

Секция «Туризм»

Д.А. Ерёменко, А.А. Зеленова
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicmivlgu@gmail.com

Программа по организации тематического тура для детей 7-11 лет в Муроме и Муромском районе

Древнейший российский город Муром привлекает туристов из разных городов и стран своей уникальностью и неповторимостью. Муром имеет огромный потенциал для развития многих видов туризма, в том числе и детского. Детский туризм - интересный вид досуга для детей. Это расширение кругозора, новые друзья и масса впечатлений. На территории Мурома и Муромского района нет ни одного тематического парка, посвящённого детскому туризму. В нашем регионе детям предоставляется возможность для познавательного и активного отдыха только в летний период. В связи с этим перед родителями появляется проблема, как организовать развлекательно-познавательную деятельность своих детей.

Цель нашей работы организовать детский отдых. Эта проблема актуальна, так как на территории всей Владимирской области нет ни одного тематического тура для детей. А за пределами нашей страны эта идея получила широкое распространение.

План тур-маршрута для детей 7-11 лет в Муроме и Муромском районе

1. г. Владимир - г. Муром, Автовокзал
2. Муром, Автовокзал - д. Дмитриевка, конноспортивная база «Усадьба»
3. д. Дмитриевка, конноспортивная база «Усадьба» - г. Муром, военно-исторический клуб «Вареж»
4. военно-исторический клуб «Вареж» - музей «Хлебная горница»
5. музей «Хлебная горница» - ТЦ «Тибор», парк аттракционов «Буратино»

Место прибытия группы детей – Автовокзал г. Мурома (10.00). Отсюда группа детей на специализированном автобусе отправляются в д. Дмитриевку на конноспортивную базу «Усадьба», находящуюся в 10 км от г. Муром. Здесь дети проведут 2 часа. На это время разработана программа, в которую входят: мини зоопарк (дети могут увидеть верблюдов, лис, коров, коз, лошадей, яков, енотов), катание на пони, а в зимнее время сани, фэтон, катание на ледяной горке и качелях. На территории базы детей ждёт экскурсия в настоящую русскую избу, где они смогут попробовать традиционную русскую еду.

Далее они отправляются в военно-исторический клуб «Вареж», который находится по адресу Карачаровское шоссе, д.5 (главный корпус МПСУ). Время пребывания 60-90 минут. Дети ознакомятся с обзорным рассказом о клубе, персонажах, технике, использования оружия, боевых построениях, смогут поучаствовать в постановочных боях, в конкурсе метания дротиков, посмотреть показательные представления и в заключении экскурсии их ждёт фотографирование с персонажами древнерусских былин.

Следующий пункт программы пребывание в музее «Хлебная горница», расположенной по адресу Радиозаводское шоссе, д. 23в, корпус 1. Посетив хлебную горницу, дети узнают секреты хлебопечения. Им расскажут, почему герб города Мурома украшают три крупитчатых калача. Дети смогут самостоятельно, используя только своё воображение, раскрасить сдобный пряник, который смогут забрать с собой в качестве сувенира. Также их угостят свежее испечённым муромским калачом. Время пребывания – 1-1,5 часа.

И последний пункт развлекательно-познавательного тура – парк аттракционов «Буратино», расположенный на 6 этаже ТЦ «Тибор», ул. Куликова, д.4. Здесь для детей будут интересны: аэрохоккей, настольный теннис, лазерный тир, футбол, мини боулинг, видео игры. На первом этаже торгового центра дети смогут вкусно поужинать и отдохнуть.

В 19.00 дети едут домой.

В данном маршруте программа по организации детского досуга на территории Мурома и Муромского района. Детский туризм помогает детям развиваться физически и умственно, жить интереснее и веселее, заводить новых знакомых, с которыми они смогут общаться и встречаться в дальнейшем [1].

Литература

1. <http://biznestoday.ru/turizm/1336-detskij-turizm.html>

Д.О. Жаворонкова
Научный руководитель: старший преподаватель С.Е. Колонцов
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Горнолыжный туризм. Проблемы и перспективы развития горнолыжного туризма в России

Горнолыжный туризм – это один из подвидов экстремального туризма, включают в себя катание на лыжах, прыжки с трамплина, фристайл, сноуборд и горнолыжные походы. Несмотря на значительный риск, экстремальный туризм набирает силу во всём мире, особенно в России. Анализ показал, что наиболее перспективные места для развития этого вида туризма является Камчатка, Алтай, Сахалин, особенно Краснодарский край. Также анализ показывает, что именно этот вид туризма является наиболее востребованным и играет не малую роль в международной экономике. Основные проблемы, связанные с развитием этого вида туризма в Р.Ф.- это финансовая проблема. Если эта проблема разрешится, то для страны это будет выгодно политически и экономически, т.к. это один из способов всестороннего развития страны, получения дополнительного дохода и укрепление авторитета страны, закрепление её в мировом лидерстве, возможность тесного сотрудничества с другими мировыми державами. Такой вид проведения свободного времени себе может позволить не каждый, поскольку горнолыжный туризм относится к дорогим видам туризма из-за высокой стоимости лыжного снаряжения.

Одни из наиболее популярных горнолыжных курортов в России – это горы Кавказа и Камчатки, а в Европе – Альпы. В последнее время стали появляться горнолыжные курорты и базы даже в равнинных районах, например в Подмосковье и в Нижегородской области.

Современное состояние туризма в России расценивается как кризисное, но также отмечаются высокие темпы строительства туристских объектов, которые отвечают самым высоким мировым стандартам.

