

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 -Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ Л.А. Понкратова
«__» _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Культурно-познавательный туризм: разработка нового тура по
центрам народных промыслов в Нижегородской области

Исполнитель
студент группы 234 об

Е.П. Харитонова

Руководитель
ст. преподаватель

Т.В. Соколенко

Нормоконтроль
инженер

О.В. Шпак

Благовещенск 2016

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 80 страниц, 4 таблицы, 32 рисунка и 1 приложение.

КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, НАРОДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ, ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ ТУРА

Объект исследования – культурно-познавательный туризм.

Предмет исследования – процессы развития культурно-познавательного туризма.

Главная цель данной бакалаврской работы заключается в разработке культурно-познавательного тура по центрам народных промыслов «Корзинка Нижегородских промыслов».

Задачи бакалаврской работы:

- 1) рассмотреть особенности развития культурно-познавательного туризма в России;
- 2) исследовать туристский потенциал для развития культурно-познавательного туризма в Нижегородской области ;
- 3) узнать организацию культурно-познавательного туризма в Нижегородской области;
- 4) исследовать спрос потенциальных туристов на культурно-познавательный тур по центрам народных промыслов;

Методами исследования, используемыми в ходе написания бакалаврской работы, является анализ документов, сравнительный анализ статистических данных, опрос, наблюдение.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Теоретические основы и развитие культурно-познавательного туризма	6
1.1 Основные понятия, классификация и содержание культурно-познавательного туризма	6
1.2 Технология разработки туров в культурно-познавательном туризме	17
1.3 Особенности развития культурно-познавательного туризма в России	22
2 Современное состояние культурно-познавательного туризма в Нижегородской области	27
2.1 Общая характеристика предприятия «ТВОЙ ТУР»	27
2.2 Анализ мотивации в туристской фирме «ТВОЙ ТУР»	41
3 Разработка культурно-познавательного тура по центрам народных промыслов «Корзинка Нижегородских промыслов» и его экономическое обоснование	61
3.2 Разработка программы культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»	64
3.3 Калькуляция культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»	69
Заключение	74
Библиографический список	75
Приложение А – Анкетирование	79

ВВЕДЕНИЕ

Культурно-познавательный туризм играет одну из основных ролей, как в современной индустрии отдыха, так и в жизни общества в целом, оказывая влияние на разнообразные аспекты его жизни, начиная бытом и досугом и заканчивая профессиональной его деятельностью.

Отличительной особенностью современной стадии развития туризма, как в России, так и в мире в целом является рост разнообразия видов и форм туристской деятельности. Наряду с этим, снижается значение более старых видов туризма, многие из которых, неоднократно подвергаясь инновационному воздействию и обновляясь формально, развиваются в русле традиционных для них концепций. К таким видам туризма также относится культурный туризм, который, несмотря на влияние новых тенденций в развитии туристской индустрии, остается востребованным и не теряет своей актуальности, имея большой потенциал для дальнейшего развития.

Актуальность данной бакалаврской работы заключается в том, что в последние годы стал заметен положительный сдвиг в сторону развития внутреннего и въездного туризма на территории Российской Федерации. Наличие крупного туристского потенциала Нижегородской области как сосредоточения центров русской культуры и уникальных народных художественных промыслов способны расширить географию туристских услуг среди культурно-познавательных туров и занять конкурентоспособные позиции.

Золотая хохлома, казаковская филигрань, городецкая, семеновская и полховско-майданская росписи и резьба по дереву, русская матрешка, ворсменские ножи из голубой стали, городецкая золотая вышивка и нижегородский гипюр известны не только в России, но и за рубежом. Нижегородская область обладает всем необходимым для полноценного туризма.

Объектом исследования в данной работе является культурно-познавательный туризм.

Предметом исследования являются процессы развития культурно-познавательного туризма.

Главная цель данной бакалаврской работы заключается в разработке культурно-познавательного тура по центрам народных промыслов «Корзинка Нижегородских промыслов» и его экономическом обосновании.

В ходе написания данной бакалаврской работы были поставлены следующие задачи:

- 1) рассмотреть особенности развития культурно-познавательного туризма в России;
- 2) исследовать туристский потенциал для развития культурно-познавательного туризма в Нижегородской области;
- 3) узнать организацию культурно-познавательного туризма в Нижегородской области;
- 4) исследовать спрос потенциальных туристов на культурно-познавательный тур по центрам народных промыслов;

Методами исследования, используемыми в ходе написания бакалаврской работы, является анализ документов, сравнительный анализ статистических данных, опрос, наблюдение.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

1.1 Основные понятия, классификации и содержание культурно-познавательного туризма

Культурно-познавательный туризм играет одну из основных ролей, как в современной индустрии отдыха, так и в жизни общества в целом, оказывая влияние на разнообразные аспекты его жизни, начиная бытом и досугом и заканчивая профессиональной его деятельностью.

В трудах различных авторов помимо термина культурно-познавательного туризма используются и другие схожие дефиниции, такие, как культурный, познавательный, экскурсионный. Так, термины, содержащиеся в русском языке, сходные с понятием культурно-познавательного туризма, в большинстве своем соответствуют единому английскому термину, звучащему, как «cultural» и означают вид туризма, который в широком смысле данного понятия подразумевает собой ознакомление туристов с историей и национальной культурой страны во всех ее аспектах: архитектурой, живописью, музыкой, театром, фольклором, традициями, обычаями и верованиями, образом и стилем жизни людей.

В своих трудах М.Д. Сущинская характеризует данный вид туризма как культурный и определяет его в качестве «перемещения индивидов за пределы их постоянного места проживания, мотивированное полностью или частично интересом культурных достопримечательностей, включая культурные события, музеи и исторические места, художественные галереи и музыкальные и драматические театры, концертные площадки и места традиционного времяпрепровождения местного населения, отражающее историческое наследие, современное художественное творчество и исполнительские искусства, традиционные ценности, виды деятельности и повседневный стиль жизни резидентов, с целью получения новой

информации, опыта и впечатлений для удовлетворения их культурных потребностей»¹.

Помимо сказанного, культурный туризм – это социально-экономическое явление, отдых населения в путешествии вне постоянного места жительства с целью познания окружающего мира, процесс знакомства с особенностями истории, быта и достопримечательностями определенного города, страны или региона².

В дополнение к вышесказанному, В.А. Квартальнов в своих трудах описывает культурный туризм в качестве вида туризма, имеющего своей главной целью ознакомление с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны. Другие авторы, такие, как Н.П. Крачило и Е.В. Кулагина уверены, что культурный туризм подразумевает собой посещение исторических и культурных, а также археологических и архитектурных достопримечательностей местности.

В дополнение к имеющимся определениям, Н.А. Седова считает, что если путешествие не включает в имеющуюся программу обслуживания экскурсионных услуг или прочих культурных мероприятий, таких, как посещение выставок, театров, концертов, творческих встреч, фестивалей и праздников и событий, то в данном случае осуществляемое путешествие является просто поездкой³. В данной работе будет использоваться понятие культурно-познавательного туризма.

