Проводятся ярмарки, например «Покровская ярмарка». Музыкальные фестивали, например «Сергиев родник» в городе Киржач. Театрализованные шоу, например «День Любви, Семьи и Верности» в городе Муром и так далее.

Исторически сложившиеся события могут придумывать специально, если их нет в жизни туристского объекта. Так, например, в городе Суздаль проводится множество тематических праздников для российских и иностранных туристов. Уже стали популярными Праздник огурца и Гусиные бои.

Перспективное развитие событийного туризма во Владимирской области определяет наличие удачного опыта проведения разных мероприятий, которые не только привлекают туристов, но и являются площадкой для реализации различной продукции, обмена опытом ремесленников, установления деловых контактов, организации анимационных программ и т. п.

Как видим, событийный туризм имеет ряд преимуществ для развития во Владимирском регионе, по сравнению с другими направлениями туризма:

1. Благодаря событийному туризму в регион вовлекается большой поток туристов.
2. Развиваясь, данное направление способствует разрешению проблемы сезонности.
3. Увеличивается время пребывания туристов в регионе (при долгой продолжительности мероприятия).
4. Отражаются интересы разных целевых аудиторий
5. В данном направлении не требуется наличие на территории естественных природных ресурсов.

Кроме того, по мнению экспертов, событийный туризм является выгодным для развития на территории, даже не обладающей уникальными туристскими ресурсами [2]. Согласно исследователям, событийный туризм выступает эффективным инструментом развития в условиях экономического кризиса [3]. Также успешно проведенные мероприятия положительно влияют на имидж территории за ее пределами.

Несмотря на множество достоинств, событийный туризм имеет и недостатки, а именно нереальность точно предвидеть постоянство спроса на новое событие, а также учитывать все части его проведения.

Таким образом, при правильном позиционировании событий и их продвижений на туристский рынок, может сформироваться тенденция роста количества туристов событийных туров, которое в дальнейшем может в несколько раз превзойти количество участников обычных экскурсионных туров. Если события станут неотъемлемой частью путешествий, то это позволит занимать немаловажные позиции в туризме, как Владимирской области, так и нашей стране и миру в целом.

## Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебное пособие - 10-е изд., испр. и допол. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2014.- 544с.
2. Власова Т.И. Событийный туризм — эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион/ Вестник НАТ. — 2015. — № 1. — С. 38—40.



3. Воронин А.Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации/ Вестник НАТ. — 2012. — № 2. — С. 40—43.
4. Мартышенко Н.С. Ивент-маркетинг как инструмент продвижения туристской территории // Сборник научных трудов SWORLD — 2013. Т 19. №3

Щепетова А.Д.

*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев*

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: nastya.shchepetova@yandex.ru*

### **К вопросу развития туристической индустрии Центральной России**

В современном мире туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. Культура является основой для сохранения, развития и укрепления суверенитета и самобытности народов. Цель культурного развития является благополучие и удовлетворение потребностей общества и каждого человека. Это означает, что каждый имеет право получать информацию, приобретать знания и делиться своим опытом [1].

Одним из древнейших туристических маршрутов Центральной России является «Золотое кольцо России».

Маршрут ведет по старинным русским городам России, где сохранились духовные и исторические достопримечательности Древней Руси.

Кольцо включает в себя посещение восьми городов: Сергиев Посад, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Ярославль, Кострома, Иваново, Суздаль и Владимир и в каждом хранятся свои исторические ценности.

1) Сергиев Посад известен крупнейшим ансамблем монастыря Троице-Сергиева Лавра. Славится многочисленными архитектурными памятниками (колокольни, часовни, скиты). В городе есть замечательный музей игрушки, который основан в 1918 году [4].

2) Переславль – Залесский. На заповедной территории расположено три святых источника, множество соборов и монастырей. Немалую посещаемость имеет знаменитый музей-усадьба "Ботик Петра I" и "Синий камень", ну и конечно же музеи Паровоза и Утюга.