В настоящее время Россию посещает около 17,5 млн. иностранцев в год. Зарубежные эксперты отмечают, что туризм в России развивается гораздо быстрее, чем во многих других странах. Россия добилась очень неплохих результатов в прошлом году, с 1 января она стала председателем исполнительного комитета Всемирной организации туризма.

В данной ситуации правильнее всего будет делать ставку на развитие туризма, как на фактор, который способен решить многие социально - экономические проблемы страны, а также обеспечить положение России в ряду наиболее привлекательных для туристов стран мира.

Для успешного существования и развития горного туристического отдыха в России необходимо проведение комплексного исследования рынка туристских услуг на региональных уровнях и внешняя оценка финансово-экономического состояния туристского бизнеса; внедрение новых технологий; подборка квалифицированного обслуживающего персонала; развитие туристской инфраструктуры.

Все больше регионов считают важнейшей социально-экономической задачей развитие горнолыжной индустрии, поскольку она дает возможность создать новые рабочие места, инфраструктуру для развития бизнеса, а также пополняет бюджет регионов, способствует активному здоровому семейному отдыху, закаляет и воспитывает молодежь. В настоящее время существует более двадцати региональных программ, где горнолыжные центры получают субсидии по кредитам, маркетинговую и рекламно-информационную поддержку администрации регионов. Также работает федеральная целевая программа «Юг России», в которой предусматривается развитие горнолыжных комплексов в Красной поляне г. Сочи и разрабатывается программа «Туристские центры России», куда включены объекты на озере Байкал.

Привлекательность горнолыжного туризма обусловлена тем, что это единственный массовый вид спорта и отдыха в зимнее время. В настоящее время модно заниматься горнолыжным туризмом.

Литература

1. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003
2. Маринин М.И. О проблемах российского туризма // Экономика и жизнь
3. Ремизов Л. П., Отдых на горных лыжах – М.: Профиздат, 1989.
4. Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации». Утверждена постановлением Правительства РФ от 26.02.1996г. №177.

Н.Ю. Коренцов
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Экологический туризм

Экологический туризм (экотуризм) — это форма туризма, направленная на посещения нетронутых антропогенным воздействием природных территорий

Сегодня экологический туризм играет не малую роль во всемирной туристской индустрии и гостеприимства. По прогнозам экспертов в 21 веке темпы роста будут так же большие, а приносимые доходы внесут немалый вклад в развитие экономик многих стран всего мира, особенно развивающихся. Это позволит стимулировать социально-экономический рост в отсталых регионах, прежде всего горных.

Огромные надежды возлагаются на экологический туризм в реализации концепции устойчивого развития туризма и путешествий. Рациональное использование природных и культурно-исторических туристических ресурсов позволит обойти стороной многих негативных последствий и факторов массового туризма.

Вместе с тем проблемы развития экологического туризма пока еще мало исследованы. Наблюдаются большие разночтения и разногласия в терминологии и практике организации экотуристской деятельности. Особенно это характерно для России, где значительные природные и культурно-исторические туристические ресурсы часто используются нерационально.

Рост экотуризма:

- развитие туризма в целом.
- внимание социума к защите окружающей среды.
- развитие активных видов туризма: «бум» активного туризма. мода на подвижный образ жизни. демографические изменения. появление новых видов туруслуг, переполненность традиционных туристских центров.
- факторы, которые сдерживают спрос на туруслуги: экотуристы избегают наибольшего скопления туристов. требования гарантий безопасности путешествий. невысокая популярность туристских местностей.
- факторы, сдерживающие предложение на туристические услуги: недопустимость превышения допустимой нагрузки на природные туристские ресурсы. сложности в развитии туристской инфраструктуры в труднодоступных районах. недостаток в хорошо подготовленных гидах-проводниках.

Хотелось бы остановиться на главной проблеме в экотуризме- это влияние экотуризма на природу.

Воздействие экотуризма на природу бывает *Прямым* – это воздействие обусловлено непосредственным присутствием туристов и их деятельностью; *Косвенным* — используемыми транспортом и инфраструктурой.

- воздействие на геологические формации;
- воздействие на почвы: перемещение и удаление почвы, уплотнение почвы в результате вытаптывания, эфтрофикация почвы, т. е. есть повышение ее плодородия в результате повышения концентрации органических веществ.
- воздействие на водные ресурсы;
- воздействие на растительность;
- воздействие на животных; нарушения пищевого рациона животных и снижения их репродуктивной способности, нарушение связи между родителями и их потомством,увеличения уязвимости перед хищниками, перенос болезни, гибель животных.
- изменение санитарного условия;
- изменение эстетических особенностей ландшафта;
- воздействие на культуру.

Эти воздействия очень сильно влияют на местную фауну и меняю ее порой очень сильно. Решение этой проблемы как ни странно кроется внутри самого человека. Многие люди относятся к природе весьма халатно и бездушно и не задумываются о последствиях своего поведения. Для многих из нас природа – это то место, где берутся материала для нашего же удобства, место где можно отдохнуть ни о чем не задумываясь. Но если подумать, какой ущерб мы наносим природе? Даже если отдых идет в рамках экотуризма, то негативное влияние человека на природу все равно присутствует. Главное нужно внести правильную идею людям в голову. Это можно сделать посредством пропаганды, рекламы правильного отношения к природе, а также видеороликам и специальными картинками в соц. Сетях. Конечно. Все зависит от самого человека, но это тот минимум, который должен быть выполнен. Если же рассматривать более конкретные меры, то список действий увеличится. Например, чтобы почва сохраняла свою плодородную способность, нужно использовать более качественные удобрения. Наотрез запретить подкармливать животных, чтобы сохранить в них тягу к естественным способам выживания. Создание специальных зон для мусора, чтобы на протяжении всего пути сохранять чистоту. Увеличение охраняемых заповедных территорий и полное контролирование их государством.