Прежде, чем перейти к более подробному рассмотрению содержания культурно-познавательного туризма, необходимо раскрыть суть основополагающего его компонента, а именно культуры. Согласно итогам Всемирной конференции по политике в области культуры 1982 года в Мехико Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), было также сформулировано понятие культуры как «совокупности ярко выраженных черт, духовных и

¹ Сушинская М.Д. Культурный туризм. Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – с. 8

² Основы туристской деятельности : учебник для учащихся тур. лицеев и колледжей. – М., 1992. – с. 203

³ Седова Н.А. Культурно-просветительный туризм: учебное пособие. – Из-во Советский спорт, 2004. – с. 7

материальных, интеллектуальных и эмоциональных, характеризующих общество и социальную группу, охватывающих, помимо искусства и литературы, образ жизни, основные права человека, систему ценностей, традиции и взгляды»⁴.

Согласно материалам исследований М. Драгичевич-Шешич, культурный туризм в качестве своеобразного «путешествия в историю» преимущественно развит в тех государствах, в которых особое внимание уделяется ценности и сохранению культурный и исторических традиций людей, а также в тех, где подчеркивается важность развития национального самосознания среди различных этносов и народов, в частности представителей малых народностей, которые настроены против культурной ассимиляции.

Рассмотрев вышеприведенные определения, можно прийти к заключению, что главной задачей культурно-познавательного туризма является повышение уровня культуры людей в процессе совершения путешествия, а также удовлетворение их потребности в получении новой информации и познании культурных и исторических ценностей людей в месте назначения.

Приведенная информация также показывает, что культурно-познавательный туризм является таким видом туризма, в котором культура является фундаментом:

- 1) создания туристской аттрактивности дестинации;
- 2) мотивации туристской деятельности;
- 3) произведения и потребления туристских благ.

В зависимости от того, какими являются целевые приоритеты туриста и величины объема, потребляемых им культурных благ, глубины их освоения, выделяют несколько отдельных уровней культурно-познавательного туризма, представленных ниже (Рисунок 1):

⁴ Декларация Мехико по политике в области культуры//Культуры: диалог народов мира. – ЮНЕСКО, 1984. - с. 77



Рисунок 1 – Уровни культурно-познавательного туризма

Профессиональный культурный туризм базируется на приобретении деловых контактов. Первостепенной целью специализированного культурного туризма является удовлетворение культурных потребностей лица, совершающего путешествие. Неспециализированный культурный туризм основан на потреблении культурных благ, что является весьма важной составляющей путешествия и его непосредственной составляющей, но всё же не является главной целью. Сопутствующий культурный туризм предполагает наличие прочих целей путешествия, таких, как деловые, образовательные, научные, спортивные цели, однако включает в программу дополнительное потребление культурных благ. Что касается культурного квазитуризма, к нему относится перемещение резидентов данной территории, содержащее потребление культурных благ в качестве одного из мотивов совершения путешествия.

Значительный вклад в формирование концепции культурно-познавательного туризма внесла работа сербская исследовательница М.

Драгичевич-Шешич; в результате которой была сформулирована ещё одна известная классификация (Рисунок 2), получившая в дальнейшем широкое распространение среди профессиональных кругов. Данная классификация подразделяет культурно-познавательный туризм на следующие составляющие:



Рисунок 2 – Классификация культурно-познавательного туризма Драгичевич-Шешич

В свою очередь, М.Д. Сущинская предлагает иную классификацию, основываясь на зависимости от базового культурного ресурса и, тем самым, подразделяет культурно-познавательный туризм на следующие виды⁵:

- 1) туризм наследия;
- 2) тематический туризм;
- 3) арт-туризм;
- 4) событийный культурный туризм;
- 5) туризм впечатлений;
- 6) экоккультурный туризм;
- 7) креативный культурный туризм.

⁵ Сущинская М.Д. Культурный туризм. Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – с. 38-57

Туризм наследия можно по-другому называть культурно-историческим туризмом. Данный вид туризма характеризуется проявлением интереса туристами в отношении истории и общих культурных ценностей людей, которые проявляются в аутентичных памятниках и традициях. Туристы в данном случае воспринимают культуру в качестве средства просвещения и удовлетворения потребности в познании.

Что касается тематического туризма, отличительным его свойством является сосредоточение восприятия лица, совершающего путешествие на основе каких либо отдельных аспектов и черт истории и культуры дестинации. Тематические туры подразумевают собой комплексность как материальных, так и нематериальных компонентов ресурсов, которые связаны между собой общей темой и тактикой её раскрытия в ходе реализации тура.

Арт-туризм в первую очередь связан с интересом к современным процессам в различных областях творчества и искусства. Также для участников арт-туризма свойственно принимать участие в различных культурных акциях, посвященным искусству.

Креативный культурный туризм заключается в стремлении туристов развиваться в творческом и духовном плане и подразумевает собой личную созидательную деятельность участника путешествия, которая способствует его самосовершенствованию и достижению собственных жизненных установок. Экокультурный туризм реализует интерес в формировании нового культурного опыта в форме деятельного участия в осуществлении традиционного уклада жизни места сохранившегося, реконструированного или современного. Экокультурный туризм посвящен формированию нового культурного опыта туристов, который проявляется путем вовлечения в традиционный образ жизни места. Такой вид туризма базируется на изучении местного колорита и желании стать участниками реальной жизни носителей культуры, а не ее инсценировки либо реконструкции.

Туризм впечатлений включает в себя познание местности туристом путем приобретения личного эмпирического опыта, основываясь на вовлечение в среде местности пребывания. Более того, данный вид туризма способствует формированию и стимулированию различных эмоциональных и чувственных проявлений человека, тем самым создавая яркие воспоминания в жизни туриста.

Событийный культурный туризм формирует желание использования эксклюзивных культурных благ, потребление которых характеризуется строгим ограничением, как в пространстве, так и во времени. Данный вид туризма также способен значительно повысить узнаваемость дестинации и улучшить представление и впечатление о ней в глазах как реальных, так и потенциальных туристов.

Наряду с прочими классификациями, необходимо уделить внимание еще одной весьма информативной классификации культурно-познавательного туризма автора Е.В. Мошняга, которая подразделяет его на 8 основных видов (Рисунок 3). Несмотря на некоторые схожие выделенные виды культурно-познавательного туризма с классификацией предыдущего автора, в последней содержатся аспекты, не затронутые Сущинской.



Рисунок 3 – Классификация культурно-познавательного туризма согласно

Е.В. Мошняга

Основное содержание данных видов туризма представлено ниже:

1. Культурно-исторический – интерес к истории страны, посещение исторических памятников и памятных мест, тематических лекций по истории и прочих мероприятий.

2. Культурно-событийный – интерес к старинным традиционным или современным постановочным культурным мероприятиям или событиям (праздникам, фестивалям) и участие в них.

3. Культурно-религиозный (интерес к религии или религиям страны, посещение культовых сооружений, мест паломничества, тематических лекций по религии, знакомство с религиозными обычаями, ритуалами и обрядами).

4. Культурно-археологический – интерес к археологии страны, посещение памятников древности, мест раскопок, участие в археологических экспедициях).

5. Культурно-этнографический – интерес к культуре этноса (народа или народности), объектам, предметам и явлениям этнической культуры, быту, костюму, языку, фольклору, традициям и обычаям, этническому творчеству.

6. Культурно-этнический – посещение родины предков, знакомство с культурным наследием своего исконного народа, этнических заповедных территорий, этнических тематических парков.

7. Культурно-антропологический – интерес к представителю этноса в развитии, с точки зрения эволюции, посещение страны с целью знакомства с современной «живой культурой».

8. Культурно-экологический – интерес к взаимодействию природы и культуры, к природно-культурным памятникам, посещение природно-культурных ансамблей, участие в культурно-экологических программах.