3) Ростов. Самой популярной достопримечательностью является Ростовский Кремль, где снимались сцены для фильма Л. Гайдая "Иван Васильевич меняет профессию"[3]. Здесь же находится музей Финифти, церковь Вознесения Господня, Толгской Божией Матери, Спаса-на-Песках и другие религиозные объекты. Для гостей города можно заказать экскурсию по Сарскому городищу – месту рождения Алеши Поповича.

4) Ярославль. Большой город, в котором расположено множество древнерусских церквей и монастырей. Должное внимание уделяется Спасско-Преображенскому монастырю, Васильевской башне, Церкви Ильи Пророка, музею колоколов.

5) Кострома. Очень уютный город, манящий спокойствием и тишиной. Здесь всем туристам показывают Ипатьевский монастырь, Дворец Снегурочки, музеи бересты и льна, необычный музей, посвященный подвигу Ивана Сусанина.

6) Иваново. Небольшой городок, известный своим домом – кораблем. В центре Иваново можно посетить Введенский Женский православный монастырь и музей ситца.

7) Суздаль. Город, которому присвоено звание "Жемчужина России". Главной достопримечательностью города является знаменитый Суздальский Кремль, который является старейшей частью города (начало 11 века). Кроме того, в Суздале находятся пять великих монастырей: Святой Евфимий, Покровский, Александровский, Ризоположенский и Васильевский. Колокольный звон и хоровое пение также впечатляют.

8) Владимир. Одной из главных достопримечательностей являются Золотые ворота, въезд через которые считается хорошим знаком. Среди мест для посещения можно выделить Торговые ряды, Соборную площадь, Рождественский монастырь и водонапорную башню, откуда открывается вид на весь город. Примечателен Успенский собор, в котором хранятся иконы, написанные Андреем Рублевым.

Города Золотого кольца России – это мир, лишенный столичной суеты, характеризующийся тишиной и покоем.

Чтобы иметь постоянный спрос на маршрут "Золотое кольцо России" необходимо время от времени добавлять изменения, которые могут заинтересовать клиентов.

В дополнение могут входить близлежащие города, которые по-своему прекрасны.

1) Боголюбово – бывшая резиденция Андрея Боголюбского. Заслуживает внимания Свято-Боголюбский женский монастырь и очень живописная Церковь Покрова на Нерли.

2) В Мышкине можно увидеть экспонаты единственного в мире музея мыши, музей "Русские валенки" и историко-этнографический музей под открытым небом, с традиционным народным зданием. Также туристы обычно посещают Успенский собор и гуляют по бульвару, где находятся красивые деревянные застройки.

3) Прекрасный город Плётс, расположенный на берегу Волги, был основан в 1410 году и прославлен самим Левитаном, как зеркало русской провинции и ключ к пониманию такой загадочной русской души.

4) Углич славится своим историческим центром, в котором находятся его главные достопримечательности – Угличский Кремль, Церковь Дмитрия на Крови (1692) и Спасо-Преображенский Собор. Кроме того, в городе есть три монастыря – Воскресенский, Богоявленский и Алексеевский. Также интересны гражданские здания (купеческие усадьбы) и ансамбль торговых площадей с торговыми рядами [2].

5) Город Муром – древний город, раскинувшийся на левом берегу Оки. Родина Ильи Муромца. Город славится церквями и монастырями. В Троицком монастыре можно поклониться мощам святых благоверных князя Петра и княгини Февронии – покровителям православной семьи, любви и благополучия в браке.

В туризме необходимо иметь обратную связь с туристами. Высказывая свои жалобы, гости помогают туроператорам усовершенствовать экскурсию, чтобы каждый сезон было востребовано данное направление.