Но также следует и не забывать, что **экотуризм вносит вклад в охрану природы**, а это:

- Именно туризм сделал экономически реальным создание ряда охраняемых территорий, которые в противном случае не получили бы природоохранного статуса.

- При правильной организации развитие природного туризма обеспечивает финансовые средства для охраны природных экосистем.

- Экологический туризм является важнейшей формой экологического посвящения образования, служат делу рекламирования охраны природы, повышению общественного престижа и поддержки ООПТ.

- Экотуризм дает местным жителям денежные стимулы для охраны природы своей родины, содействует налаживанию их содействия с охраняемыми территориями.

Литература

1. Ледовских Е. Ю., Моралева Н. В., Дроздов А. В. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула: Гриф и К. 2002. – 284 с.
2. Храбовченко В.В. Экологический туризм. Учебно-методическое пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 264 с.
3. Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 360 с.

Ю.Е. Павлова, Е.В. Фунтова, М.Е. Зайцева
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Развитие паломнического туризма в России

На сегодняшний день религиозный туризм в системе международного и внутреннего туризма России, играет большую роль, а в современной индустрии туризма, является составной частью. Религиозный туризм включает в себя: паломничество и религиозно-познавательный туризм. В туристической сфере, паломнические туры в туристической сфере как направление туризма, являются относительно новым явлением, которое появилось примерно 13 лет назад. Хотя такие путешествия люди совершали еще в древности, поскольку в большинстве религий существует традиция паломничества. Люди отправляются по религиозным центрам и святым местам, они едут с целью помолиться, принять участие в религиозных церемониях, совершить жертвоприношения. На формирование самосознания и стереотипов поведения человека, влияет вера, которая выступает во многих случаях одним из важнейших элементов общественной системы:

- По признаку семейной принадлежности и числу участников различают: индивидуальные, семейные и групповые паломничества.

- По продолжительности обозначают: короткие и длительные. Раньше по русским православным канонам поездка продолжительностью более 10 дней, считалась паломничеством и зависело это от того, в какой стране находятся объекты паломничества. Выделяют поездки внутренние и зарубежные.

Если паломнические туры рассматривать по региональному признаку, можно выделить три направления, которые чаще всего привлекают внимание паломников:

- Северо-запад и Центр России - ещё в Средние века, во время возникновения христианства и его развития на Руси, считались самыми развитыми частями страны.

- Важным направлением паломнических поездок является Золотое кольцо, так же верующие часто путешествуют в Курск и Дивеево (Нижегородская область), Задонск (Липецкая область);

- Северо-запад - это не только Карелия (Валаам и Киж), но и Архангельская (Соловки), Вологодская земли, также часто посещают Псков и Великий Новгород. Паломнические и экскурсионные поездки по святым местам в России организуют туристская фирма «Радонеж», паломнические службы «Русский путешественник», «Монастыри России», «Благовест» и многие другие. Очень важно то, что организации поездок паломническими службами, не с целью извлечения прибыли. Средства, безусловно, нужны для выдачи зарплаты сотрудникам, платы за аренду помещений, с решения организационных вопросов и т.д. но главное в их деятельности – служение сохранившимся общественным ценностям (слово «служение», «служба» говорит само за себя).

Многие путешествия на сегодняшний день можно отнести к поездкам с религиозными целями, ведь каждая экскурсия обязательно содержит в себе, посещение святыни. Около 90% объектов в мире, представляющих туристский интерес, связаны с религией. 300-330 миллионов человек это- ежегодное количество туристов и паломников в мире, ими с паломническими или религиозными целями совершаются около 3—3,5 млрд. поездок.

Литература

1. Александрова А.Ю. Туризм и рекреация в России //Международный туризм в портретах выдающихся личностей /Под.ред. д-ра геогр. Наук А.Ю. Александровой. М.: КРОНУС, 2003. С.147-149
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.

А.С. Панфилова
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Проблемы въездного туризма в России

Во всех странах туризм является тем рычагом, использование которого позволяло бы оздоровить всю национальную экономику страны. Он выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития России. С 90-х годов прошлого века и по сегодняшнее время в основном развивается выездной туризм, и в меньшей степени – въездной туризм. По данным Росстата, количество российских граждан, которые выехали за границу за 9 месяцев 2012г, составило около 37 299 930 человек. В то время как, количество российских граждан, которые прибыли в РФ за 9 месяцев 2012г. составило 21 666 386 человек. Главная цель нашей работы будет состоять в том, чтобы выяснить проблематику въездного туризма в России. Исходя из этого, мы должны ответить на следующие вопросы: Первое, это выяснить проблемы въездного туризма в России. Второе, это рассмотреть все возможные пути решения данных проблем. Третье, это проанализировать сегодняшнее положение России по въездному туризму, основываясь на статистические данные. И четвертое, это определить дальнейшие перспективы развития въездного туризма на территории РФ.