Основополагающим фундаментом, способствующим последующему развитию культурно-познавательного туризма, а также наиболее важным элементом комплекса данного вида туризма является культурного наследия. Пространства, которые формируются благодаря культурным и историческим

объектам, во многом определяют преимущественное сосредоточение туристских потоков и направления создаваемых маршрутов.

Наиболее важным элементом культурно-познавательного туризма является культурное наследие. Под «культурным наследием» подразумевается «совокупность всех объектов и явлений материальной и нематериальной (духовной) культуры народа, народности, этнической группы, созданных прошлыми поколениями и передающихся следующим поколениям, являющихся основой для сохранения культурной самобытности, фактором сплочения нации и представляющих универсальную ценность с точки зрения истории, эстетики, этнологии, антропологии, искусства, науки, и являющихся, таким образом, достоянием всего человечества»⁶.

Необходимый набор ресурсов для развития культурно-познавательного туризма способна предоставить практически любая территория, однако цель продвижения данного вида туризма в более глобальных масштабах может быть достигнута лишь при наличии концентрации различных объектов, относящихся к культурному наследия.

Ниже представлена одна из наиболее распространенных классификаций объектов культурного наследия, которая подразделяет их на следующие объекты:

- 1) памятники археологии;
- 2) культовая и гражданская архитектура;
- 3) памятники ландшафтной архитектуры;
- 4) малые и большие исторические города;
- 5) сельские поселения;
- 6) музеи, театры, выставочные залы и другие;
- 7) социокультурную инфраструктуру;
- 8) объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства;
- 9) технические комплексы и сооружения.

⁶ Мошняга Е.В. Научные труды Московского гуманитарного университета. 2005. - Выпуск 55. - С.128-147.

Более того, культурное наследие, подразделяется на материальное и нематериальное. К материальному культурному наследию принято относить достижения человечества в области культуры, а также его исторический опыт, который находит выражение в рукотворных объектах и предметах, которые являются значимыми для глобального общества. Согласно информации Центрального совета Всероссийского общества охраны памятников истории и культуры, к объектам материальной культуры относятся:

- 1) памятники;
- 2) мемориальные квартиры;
- 3) мавзолеи, отдельные захоронения;
- 4) произведения монументального искусства;
- 5) объекты науки и техники, включая военные;
- 6) следы существования человека;
- 7) ансамбли;
- 9) произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства, некрополи;
- 10) достопримечательные места, в том числе места бытования народных художественных промыслов;
- 11) центры исторических поселений или фрагменты градостроительной планировки и застройки;
- 12) памятные места, культурные и природные ландшафты;
- 13) культурные слои, остатки построек древних городов, городищ, селищ, стоянок;
- 14) места совершения религиозных обрядов.

В отношении нематериального культурного наследия в течение долгого времени не было сформулировано единого понятия вплоть до 2003 года, когда была принята Конвенция ЮНЕСКО о сохранении нематериального культурного наследия и озвучено официальное определение данного понятия в статье второй текущей Конвенции.

Данное определение гласит, что нематериальное культурное наследие «обозначает обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и, в некоторых случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия».

В данной Конвенции также поднимается аспект непосредственных проявлений нематериального культурного наследия, к которым относятся:

- 1) Устные традиции и формы выражения, в том числе язык как носитель нематериального культурного наследия;
- 2) Исполнительские искусства, в том числе актёрская игра, музицирование, пение, танцы и прочее;
- 3) Обычаи, обряды, праздники;
- 4) Знания и обычаи, относящиеся к природе и вселенной;
- 5) Знания и навыки, связанные с традиционными ремёслами.

Согласно исследованиям В.А. Квартального, культурное наследие подразделяется на следующие категории:

- 1) Достояние, преимущественно используемое туристами (фестивали, представления, памятники, районы, преимущественно посещаемые туристами и прочее);
- 2) Достояние смешанного пользования (менее значительные исторические памятники и музеи, театры, места, посещаемы экскурсантами, заповедники и прочее);
- 3) Достояние, в основном используемое местным населением (объекты религиозного культа и гражданские сооружения, кинотеатры, библиотеки и другое).⁷

Подводя анализ вышеприведенным подходам, хотелось бы выразить мнение касательно них, о том, что подобное разделение культуры на материальную и нематериальную составляющие также оказывает влияние на культурно-познавательный туризм путем появления в нем новых подвидов,

⁷ Квартальный В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с. 120-121.

таких, как этнический и этнографический, которые зачастую связанные непосредственно с ознакомлением с местной средой дестинации и направлены на познание нематериальной культуры, чего раньше не проявлялось в массовых масштабах.

В направление культурно-познавательного объекта также входят и другие объекты, которые имеют отношение к истории, культуре и жизнедеятельности людей. К таким объектам можно отнести различные предприятия промышленности, аграрный сектор, транспортную систему, учреждения научные и образовательные, театры, спортивные сооружения, ботанические сады, зоопарки, планетарии, океанарии, этнографические и фольклорные достопримечательности, народные художественные промыслы, а также народные обычаи, традиции и обряды и так далее.

Необходимо также подчеркнуть, что усовершенствование культурно-познавательного туризма оказывает положительное влияние на сохранение, возрождение и поддержание имеющихся народных промыслов, традиций и фольклора.

Обобщая сказанное, можно прийти к выводу, что в современной индустрии туризма в сфере организации культурно-познавательного туризма культурное наследие находит применение и продолжает поддерживать свою актуальность на рынке туристских услуг.

Таким образом, разнообразие концепций и подходов к определениям и классификации культурно-познавательного туризма способствует расширению количества аспектов, вовлеченных в данный вид туризма и в дальнейшем данная разработанная информация может оказаться весьма полезной при проведении исследования и детальном анализе составляющих индустрии культурно-познавательного туризма.

1.2 Технология разработки туров в культурно-познавательном туризме

Раскрывая аспект технологии разработки туров в культурно-познавательном туризме, в первую очередь необходимо раскрыть данное

понятие, которое заключается в совокупности методов выявления потребностей и предпочтений потребителей в выбранном виде туризма, методов подбора соответствующих услуг и товаров и объединения их в единый комплекс с последующим формированием, то есть реализацией этого комплекса путем заключения договоров с предварительно подобранными поставщиками услуг, а также приданием туристскому продукту товарного вида.

В соответствии с Федеральным Законом «об основах туристской деятельности в Российской Федерации»⁸ туристский продукт – это право на тур, предназначенное для реализации туристу. Также в данном законе представлен такой термин, как тур - комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов - переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия. Документом, дающим право на тур, является туристская путевка или ваучер.

Туристская путевка - документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта;

Туристский ваучер - документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания.

Необходимо отметить, культурно-познавательные туры подразделяются на стационарные туры и маршрутные туры. Сущность стационарных туров заключается в том, что туристы пребывают в одном туристском центре или городе в течение всей продолжительности осуществляемого тура. Маршрутные туры, в свою очередь, предполагают посещение определенного количества туристских центров или городов, в определенно составленной последовательности, выстроенных в форме маршрута совершаемого путешествия. В процессе составления программы тура необходимо уделить внимание наличию свободного времени для

⁸Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс]
Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462

туристов с целью предоставления им возможности самостоятельного осмотра города, достопримечательностей и знакомства с его магазинами. В тех городах, на посещение которых выделяется всего 1 день, свободное время может быть не предусмотрено или жестко ограничено. Обычно это зависит от построения программы тура, общей нагрузки и обилия достопримечательных объектов, запланированных для показа туристам.