### Литература

1. Латыпова Р. Т. Культура и туризм // Молодой ученый. — 2016. — №7. — С. 881-884.
2. Михня, С.Б. 500 мест Золотого кольца, которые нужно увидеть / С.Б. Михня. - М.: Мартин, 2016. - 331 с.
3. Орлова, Нина Золотое кольцо / Нина Орлова. - М.: Белый город, 2015. - 657 с.
4. Пашинский, Д.Н. Золотое кольцо России / Д.Н. Пашинский. - М.: АСТ, 2015. - 256 с.

Ярцев Н.А.

*Научный руководитель: д-р техн. наук, профессор Л.И. Шулятьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: n5biphcq@mail.ru*

### **Разработка проекта вхождения турагентов округа Муром во франчайзинговую сеть России**

В настоящее время на территории округа Муром действует 35 туристских предприятий, деятельность которых в основном связана с реализацией туров, предлагаемых туроператорами Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода. По географическому принципу и направлению туристического потока преобладают внутренний и международный выездной туризм. Если учитывать платёжеспособность населения округа Муром, то потенциал клиентов может составить около 87000 чел., а средняя клиентская база турфирмы – 2486 чел. Проведённый анализ числа обращений в турфирмы для приобретения туров показал, что среднее значение этого показателя составляет не более 623 в год. В последние годы востребованность населения в туруслугах растёт, однако, как указывают пользователи услуг, трудно найти туристское предложение, которое устраивало бы по трём параметрам: содержание тура, цена и качество обслуживания. Со своей стороны турагенты имеют значительный потенциал по разработке, реализации и сопровождению туров, как однодневных, так и с большей длительностью. Однако законодательство ограничивает деятельность турагентов в этой деятельности. Вхождение во франчайзинговую сеть для турагента – новый способ продвижения своих турпродуктов, который позволяет ему расширить спектр туристских услуг путём разработки многодневных туров в соответствии с техническим заданием туроператора, наполняя их при этом экскурсиями, разработанными самостоятельно. Для Владимирской области в целом, и округа Муром в частности, это даёт возможность расширять сферу деятельности туристских организаций, вовлекая свои туристские ресурсы. Таким образом, вхождение туристского предприятия во франчайзинговую сеть может рассматриваться как современный способ продвижения туристских продуктов и максимальное привлечение туристско-рекреационных ресурсов любого региона.

Первый этап: изучение потребности рынка туристских услуг и предпочтения потенциальных их покупателей.

Описание туристско-рекреационных ресурсов Владимирской области как объектов, используемых туристскими индустриями. Характеристика их состояния и интенсивности использования. Анализ спроса и предложения на туристские продукты, связанные с использованием туристско-рекреационных ресурсов региона. Сегментирование рынка по возрасту, предпочтениям, видам туризма. Составление карты туристско-рекреационных ресурсов. Анализ действующих и потенциальных туристских маршрутов. Оценка целесообразности их использования. Анализ их продолжительности, определение состава туристских продуктов. Туристские продукты рассматриваются как набор модулей – туристских услуг, что позволяет в дальнейшем формировать широкий спектр турпродуктов и турпакетов в соответствии с предпочтениями сегментов потенциальных покупателей. При выполнении исследований использовать статистические методы сбора, обработки и представления информации, что должно обеспечить выбор наиболее востребованных и экономически выгодных туристских маршрутов.

Второй этап: анализ потенциала туристско-рекреационных ресурсов региона и составление технического задания на разработку новых туристских продуктов, экономическое обоснование целесообразности их реализации.