В настоящее время Россия столкнулась с некими причинами, мешавшими полноценному развитию въездного туризма. На сегодняшний момент страна находится на 59 месте в мировом рейтинге туристической популярности. В Россию ежегодно прибывает до 2 миллионов иностранцев, хотя потенциал страны позволяет принимать до 70 миллионов туристов ежегодно. Проблемы формирования государственной политики и единого туристического пространства России сейчас являются довольно актуальными, что говорит об активном обсуждении этих проблем на научно-практических конференциях различного уровня.

Первая проблема, связанная с отсутствием развитой материально-технической базы. Россия в 20 раз отстает от США по числу средств размещения. Для туристов не хватает мест для размещения, гостиницы определённого туристического класса находятся в убытке. Существующие места для отдыха и средства размещения несут довольно низкий уровень комфортности, что говорит о неконкурентоспособном туристическом обслуживании. Сейчас это проблема является актуальной для такого города, как Санкт-Петербурге. По данным WTO, город находится на 8 месте в рейтинге городов и число туристов, которые хотели бы посетить равно около 30млн. человек. Однако сервисная столица не готова удовлетворить такой высокий спрос. В феврале 2011г. маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group закончило исследование рынка гостиниц перед Чемпионатом мира по футболу в 2018г. Исследования показали, что около 40% гостиниц относятся к старым советским гостиницам (эконом вариант) [1]. По мнению экспертов, путем решения этой проблемы будет являться срочная государственная программа по формированию гостиничного комплекса определённого туристического класса, который будет включать в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и ассортимент туристских и экскурсионных программ, туристское обслуживание, а также улучшение качества всецелого тура. Необходимо формирование современного российского турпродукта, ориентированного как на российских, так и на зарубежных туристов.

Вторая проблема касается транспортного оснащения в области въездного туризма в России. К ним относятся, это ограниченное предложение дешёвых авиаперевозчиков, неэффективная система перевозов, низкий уровень организации воздушного транспорта внутри страны, дефицит железнодорожных перевозок в горящие сезоны, не рациональная продажа железнодорожных билетов, повышение цен на туры для внутренних туристов, загруженность магистральных трасс. Дорога Адлер – Сочи, загружена на 233% при норме 70%. Первым шагом

по пути к решению этой проблемы стало создание государственной компании «Автодор», которая занимается строительством и реконструкцией федеральных трасс. К 2019 году компания планирует вести в эксплуатацию почти 2 тыс. км новых дорог. Премьер-министр РФ на 2013-2014 гг. из федерального бюджета выделит 2,5 млрд. руб для программы, касающиеся льготных авиаперелетов [2].

Третья проблема, касается возникновения массивной антирекламы РФ, развернутой на Западе. Из-за опыта иностранных фирм, около 5-6% из всех полученных доходов идут на рекламу в туристических услугах. В России, до последнего времени мало что предпринималось по стабилизации и улучшения туристского имиджа страны. Часто отрицательная и ложная информация, затрагивающая общественно-политическую жизнь, не сходит со страниц зарубежных СМИ, тем самым формирует образ России как зоны с повышенным риском.

Четвертая проблема это большие затраты на отдых в собственной стране. Она затрагивает повышение цен на проживание в гостиницах, в местах отдыха, на авиаперевозке. И этими проблемами умело пользуются зарубежные операторы, выпуская на российский рынок огромное количество предложений недорогого отдыха в странах Греции, Италии, Испании, где уровень сервиса как правило превосходит тот, что могут предложить курорты Краснодарского края, причем цены из-за жесточайшей конкуренции туроператоров порой кричаще низкие [3]. По сообщению Федеральной службы по тарифам (ФСТ), с 1 января 2013 года базовые цены на билеты в общих и плацкартных вагонах поднимутся на 10%. Стоимость билетов в купейных вагонах повысится на 5%. В силе останется и сезонное повышение цен. Решить эту проблему можно через пересмотр тарифов на внутренние перевозки. Понизить стоимость тура можно через формирование турпакетов по образцу зарубежных туров.

Анализируя современное состояние въездного туризма РФ, число иностранных граждан въехавших в Россию в первом полугодии 2012 года составило 13,2 миллиона человек, что дало скачок на 15% в сравнении с предыдущем годом – данные Росстата портал Ростуризм. Сезон 2012 года показал не столь плохие результаты, хотя на отдельных направлениях он требует от принимающей компании филигранной работы. Лидерами по числу въездов в Россию стали граждане Польши (483,1 тыс. человек). Затем идет Финляндия (623 тыс. человек, но лишь 51 тыс. из них – с туристическими целями). Третье место занимает Китай (436,9 тысяч, и 112,8 тыс. поездок совершено с целью туризма) [4]. Растет число соотечественников, которые предпочитают отдыхать в России. Примером послужил Краснодарский край. В прошлом году его посетило более 7 млн. россиян, что в два раза больше, чем общий выезд наших граждан за рубеж. В целом можно сказать о том, что въездной туризм в РФ в последнее время развивается довольно стабильно. Увеличение произошло объема инвестиционного предложения по гостиничному строительству. И при таком дальнейшем построении эффективной системы управления, можно говорить о дальнейшем развитии въездного туризма в России.