В соответствии с ГОСТ 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг» от 21.06.94 № 177, туристский маршрут – это предварительно намеченный путь туристского похода (экскурсии, путешествия), характеризующийся определенным порядком перемещения туристов по географическим точкам.

Различают такие типы маршрутов, как линейные, кольцевые, радиальные и комбинированные.

Линейный маршрут - путь следования, начало, и окончание которого происходят в разных географических пунктах пребывания.

Кольцевой маршрут - путь следования, начало, и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания.

Радиальный маршрут - путь следования, начало, и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, располагаясь в котором турист совершает путешествия в другие пункты пребывания, возвращаясь в пункт начала путешествия.

Комбинированный маршрут - путь следования, который содержит в себе элементы линейного, кольцевого и радиального маршрутов в той или иной комбинации.

Рынок культурно-познавательного туризма весьма обширен. Он в наименьшей степени подвержен влиянию возрастной категории туристов и преимущественно опирается на круг их интересов и предпочтений. Многие вещи способны заинтересовать человека, в особенности, когда это отличается от того, что он привык видеть в повседневной жизни, поэтому в процессе изучения рынка культурно-познавательного туризма и

непосредственного формирования особое внимание необходимо уделять освещению именно данных сторон туристского маршрута. Главенствующую роль в таких программах играют экскурсионно-познавательные и культурные мероприятия, направленные на удовлетворение любопытства туристов и их потребностей в познании. Более конкретно тур описывается в кратком содержании специализированной программе обслуживания туристов. Программа обслуживания туристов - перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенных последовательности, времени, месте и условиях обслуживания. Так, разработка программы обслуживания включает (Рисунок 4):

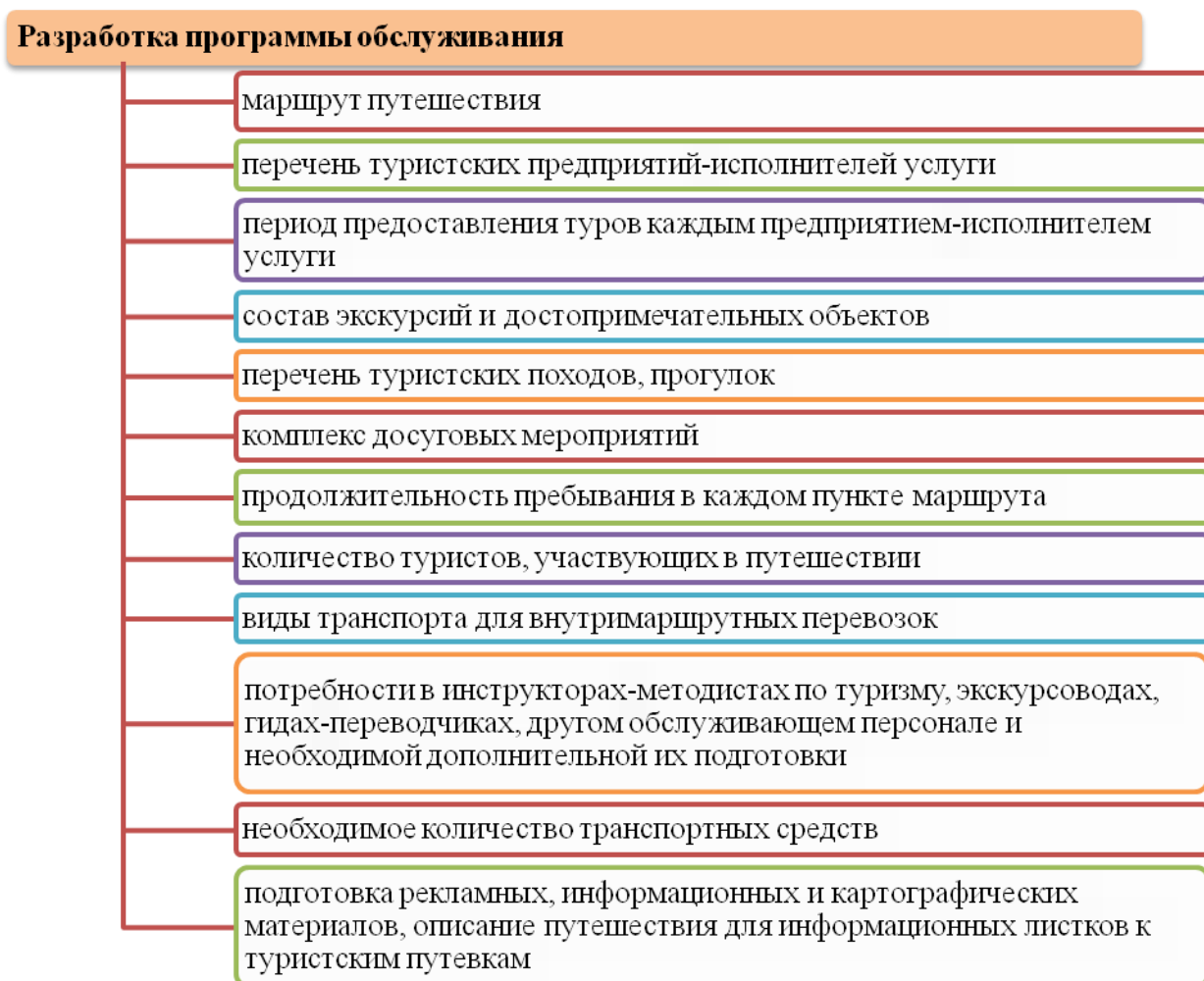


Рисунок 4 – Структура программы обслуживания

С точки зрения формирования программ обслуживания, культурно-познавательные туры, преимущественно, обладают конкретной тематической

направленностью. Данная тематика становится базисом для последующего определения набора услуг, как основных, так и дополнительных и сопутствующих, который войдет в состав тура и будет в полной мере соответствовать поставленной цели совершаемого путешествия.

В процессе организации культурно-познавательного тура, с целью наиболее полного соответствия выбранной тематике тура, немаловажную роль в данном случае играет экскурсионное обслуживание, а также участие в разноплановых культурных мероприятиях, имеющих своей целью удовлетворение интереса и потребностей туриста.

Ключевым фактором, оказывающим максимальное внимание на успех туристского продукта, является его стоимость, по которой он предлагается на рынок. Туроператоры определяют цену пакета самостоятельно, преимущественно ориентируясь на понесенные затраты при приобретении услуг, а также с учетом расчетной величины на покрытие других расходов и, наконец, включения установленного процента прибыли.

Процент прибыли, закладываемый в цену пакета тура на покрытие других затрат, отчисление в фонды, на заработную плату и чистую прибыль, колеблется в пределах от 10% до 30 %.⁹

Что касается структуры туров, то в данном случае структура туров варьируется в зависимости от страны пребывания, состава туристов, их покупательной способности, типа поведения, имеющегося ассортимента и качества услуг.

Также необходимо подчеркнуть тот факт, что разработка культурно-познавательного тура для туристских предприятий является весьма актуальным и перспективным направлением, способствующим увеличению спроса на услуги исследуемой организации. Более того, она предполагает определенные трудности, требующие квалифицированного подхода к разработке нового туристского продукта, что позволит расширить в

⁹ Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2002. - С. 23.