Оценка туристско-рекреационного потенциала осуществляется с использованием системы показателей, характеризующих возможности вовлечения туристско-рекреационных ресурсов в программу туров. Оценка осуществляется по основным видам услуг: трансфер, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, дополнительные и сопутствующие услуги. Составление

технического задания совместно исполнителем и заказчиком. В качестве исполнителя выступает турагентство ИП «АннаТур», в качестве заказчика – туроператоры, с которым предполагается сотрудничество по франшизе. Проводится расчёт экономической целесообразности разработки и реализации новых туристских продуктов. Такое сотрудничество является взаимовыгодным: для турагента оно даёт возможность реализации своих идей широкому кругу туроператоров, для туроператора – это значительная экономия средств и ресурсов при освоении нового региона и расширении спектра турпродуктов. При реализации этапа используются методы аналитических коэффициентов, сравнительного анализа и прогнозирования, другие статистические методы. Этап завершается разработкой технического задания конкретного туроператора исполнителя. При этом учитываются особенности и состав клиентской базы заказчика. Оговариваются сроки и условия совместного использования результатов проекта.

Третий этап: разработка новых туристских продуктов с полным пакетом документов к ним в соответствии с техническим заданием и нормативно-законодательной базой. Предполагается разработать трёхдневные культурно-исторические туры Владимир – Выкса – Дивеево – Муром, а также однодневные туры «Древний муром», «Муромские покровители любви», «Святые места».

Использование проектного подхода позволяет обеспечить взаимосвязь в пространстве и времени туристских услуг, сформировавших турпродукт. При этом каждая туристская услуга рассматривается как модуль, имеющий качественные и количественные характеристики с пространственно-временной увязкой, что даёт возможность избежать ошибок при формировании турпродукта и турпакета. Модульный подход позволяет разрабатывать широкий спектр турпакетов с учётом требований стандартов, норм и регламентов, а также запросов потенциальных пользователей. Такой подход значительно расширяет как возможности франчайзи (разработчика), так и франчайзера, и является залогом долгосрочного сотрудничества. Франчайзи при этом может использовать несколько видов франшиз. Но активное участие в формировании турпродуктов делает его интересным франчайзеру.

Четвёртый этап: составление и подписание договоров о франшизе между туроператорами и турагентствами. Проект предполагает несколько видов франшиз, в том числе на совместную эксплуатацию разработанного франчайзи и переданного франчайзеру турпродукта. Франчайзер формирует на основании переёденного турпродукта турпакеты, а туры формируются совместно с покупателем. Когда указываются даты их начала и окончания. Такой механизм реализации проекта основан на нормативно-законодательной базе Российской Федерации, регулирующей туристскую деятельность. При этом в качестве франчайзеры выступают туроператоры Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и других регионов России, которые, в свою очередь, привлекают иностранные компании в международном въездном туризме.

Команда проекта формируется на базе Муромского института Владимирского государственного университета. В качестве разработчиков выступают выпускники МиВлГУ по направлению 43.02.03 Туризм, профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг», в том числе обучающиеся по программе магистрата. Руководство проектом принимает на себя кафедра экономики названного института, в состав которого входят кандидаты наук и профессора.

Критериями оценки эффективности проекта являются такие показатели как чистый доход, срок окупаемости. Кроме того, в качестве оценочных показателей приняты показатели бюджетной эффективности (дополнительное поступление налогов от деятельности компании при вхождении её во франчайзинговую сеть).

Перспективы развития проекта состоят в последовательном вовлечении в разработку новых туристских продуктов и привлечения новых туроператоров к сотрудничеству на основе франчайзинга.

Порядок контроля и оценки результатов. Контроль и оценка результатов осуществляются на каждом этапе реализации проекта. По результатам контроля и оценки могут быть проведены дополнительные исследования и экономическая оценка целесообразности вариантов реализации проекта.

Конечным результатом проекта является разработанный новый турпродукт в соответствии с требованиями заказчика с полным пакетом документов согласно нормативным требованиям и регламентам, в том числе по безопасности туристов, экологической безопасности.

### **Литература**

- 1.Бондаренко Ю.А. Франчайзинг и перспективы его развития в России// Финансы 2011, №12
2. Довгань В. Франчайзинг путь к расширению бизнеса.- М.: Дело
3. Новиков В.С.. Инновации в туризме.-Академия; 2014