Эксперты WTO, свидетельствуют о том, что при правильной организации работы индустрии туризма уже к 2020 году Россия может подняться на 5 место, пропустив вперед лишь Францию, Испанию, Великобританию и Италию [5]. К 2014 году РФ будет находится на втором месте по инвестиционным вложениям – на это основывается Всемирный совет по туризму и путешествиям. Таким образом, если будут применены все меры, Россия выйдет в лидеры в туристической сфере. И россияне смогут отдыхать у себя в стране, не выезжая за границу, и будут въездные туристы. Помимо огромного экономического значения туризм в целом играет огромную роль в расширении границ взаимопонимания. Его область деятельности не ограничивается поисками новых торговых партнеров. Она также является одной из составляющих между взаимоотношениями граждан разных стран для сохранения и процветания мира.

Литература

1. <http://www.rbc.ru>
2. <http://tur-otdyh.ru>
3. Журнал «Экономика России: XXI век» № 20
4. РИА Туризм, Ирина Нехорошкина, Москва, 03.09.2012г.: Въездной туризм в России вырос за первое полугодие 2012 года на 15% - <http://travel.ria.ru>
5. <http://tur-otdyh.ru>

С.П. Пачковская, Е.О. Морозова
Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент А.И. Мосалёв
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Усадьбы Владимирской области

К настоящему времени во Владимирской области насчитывается 43 исторические усадьбы. Такая концентрация старинных построек на небольшой территории - редкость.

Все усадьбы и дворцы в той или иной мере интересны для путешественников, так как представляют уникальные памятники истории и архитектуры, в них проживали исторически значимые личности, известные далеко за пределами Владимирской области.

Во многих усадьбах рождалась русская мысль, рождалась и осуществлялась русская культура. Они служили источниками распространения передовых знаний.

Усадьба была наряду со столицей главным очагом, к которому традиционно тяготели художественные силы.

Некоторые усадьбы и дворцы, к настоящему времени, стали музеями, но большинство, к сожалению, так и остались заброшенными и разрушенными. По данным пресс-службы администрации региона, на территории Владимирской области находятся 35 усадебных комплексов — памятников федерального и регионального значения. Многим из них требуются незамедлительные меры по восстановлению и реставрации.

В регионе уже имеется положительный опыт по возвращению к жизни (с помощью меценатов) и приданию туристической привлекательности усадьбам, но большинство из них, к сожалению, приобретаются в частную собственность и становятся недосягаемыми для туристов.

Цели настоящей работы:

- познакомить с наиболее интересными и значимыми усадьбами Владимирской области (Андреевское, Давыдовское, Дубки, Жерехово, Завалино, Крутец, Маринино, Михайловское, Муромцево, Мстера, Патакино, Сима, Фетинино, Орехово);

- разработать и проложить туристский маршрут (отправной пункт - г. Владимир, что объясняется удобным положением для трансферта);

- способствовать повышению интереса у туристов и спонсоров к усадьбам и дворцам Владимирской области для их возрождения и развития последних в качестве самостоятельного полноценного туристского продукта.

Проведя анализ исторической, экономической и трансфертной информации предлагается следующая программа экскурсии:

- трёхдневный маршрут с выездом из Владимира, с остановками на ночлег в Киржаче и Вязниках;

- посещение 4 музеев (в усадьбах Орехово, Сима, Маринино и Мстере), заброшенных усадеб с внутренними постройками и церквями;

- посещение сувенирных лавок при музеях;

- ужины и завтраки в местах остановок на ночлег (за свой счёт, если иное не предусмотрено в ценовой политике гостиниц на маршруте);

- профессионального экскурсовода на всём времени пути.

Тур рассчитан на 15 человек. Цена тура-5000 руб. на одного человека.

Технология реализации тура осуществляется через туристские агентства городов Владимирской области и соседних регионов.

Поскольку центром отправления туристов на маршрут является именно город Владимир, это позволит с минимальными логистическими затратами привлекать туристов не только их Центрального федерального округа, но и других округов России и зарубежья.

А.В. Серова, Н.В. Афанасьева
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Явление сезонности в развитии туризма

Одной из наиболее важных проблем в туристической деятельности является несоответствие между туристским спросом и предложением, которое вызвано сезонностью туризма.

Под сезонностью понимается стабильно повторяющаяся цикличность туристской деятельности, которая характерна для данного места и связана с изменением условий отдыха.

Сезонность в туризме определяется следующими факторами:

- природно-климатическими - качество и количество специфических благ для развития познавательного, оздоровительного, спортивного и прочих видов туризма;
- материально-техническими - развитие сети размещения, транспорта, культурно-оздоровительного обслуживания, питания;
- социальными - наличие свободного времени;
- экономическими - структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса с помощью предложения;
- демографическими - дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам;
- технологическими - комплексный и системный подход в предоставлении качественных услуг.
- психологическими - традиции, мода, подражание;

Явление сезонности создает значительные трудности в туризме: снижает эффективность использования основных фондов, рентабельность туристических предприятий, вызывает текучесть кадров из-за недогрузки предприятий туризма в несезонный период, а также усложняет развитие туристического хозяйства, накаляя противоречия между сравнительно стабильным туристским предложением и эластичным спросом на туристские услуги, и этим самым вызывает проблемы в обслуживании туристов. Следовательно требуется постоянное регулирование туристского спроса.

Проблема сезонности - сложная проблема, решить которую практически невозможно. Сезонность можно только сгладить, а не ликвидировать.