дальнейшем перечень предлагаемых услуг и приведет к успешной конкуренции на соответствующем сегменте рынка.

1.3 Особенности развития культурно-познавательного туризма в России

Прежде, чем приступить к обсуждению особенностей развития культурно-познавательного туризма в Российской Федерации, необходимо подчеркнуть неоспоримый факт наличия значительного туристского потенциала территорий страны для развития внутреннего туризма и приёма иностранных туристов. Главной отличительной особенностью России в аспекте культуры является географическое расположение на стыке двух частей света – Европы и Азии, что означает соседство европейской и азиатской культур, в совокупности с богатым историческим и культурным наследием создающих устойчивый фундамент для развития культурно-познавательного туризма в России.

Подобные сложившиеся условия напрямую способствуют развитию данного вида туризма, который способен сформировать привлекательный имидж России наряду с наиболее аттрактивных стран посещения для туристов. Приграничное географическое положение, соседство с большим количеством государств также является положительным фактором для развития культурно-познавательного туризма.

Более того, одним из подтверждений значимости культурного наследия России является тот факт, что 16 культурных памятников на данный период времени входит в Список Всемирного культурного и природного наследия (таблица 1).

Таблица 1 – Памятники культурного наследия России, входящие в Список Всемирного культурного и природного наследия

№	Название объекта	Дата занесения в список
1	2	3
1	Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников	1990 год

Продолжение таблицы 1

1	2	3
2	Кижский погост	1990 год
3	Московский Кремль и Красная Площадь	1990 год
4	Белокаменные памятники Владимира и Суздаля	1992 год
5	Историко-культурный комплекс Соловецких островов	1992 год
6	Исторические памятники Великого Новгорода и окрестностей	1992 год
7	Архитектурный ансамбль Троице-Сергиевой лавры в городе Сергиев Посад	1993 год
8	Церковь Вознесения в Коломенском, Москва	1994 год
9	Ансамбль Ферапонтова монастыря	2000 год
10	Историко-архитектурный комплекс Казанского Кремля	2000 год
11	Куршская коса	2000 год
12	Цитадель, Старый город и крепостные сооружения Дербента	2003 год
13	Ансамбль Новодевичьего монастыря в Москве	2004 год
14	Геодезическая дуга Струве	2005 год
15	Исторический центр Ярославля	2005 год
16	Болгарский Историко-Археологический комплекс	2014 год

Тем не менее, необходимо обратить внимание на тот факт, что наличие обширного туристского потенциала не является панацеей, так как наличие прочих тормозящих факторов также оказывает значительное влияние на развитие культурно-познавательного туризма в России. Это также связано с тем, что туристская индустрия вовлекает в себя большое количество других отраслей, которые вносят свой вклад в качество создаваемого туристского продукта.

Таким образом, основные условия, важные для дальнейшего развития культурно-познавательного туризма в Российской Федерации, заключаются в создании качественных туристских продуктов, ведении грамотно спланированной маркетинговой стратегией продвижения туристского продукта по различным каналам сбыта, как на внутреннем туристском рынке, так и на зарубежном. Более того, необходимо подчеркнуть важность правильного осуществления на практике различных механизмов ведения рекламной деятельности, подготовки профессиональных квалифицированных кадров с целью повышения общего уровня сервиса на

предприятиях обслуживания, а также создание благоприятного инвестиционного климата для вложений инвесторов в развитие туристской индустрии и материально-технической базы, обеспечивающих комфортные условия при невысоких ценах¹⁰.

В связи со сложившимися обстоятельствами в различных аспектах жизни страны, Россия на данный момент не в полной мере использует имеющийся рекреационный потенциал и находится лишь в процессе развития туристской отрасли, отставая по своим позициям от многих стран-лидеров туристского рынка. К ряду таких обстоятельств относятся:

1) несоответствие состояния дорожно-транспортного обслуживания международным требованиям;

2) несоответствие гостиничной базы мировым стандартам, в частности, классности гостиниц и уровню сервиса в них;

3) завышение стоимости на гостиничного и ресторанного обслуживания в городах;

4) несовершенство законодательного и экономического стимулирования российского въездного и внутреннего туризма на государственном и местном уровне;

5) недостаточный уровень квалифицированной организации услуг туристов, что впоследствии формирует негативный имидж как конкретному туристскому центру, так и стране в целом.

Необходимо отметить тот факт, что большое значение в Российской реальности в условиях высокой конкуренции на туристском рынке играет квалификация управляющих и уровень сервисного обслуживания. В последние несколько лет стала заметна тенденция к развитию данного аспекта в центральных городах России, таких, как Москва, Санкт-Петербург, Казань. Однако в прочих регионах проблема подготовки кадров всё ещё существует. На данный момент весьма необходимо уделить должное

¹⁰ Мазуров Ю.Л. Охраняемые территории природного и культурного наследия//Вестник МГУ. Сер. 5, География.— 2008. № 4. – С. 7 - 14

внимание, с целью повышения имиджа регионов и страны в целом. Более того, грамотно обученные специалисты в своих областях будут быстрее и более безболезненно адаптироваться к изменениям и инновациям в индустрии.

Более того, в связи с падением курса российской валюты в 2014 году, Российская Федерация стала одним из наиболее доступных по ценовой категории туристских направлений для туристов из многих стран мира. Однако это не повлекло за собой значительного всплеска туристских потоков, так как политическая ситуация в отношении России негативно повлияла на имидж России и значительная доля туристов из стран Америки и Европы отказалась от поездок в страну, тем самым, согласно данным Ассоциации туроператоров России, потоки иностранных туристов снизились на 30%-40% в сравнении с предыдущим годом, что, в свою очередь, отразилось и на положении культурно-познавательного туризма.

Одним из важных рычагов регулирования и способов влияния на развитие туристской отрасли, в частности, культурно-познавательного туризма, стало утверждение государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы, основными целями которой являются:

- 1) реализация стратегической роли культуры как духовно-нравственного основания развития личности и государства, единства российского общества;
- 2) развитие туризма для приобщения граждан к мировому культурному и природному наследию.

Данной программой на установленный период были поставлены следующие задачи:

- 1) сохранение культурного и исторического наследия народа;
- 2) обеспечение доступа граждан к культурным ценностям и участию в культурной жизни, реализация творческого потенциала нации;

3) повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма;

4) создание благоприятных условий для устойчивого развития сфер культуры и туризма.

В связи с особенностями географического расположения, Россия не способна позиционировать себя в качестве страны, предназначенной для массового въезда с целью наиболее популярного типа рекреации в виде летнего пляжного отдыха, за исключением отдельных её территорий.

В свою очередь, культурно-исторический потенциал территорий Российской Федерации огромен и при грамотном продвижении территорий, сконцентрированных на целевых и наиболее вероятных и выгодных туристских рынках, как внутренних, так и иностранных, развитие данного вида туризма будет способно улучшить имидж страны, а также сделать туризм в стране наиболее прибыльной отраслью в экономике страны.

Несмотря на имеющиеся проблемы, в условиях глобализации всё большее количество туристов желают перешагнуть пространственные барьеры в надежде приобщения к другой культуре, познания новой уникальной информации и получения ярких впечатлений.

Таким образом, проблема культурно-познавательного является открытой и в будущем способна стать одним их наиболее значимых аспектов развития культурной и экономической составляющей России.

2 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Туристский потенциал для развития культурно-познавательного туризма в Нижегородской области

Прежде, чем приступить к рассмотрению туристского потенциала Нижегородской области, необходимо разобраться непосредственно в определяющем термине. Туристский потенциал региона - это совокупность природных, историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории.¹¹ Также А.В. Даринский полагает, что «туристский потенциал – это туристские ресурсы, туристская индустрия и туристская инфраструктура».

Говоря о туристском потенциале для развития культурно-познавательного туризма в Нижегородской области, следует дать общую характеристику региона, а также уделить особое внимание таким аспектам, как инфраструктурные ресурсы, включающие в себя предприятия размещения и питания, транспортное обслуживание, предприятия развлечений и досуга, а также туристского и экскурсионного обслуживания и другие предприятия. В связи с тем фактом, что туристские ресурсы являются главным фактором, определяющим ведущие виды туризма в том или ином регионе страны, необходимо рассмотреть данные касательно культурно-исторических ресурсов Нижегородской области, как материальных, так и духовных, которые выступают в качестве основной предпосылки непосредственно культурно-познавательных видов отдыха.

Нижегородская область обладает богатым туристским потенциалом, однако в силу исторических особенностей данного субъекта, а именно вследствие того, что до 1991 года область была закрытой для въезда российских и иностранных туристов, темпы туризма только в последние 25

¹¹ Святохо Н. В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона // Экономика и управление. - 2007. - №2. - С.30-36.

лет стали набирать обороты в данной области. Несмотря на данные события, Нижегородская область имеет весьма выгодное и важное экономико-географическое положение в регионе, что дает субъекту ряд определенных преимуществ и способствует бурному развитию области. Во-первых, это статус области в качестве столицы Приволжского федерального округа, что означает наличие крепких и стабильно развивающихся связей с Центральной Россией, а также другими субъектами, входящими в состав Приволжского федерального округа, в сфере торговли, экономики и туризма.

Более того, Нижегородская область входит в Центральный рекреационный район, который является регионом с самым высоким уровнем урбанизации населения. Что касается туризма, по территории данного рекреационного района пролегает наибольшее количество представленных в России маршрутов экскурсионного типа. Центральный район ориентирован на познавательный туризм общенационального значения.

Также на территории Центрального района располагаются органы управления туризмом, как регионального уровня, так и федерального. Основными туристскими центрами здесь выступают областные центры субъектов района, а также другие исторические города. Так, до 2010 года в список исторических городов России наряду с Нижним Новгородом входило еще 14 населенных пунктов Нижегородской области. Однако в связи с внесением изменений в данный список в 2010 году, в данном списке сохранился лишь город Арзамас Нижегородской области, тогда, как всего список ныне насчитывает 41 исторический город.

В Нижегородской области преимущественно развиваются такие виды туризма, как круизный, культурно-познавательный, экологический, приключенческий, событийный туризм, деловой, лечебно-рекреационный и религиозный.

Говоря об историко-культурном наследии области и потенциале именно в сфере культурно-познавательного туризма, необходимо сказать, что на ее территории располагается множество уникальных памятников

архитектуры, истории и культуры, что стало значимым поводом для ЮНЕСКО включить Нижний Новгород в число ста городов со всего мира, представляющих собой историческую и культурную ценность.

Нижегородская область располагает богатым уникальным историко-культурным наследием. Так, нижеприведенная круговая диаграмма демонстрирует число объектов культурного наследия (Рисунок 5) на конец 2014 года согласно данным Росстата, в долевом соотношении с Приволжским федеральным округом (ПФО) и Российской Федерацией (РФ).

Число объектов культурного наследия в РФ, ПФО и Нижегородской области

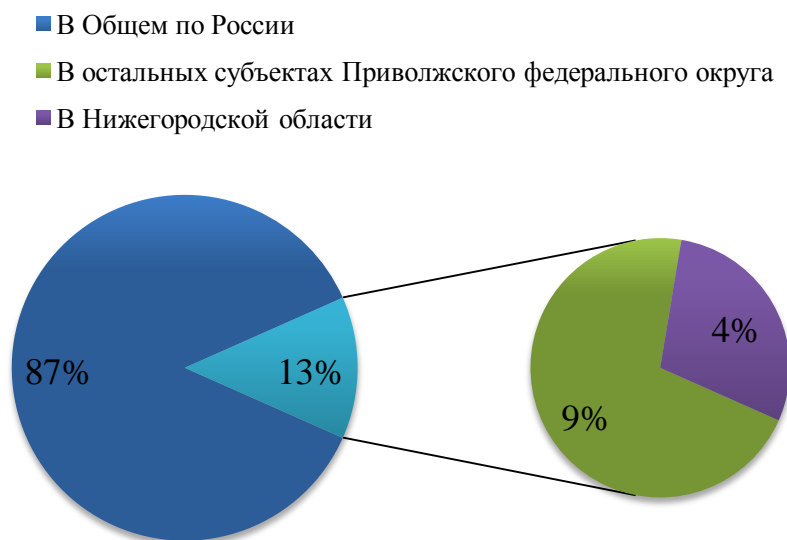


Рисунок 5 – Число объектов культурного наследия в РФ, ПФО и Нижегородской области

В соответствии с наиболее актуальными данными статистики, в России насчитывается 91726 объектов культурного наследия, которые включают в себя 86614 памятников истории, искусства, градостроительства и архитектуры, 4307 ансамблей, 805 достопримечательных мест. Приволжский федеральный округ располагает 12191 объектом культурного наследия, что составляет 13 процентов от общего количества в стране. В свою очередь, 3538 объектов в Нижегородской области в составе округа составляют 4 процента от общего числа имеющихся объектов культурного наследия в

России. Необходимо отметить, что количество объектов культурного наследия Нижегородской области превосходит все остальные субъекты, входящие в состав Приволжского Федерального округа и входит в десятку регионов, лидирующих по количеству памятников культуры. Так, можно сказать, что доля культурного наследия области относительно страны является достаточно высокой, учитывая, что оставшиеся 96 процентов приходятся на 84 субъекта Российской Федерации.

Объекты культурного исторического наследия Нижегородской области также подразделяются в зависимости от значимости на объекты федерального, регионального и местного, муниципального, значения (Рисунок 6). Объекты культурного наследия Нижегородской области распределены следующим образом: из 3538 объектов, представленных на территории субъекта, 1108, 2404 и 26 объектов являются объектами федерального, регионального и муниципального значения соответственно.

Число объектов культурного наследия Нижегородской области федерального, регионального и муниципального значения

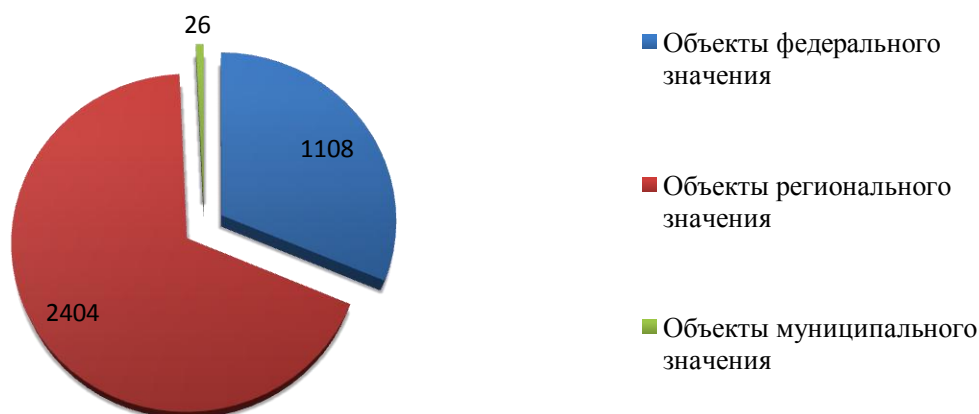


Рисунок 6 – Число объектов культурного наследия Нижегородской области федерального, регионального и муниципального значения

Что касается объектов археологического наследия, то, в общем, по России насчитывается 80812 объектов, в Приволжском федеральном округе расположено 10708 объектов археологического наследия, что в долевом

соотношении составляет 13 процентов от общего числа в стране (Рисунок 7). Нижегородская область имеет 929 объекта, что составляет 1 процент от общей суммы, что является заметно меньшим показателем в сравнении с долей объектов культурного наследия Нижегородской области.