Для смягчения сезонных колебаний можно применить следующие методы стимулирования сбыта:

1. Распространение бесплатных рекламных буклетов; коммерческого предложения.
2. Разработка и презентация новых портфелей услуг.
3. Предоставление бонусов и скидок за определенный объем покупки и её регулярность.
4. Продажа услуг в кредит (с обеспечением оплаты).
5. Предварительность заключение контрактов с туристическими компаниями на более выгодных условиях.
6. Новые виды туризма как метод сглаживания сезонности. Это разработка и внедрение новых видов турпродукта на туристический рынок, которые не подвергаются сезонным колебаниям. Это, в первую очередь, развитие событийного и конгрессного туризма, делового и паломнического, а также социального для целевых групп.

Все выше упомянутые виды туризма не подвергаются сезонности так, как к примеру подвержено ей большинство видов туризма. Следовательно, сделав новые виды туризма популярными среди населения других стран, можно в значительной мере сгладить проблему сезонности.

7. Рекламные стратегии. Для смягчения сезонности можно проводить пропаганду туристских маршрутов в межсезонное время с помощью рекламы и устанавливать льготы на этот период. Туристская реклама пропагандирует различные выставки и фестивали, проводимые в весенние, осенние и зимние месяцы, показывает преимущества зимнего отдыха в горах и раскрывает возможности для зимних видов спорта.

8. Еще одним важным методом преодоления сезонности является клиентоориентированный подход и продуманная ценовая политика. Сюда относятся специальные сезонные предложения, бонусы, скидки и т.д. В ряде регионов можно установить такой уровень цен, который бы обеспечил соответствующую рентабельность производства и хороший спрос.

В заключение хочется сказать что, смягчение сезонности – это не только проблема туристического бизнеса, но и всего государства. Если власть хочет привлечь на свою территорию денежные средства, то она должна задуматься над финансированием перспективных направлений и инновационных проектов.

Литература

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 116с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм - М-С-Пб.: Питер, 2003. с. 512
3. Квартальнов В.А. Туризм как сектор экономики [электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm

Ю.С.Синёва
Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Самостоятельный туризм в век информационных технологий

В настоящее время наблюдается рост популярности самостоятельного туризма, который представляет собой полный или частичный отказ от услуг, предлагаемых туроператором и турагентом. Этому способствуют интернет-технологии, позволяющие быстро находить нужную информацию и покупать составляющие части путешествия.

Основными причинами отказа людей от услуг туроператоров и турагентов являются:

- недоверие, вызванное банкротством как мелких, так и крупных организаций;
- возможная экономия средств;
- выбор удобных дат и сроков;
- нежелание путешествовать в больших незнакомых группах;
- возможность путешествовать по собственному маршруту, а не по стандартным предложенным экскурсиям (довольно часто люди сами не имеют представления, как хотят провести свой отдых, и в связи с этим туристические фирмы не могут предложить индивидуальный тур).

Туристическая индустрия – это отрасль, в которой вопросы сбора, обработки, хранения, применения и передачи актуальной информации имеют большое значение для того, чтобы ежедневно функционировать. На рынке, туризм во многом зависит от иллюстрирования, описания, коммуникационных средств и передачи информации. Огромный вклад в развитие данной сферы внесли именно информационные технологии.

Информационные системы, используемые в индустрии туризма, включают в себя системы бронирования, системы телекоммуникаций, системы управления базами данными, электронной передачи денег и т.д. Потенциальный турист может пользоваться сервисами онлайн-бронирования, позволяющими подбирать билеты, бронировать номера в отелях и гостиницах. На тематических форумах имеется возможность найти множество полезной и интересной информации, отзывов и комментариев, которые помогут при создании туристического маршрута и экскурсионной программы.

Онлайн-бронирование – это поиск и закрепление через сеть Интернет в интерактивном виде.

Бурный рост интереса турагентов и частных пользователей к онлайн-бронированию билетов и отелей укрепляет позиции не только GDS (Global Distribution System) – глобальных распределительных систем, но и популярных сетевых консолидаторов, таких как Anywayanyday.com, Bronni.ru, Pososhok.ru, Bilet-on-line.ru и другие.

По данным за 2012 год сервиса бронирования отелей для россиян было установлено, что в России всего лишь 10% от всех туристических резервирований производится онлайн. В США этот показатель приближается к 60%, в европейских странах – к 30–50%.

Около 36% рынка самостоятельных путешествий занимают агентства онлайн-путешествий. На этом рынке лидируют такие российские компании, как Anywayanyday, Agent.ru, Ozon Travel, Oktogo, Amargo. Иностранные компании – Booking.com и Expedia.

Наиболее востребованы среди интернет-туристов авиабилеты, они занимают 45% рынка. Следом идут гостиницы (25%), пакетные туры (16%) и железнодорожные перевозки (14%).

Среди российских туристов наиболее популярны для самостоятельных путешествий Германия, Чехия, Франция, Италия, Финляндия, Таиланд, Испания, Эстония, Украина, и Латвия.

В России постоянно увеличивается число заявок на онлайн-бронирование гостиниц. Ежегодный прирост составляет 30–50%. Это связано с развитием систем резервирования, которые удобны и просты в использовании, предоставляют клиентам комплексное обслуживание.

Тем не менее, у туристов, желающих воспользоваться услугами интернет-бронирования, иногда возникают трудности при оплате билета или отеля. Это объясняется тем, что не все банковские карты, распространенные в России, принимаются сервисами. Также не вызывает доверия безопасность расчетов через Интернет.

Кроме того, трудности могут возникнуть и с визой, ведь турагентства избавляют путешественников от хлопот по её получению. При самостоятельном резервировании туристам приходится самим оформлять все документы.