Число объектов археологического наследия в РФ, ПФО и Нижегородской области

- В Общем по России
- В остальных субъектах Приволжского федерального округа
- В Нижегородской области

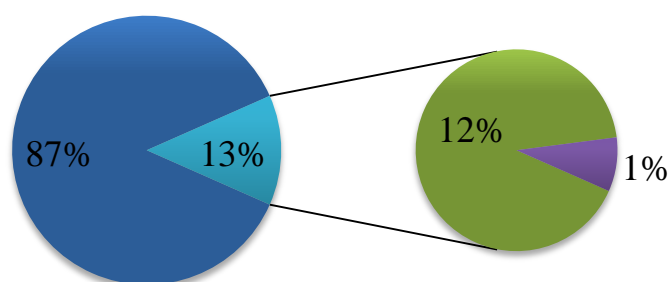


Рисунок 7 – Число объектов археологического наследия в РФ, ПФО и Нижегородской области

Осмысление, познание и применение наследия в ходе времени реализовалось в формировании специализированных институтов, таких, как музеи, библиотеки, архивы. Музеи в настоящее время являются важнейшими институтами, которые способны осуществить сохранение и популяризацию различных объектов наследия человечества среди населения, а также выступают одними из основных учреждений, посещаемых туристами в ходе совершения культурно-познавательных туров. Тем самым, количество музеев напрямую влияет на туристский потенциал рассматриваемой территории, в данном случае, Нижегородской области.

Согласно последней официальной статистике Росстата, на конец 2014 года в России насчитывается 2731 музей. В Приволжском федеральном округе расположено 606 музеев, что составляет 22 процента от общего числа музеев в стране (Рисунок 8). Непосредственно в Нижегородской области

имеется 65 музеев, доля которых составляет 2 процента от всех музейных учреждений в Российской Федерации.

Число музеев в РФ, ПФО и Нижегородской области



Рисунок 8 – Число музеев в РФ, ПФО и Нижегородской области

Что касается потенциала Нижегородской области касательно возможности привлечения иностранных туристов, одним из влияющих на это факторов является большое количество иностранных культурных центров, расположенных на территории области (Рисунок 9).



Рисунок 9 – Перечень иностранных культурных центров на территории Нижегородской области

В дополнение к вышеперечисленным центрам, необходимо отметить еще один важный аспект международного сотрудничества Нижегородской области, влияющий на развитие туристского потенциала субъекта, а именно факт, что Нижний Новгород состоит в тесных связях с 10-ю городами-побратимами и 3-мя городами-партнерами разных государств, в сфере взаимного социального, культурного, экономического развития, а также развития в сфере туризма. К городам-партнёрам относится Больнья (Италия), Брно (Чехия), Лейпциг (Германия).

К числу городов-побратимов относятся следующие города:

- 1) Тампере (Финляндия);
- 2) Линц (Австрия);
- 3) Филадельфия (США);
- 4) Цзинань (Китай);
- 5) Эссен (Германия);
- 6) Харьков (Украина);
- 7) Матансас (Куба);
- 8) Сувон (Южная Корея);
- 9) Новисад (Сербия)
- 10) Минск (Беларусь).

Транспортная инфраструктура Нижегородской области отличается своим разнообразием предлагаемых туристам типов передвижения, как по территории области, так и за её пределами.

Нижний Новгород является центром сосредоточения основных транспортных узлов и предприятий области. Расположение города на месте пересечения значимых железнодорожных, автомобильных, авиационных, а также водных транспортных путей создает ряд преимуществ для развития туризма в Нижегородской области. Более того, столица Поволжья входит в состав двух крупных трансевропейских коридоров, а именно «Север – Юг» и «Запад – Восток».

Международный аэропорт Нижнего Новгорода «Стригино» является одним из наиболее старых в России и функционирует с 1923 года. Расположен аэропорт в 18 километрах от Нижнего Новгорода, а также имеет автомобильное сообщение с городами: Москва, Самара, Казань, Киров. Что касается пассажиропотока данного аэропорта, то он весьма высок и, согласно статистике, на конец 2014 года насчитывал 1134874 человека, а количество рейсов составило 9449.

Через территорию области пролегают автомобильные трассы, как областного, так и федерального значения, по которым осуществляют своё движение различные автобусные маршруты.

К трассам федерального значения относятся следующие трассы:

- 1) М7 «Волга» (Москва – Владимир – Нижний Новгород – Кстово – Работки – Лысково – Воротынец – Чебоксары – Казань - Уфа);
- 2) Р158 (Нижний Новгород – Саратов).

К трассам областного, регионального, значения относятся следующие нижеприведенные трассы:

- 1) Р72 (Владимир – Муром – Навашино - Арзамас);
- 2) Р81 (Кинешма – Елнать – Юрьевец – Пучеж - Чкаловск);
- 3) Р125 (Нижний Новгород – Богородск – Павлово – Вача – Навашино – Муром – Касимов – Ряжск);
- 4) Р152 (Нижний Новгород – Балахна – Заволжье – Иваново – Ростов);
- 5) Р157 (Урень – Шарья – Никольск – Котлас);
- 6) Р159 (Нижний Новгород – Семенов – Красные Баки – Шахунья – Яранск);
- 7) Р160 (Линда – Городец – Заволжье);
- 8) Р161 (Навашино – Выкса);
- 9) Р162 (Работки – Большое Мурашкино – Княгинино – Сергач – Сеченово – Порецкое).

В населенных пунктах данные маршруты принимают локальные автовокзалы. Что касается Нижнего Новгорода, здесь транспорт прибывает и отправляется с автовокзала «Щербинки» и «Канавинской» автостанции.

Автовокзал «Щербинки» реализует маршруты по направлениям:

- 1) Арзамасское;
- 2) Лысковское;
- 3) Мурашкинское;
- 4) Павловское.

Автостанция «Канавинская» представлена следующими направлениями:

- 1) Балахнинское;
- 2) Борское;
- 3) Лысковское;
- 4) Московское;
- 5) Семёновское;
- 6) Пригородные маршруты.

Непосредственно в Нижнем Новгороде можно воспользоваться такими видами общественного транспорта, как метро, автобус, троллейбус и трамвай. На территории города функционирует 61 автобусный маршрут, 18 троллейбусных маршрутов и 15 трамвайных маршрутов.

Через историческую часть города пролегает маршрут трамвая №11, который работает как в качестве общественного транспорта, так и экскурсионного трамвая под названием «Первый трамвай России». Экскурсия пролегает по историческим местам и улицам Нижнего Новгорода а также включает элементы пешеходной экскурсии по Нижегородскому Кремлю и пешеходной улице города Большой Покровской.