Использование информационных технологий в индустрии туризма является неотъемлемой частью и условием высокой конкурентоспособности туристической организации. Туристическая деятельность позволяет применять всё многообразие компьютерных технологий.

Одним из направлений, позволяющих привлечь самостоятельного туриста, является использование мультимедийных технологий. Электронные сервисы дают возможность совершить виртуальное путешествие по выбранному маршруту, просмотреть любой маршрут в активном режиме, найти информацию о странах, объектах по дороге маршрута, найти гостиницы, кемпинги, мотели и другие средства размещения, узнать о системах льгот и скидок, о законодательстве в сфере туризма. Кроме этого, в таких каталогах может приводиться информация по правилам оформления туристских документов, модели поведения туриста в чрезвычайных ситуациях. Потенциальный турист может сам спланировать программу тура, подобрать его по оптимальным для него параметрам (стоимость, льготы, транспорт, сезон и т.д.).

Используя информационные технологии, люди получают всестороннюю информацию, в значительной степени повышается способность туристов к совершению самостоятельных поездок. Информационные технологии меняют представления людей о потреблении и способах путешествий, способствуют формированию поколения независимых туристов.

Литература

1. Галиновский А., Россихин А. IT-решения для турфирм. Прогноз на будущее // Турбизнес, 2004. № 10 – С. 17-19.
2. www.turbooks.ru Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
3. Журнал «Турбизнес», №4, Апрель 2011.
4. Rg.ru – «Российская газета» (статья «Вояж без посредников») от 22.01.2013.
5. foros.spb.ru Интервью с генеральным директором туроператора «Форос» Александром Гуревым для «Турнавигатора» Сидельникова Наталья.

Д.А. Хазов
Научный руководитель: преподаватель Е.В. Постнов
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Влияние занятий туризмом на физическое и психоэмоциональное состояние студентов

Во все времена у всех людей огромной ценностью человека и общества являлось и является физическое и психическое здоровье. Достаточно сильным средством изменения физического и психического состояния людей, а конкретно студентов являются занятия физическими упражнениями. Правильно организованные занятия укрепляют их здоровье, улучшают физическое развитие, повышают физическую подготовленность и работоспособность. Но в последнее время отмечается большое снижение уровня здоровья и физической подготовленности современной молодежи. Одной из причин, объясняющей рост заболеваемости студентов, является гиподинамия в сочетании с огромным эмоциональным напряжением. Эта категория учащихся большую часть времени проводят за компьютером, что значительно снижает их двигательную активность и приводит к ухудшению состояния здоровья. Занятия по физической культуре не могут в значительной мере улучшить физическую подготовленность организма. Необходимо совершенствование процесса физического воспитания студентов для укрепления их здоровья и повышения двигательной активности. Одним из основных направлений совершенствования физического воспитания в вузе является развитие туризма.

В словаре Ожегова - "туризм" означает путешествие (поездка, поход) в свободное время; вид активного отдыха, средство оздоровления, познания, духовного развития личности. Туризм – это одно из наиболее удобных средств физического развития студентов. Это - спорт для всех, который является еще и неотъемлемой частью физической культуры. Туристические походы укрепляют здоровье, тренируют и закаляют организм. Туризм эффективно влияет на профилактику заболеваний, воздействуя на качество и продолжительность жизни людей. При достаточно рациональной организации туризма можно снизить общую заболеваемость населения на 40%. Активные виды туризма отличаются от других видов спорта большей двигательной техникой, то есть это помощь в борьбе с гиподинамией. Думаю, согласитесь, что на здоровье студентов, как и большинства людей, оказывает негативное влияние не только гиподинамия, эмоциональное напряжение, но и неблагоприятная окружающая среда. Одним из главных средств восстановления физических и духовных сил человека является общение с природой. Встречи, радостное общение с природой и новыми людьми являются главной ценностью туризма. Пребывание туриста на свежем воздухе, большая физическая нагрузка восстанавливают силы, повышая работоспособность. Кроме этого, туристические походы обогащают знаниями, повышают культурный уровень, развивая такие качества, как взаимовыручка, взаимопомощь, инициатива, коллективизм. Открытие и познание нового — это одно из нормальных потребностей человека, которое в обычных условиях жизни развивается не так остро, чем когда люди путешествуют. Значит, неоспоримо влияние спортивно-оздоровительного туризма на формирования всесторонне развитой личности, на развитие в молодежи чувства собственного достоинства, силы, оптимизма.

Кроме того, доказано, что туризм это и один из способов борьбы с вредными привычками. Сильный стиль жизни, связанный с употреблением алкоголя, табакокурения, наркотиков снижает качество жизни студента в целом. Искажаются его главные жизненные ориентиры, не совпадая с общепринятыми. Затруднительной становится работа, возникают серьезные конфликты с обществом. Барьером к возникновению стремления к спиртным напиткам является постоянная потребность в трудовой деятельности, четкой организации своего учебного труда и отдыха, активное включение в жизнедеятельность. А это реально осуществить посредством разнообразных видов физической культуры и спорта. Именно активные путешествия оказывают положительное влияние на возникновение потребности в движении, труде, а это ведет к отказу от употребления алкоголя, наркотиков и табака. Ведь вредные привычки и спорт несовместимы.

Учащаяся молодежь в течение всего дня очень часто подвержена различным эмоциональным воздействиям: перевозбуждение, беспокойство, эмоциональное расстройство. Туризм как никакое другое средство, может влиять на настроение, создавая его. Кроме того, занятие туризмом воздействует на общее состояние всего организма, вызывая реакции, связанные с изменением кровообращения, дыхания. Занятие туризмом тесно связано с умственными процессами, а это требует сообразительности, внимания, наблюдательности. Так как различные средства туризма обладают сильным воздействием на психоэмоциональную сферу современной молодежи, то они могут служить немедицинским лекарством от различных эмоциональных расстройств. Это прежде всего связано:

- со стремлением ускорить темпы собственного развития, добиться уважения, признания среди сверстников;
- чтобы добиться дружеской солидарности, продиктованной желанием быть вместе с друзьями, сотрудничать с ними;
- со стремлением выделиться, самоутвердиться в своей среде, добиться авторитета, поднять свой престиж, быть первым, достичь как можно большего;
- для подражания, связанного со стремлением быть похожим на тех, кто достиг определенных успехов в спортивной сфере;
- со стремлением добиться своих значительных результатов;
- просто для развлечения, отдыха, нервной разрядки;

Основываясь на вышесказанном, можно сделать вывод, что занятия туризмом благотворно влияют на психоэмоциональное состояние студентов. Туристы обычно меньше подвержены депрессии, тревожности и напряженности. Они становятся более собранными, уверенными в себе, доброжелательными, терпимыми к недостаткам других.

В заключении, каждый человек должен для себя усвоить, что любая туризм положительно влияет не только на физическое здоровье (развиваются выносливость, сила, сила воли), но и на психоэмоциональное (переключение внимания на другой вид деятельности, позволяет мозгу отдохнуть от обыденной среды, повышается адаптация к стрессу, приспособления к смене обстоятельств, ситуаций) состояние человека.

Литература

1. http://nsportal.ru/sites/default/files/2012/10/statya_22.docx
2. <http://nsportal.ru/shkola/fizkultura-i-sport/library/statya-vliyanie-turizma-na-zdorove>

С.Н. Чистякова
Научный руководитель: ассистент А.Р. Лебедев
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Управление конфликтами в сфере туризма

Конфликт интерпретируется как противоречие, которое возникает между людьми или коллективами в процессе их совместной трудовой деятельности из-за непонимания или противоположности интересов, а также отсутствия согласия между сторонами.

Ранее конфликты рассматривались негативно, вследствие чего их старались избегать, а при возникновении стремились их немедленно разрешать. В настоящее время конфликты признаются допустимыми и желательными, поскольку столкновение различных точек зрения дает возможность получить дополнительную информацию, что способствует повышению эффективности управления.

Конфликты, переживаемые в сфере туризма, можно разделить следующим образом:

- внутрифирменные, с работниками организации;
- с поставщиками туристских услуг;
- с агентствами;
- с туристами.

Считается, что менеджер должен не устранять конфликты, а управлять ими и эффективно их использовать. Управление конфликтом трактуется как целенаправленное, обусловленное объективными законами воздействие на его динамику в интересах развития или разрушения той социальной системы, к которой имеет отношение данный конфликт. Основной целью управления конфликтами является предотвращение деструктивных и способствование адекватному разрешению конструктивных конфликтов.

Управление конфликтами является сложным процессом, включающим такие виды деятельности, как:

- прогнозирование конфликтов и оценка их функциональной направленности;
- предупреждение или стимулирование конфликта;
- регулирование конфликта;
- разрешение конфликта.

Конфликт может быть полезным для членов трудового коллектива и организации в целом (функциональным) или снижающим производительность труда, личную удовлетворенность и ликвидирующим сотрудничество между членами коллектива (дисфункциональным). Последствия конфликта зависят преимущественно от того, насколько эффективно менеджер им управляет.

Литература

1. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Учебник. – Мн.: Новое знание, 2002. – 409 с.
2. Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – 512 с.

К.С.Яковлева, Т.Д. Гришина
Научный руководитель: канд. культурологии, доцент Н.В. Романова
Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета
Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23
E-mail: economicsmivlgu@gmail.com

Событийный туризм

Событийный туризм - это динамично развивающийся вид туризма, основной целью которого является какое-либо событие. Множество ярких неповторимых моментов- это главная особенность такого туризма.

На современном этапе актуальной проблемой является развитие событийного туризма на региональном уровне.

В 80-х годах впервые появилось в Европе определение «событийного туризма» Позже он начал выделяться и утверждаться как отдельная отрасль туризма. Основой большинства современных фестивалей являются исторические события, праздники, традиции.

Существует две классификации событийного туризма: по масштабу события и по тематике события. Есть и несколько видов событийного туризма:

- национальные фестивали и праздники
- фестивали и выставки цветов
- модные показы
- аукционы
- фестивали кино и театра
- конкурсы
- спортивные события

Основными плюсами событийного туризма считаются всесезонность и высокая доходность.

Участники событийных туров имеют повышенные требования к средствам размещения, предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков. Особенность событийного туризма – это ежегодное пополнение новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных.

Олимпиада заняла прочное место в событийном туризме - летние и зимние Олимпийские игры. Крупным и стабильным сегментом событийного туризма в настоящее время являются "карнавальные" туры.

Событийный туризм неисчерпаем по содержанию, тем самым он является уникальным видом туризма.

Событийный туризм дает возможность людям не посещать выставки, фестивали, карнавалы, концерты, но и стать участниками величайших событий мира.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М., 2001.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб., 2001.
3. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. - Ростов н/Д: Феникс, 2003.
4. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003.
5. Соколова М.В. История туризма. - М.: Академия, 2004.