В Нижнем Новгороде действует свой метрополитен, который располагает двумя ветками: «Волга» – «Буревестник» и «Горьковская» – «Парк культуры». Метро представлено 17-ю станциями, лишь одна из

которых, а именно «Горьковская» расположена в центральной части города. Остальные находятся в заречных его районах.

Нижний Новгород также входит в систему крупного транспортного узла Горьковской железной дороги, и является связующим звеном Центрального, Северо-Западного и Северного районов Российской Федерации с Поволжьем, Сибирью и Уралом. Вокзал Нижнего Новгорода назван Московским и является, в свою очередь, центральной транспортной развязкой Нижегородской области, куда прибывают электрички, поезда и международные автобусные маршруты. Что немаловажно для развития туристского потенциала Нижегородской области, с 2013 года был запущен скоростной электропоезд «Ласточка», который проходит расстояние по маршруту Москва – Нижний Новгород за 4 часа 5 минут. Также в 2015 году вместо уже курсирующих с 2010 года «Сапсанов» были введены в эксплуатацию электропоезда, именуемые «Стриж», преодолевающие тот же путь за 3 часа 35 минут.

Благодаря удачному географическому расположению в месте слияния двух рек Волги и Оки, значительно развитие получило именно речное судоходство Нижнего Новгорода. По маршруту «Нижний Новгород – Бор» курсирует специализированное речное такси. Также большое распространение получили прогулочные теплоходы, а также экскурсионно-прогулочные маршруты за пределы Нижнего Новгорода в близлежащие населенные пункты.

Еще одной особенностью Нижнего Новгорода является наличие уникальной канатной дорогой между Нижним Новгородом и Бором, которая обладает самой большой протяженностью в Европе и длиной безопорного пролета над поверхностью воды. Данная канатная дорога пользуется большим спросом среди туристов, так как позволяет с высоты птичьего полета увидеть главные достопримечательности Нижнего Новгорода.

Подводя итоги касательно транспортной инфраструктуры Нижегородской области, можно сделать вывод, что её состояние можно

расценивать как благоприятное для развития внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области.

Что касается предприятий общественного питания Нижегородской области, согласно статистике, представленной Федеральной службой государственной статистики, структура предприятий общественного питания представлена следующими категориями:

- 1) рестораны, кафе, бары;
- 2) общедоступные столовые, закусочные;
- 3) столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий.

Рассматривая данные предприятия в аспекте туристского потенциала Нижегородской области, можно прийти к заключению, что для рассмотрения статистических данных следует учесть лишь первые две категории, взяв за основу общероссийские данные и данные исследуемого субъекта.

На диаграммах, представленных на рисунке 10 можно увидеть динамику предприятий общественного питания первой категории и второй категории в России и Нижегородской области соответственно на период с 2011 по 2014 годы.

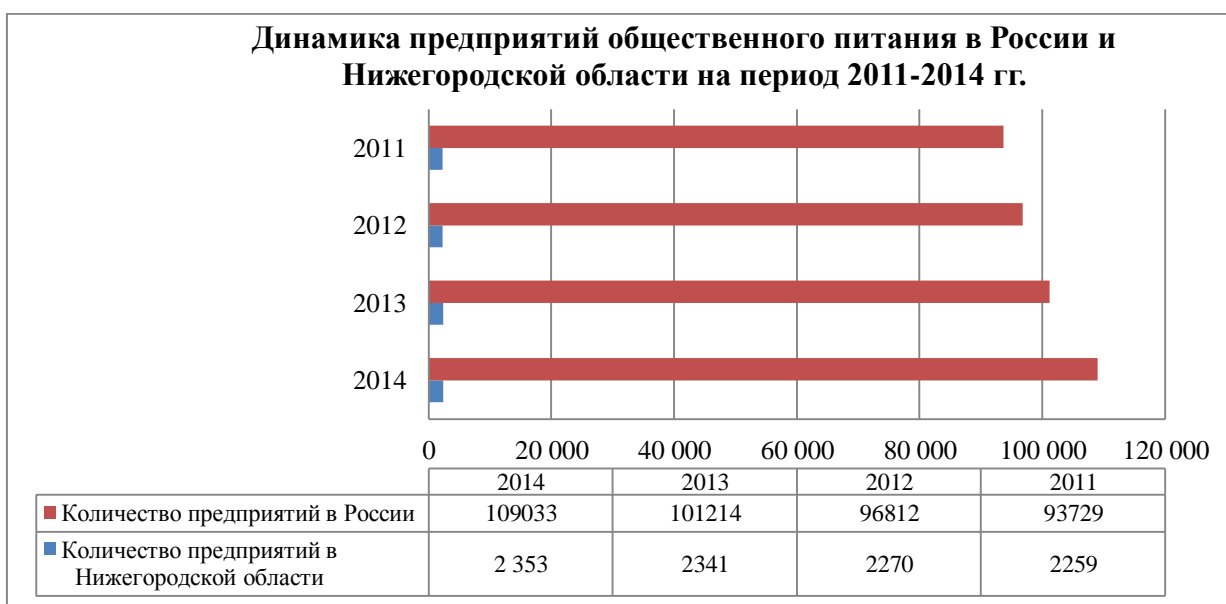


Рисунок 10 – Динамика предприятий общественного питания в РФ и Нижегородской области на период 2011-2014 гг.

Таким образом, в рассматриваемый период можно увидеть положительную стабильно динамику количества предприятий общественного питания, как в Нижегородской области, так и в целом по России. В 2012, 2013 и 2014 годах рост количества предприятий общественного питания в России, по сравнению с предыдущими годами, составлял 3,2%, 4,3% и 7,2% соответственно. Что касается данных по Нижегородской области, рост был менее значителен и более скачкообразен, что отразилось в виде 0,48% в 2012 году, 3,12% в 2013 году и 0,51% в 2014 году. В течение рассматриваемого периода доля предприятий общественного питания Нижегородской области составляла 2,4%, 2,3%, 2,3% и 2,2% в 2011, 2012, 2013 и 2014 годах от общей доли в целом по территории Российской Федерации.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что в России наблюдается тенденция к росту количества предприятий данного типа, что, в свою очередь, положительным образом сказывается на развитии и повышении туристского потенциала регионов России, в том числе исследуемого субъекта – Нижегородской области.

В отношении коллективных средств размещения как фактора туристского потенциала Нижегородской области, уместно будет начать с рассмотрения статистические данные касательно численности коллективных средств размещения в период 2010-2014 годы (Рисунок 11).



Рисунок 11 – Численность коллективных средств размещения на период 2010-2014 гг.

В данном случае можно проследить тенденцию к устойчивому развитию и увеличению количества коллективных средств размещения в Нижегородской области и по стране в целом. За рассматриваемый период количество коллективных средств размещения в Нижегородской области со 117 предприятий увеличилось до 266, что составляет рост 227,35% и предприятий стало на 149 больше. Важно отметить резкий скачок роста количества коллективных средств размещения в Нижегородской области в 2014 году. Здесь количество предприятий значительно увеличилось за весьма короткий срок на 84 предприятия, что составило 146%. Таким образом, количество предприятий данного типа увеличилось более, чем в 2 раза, что можно считать существенным развитием для региона. В сравнении с Приволжским федеральным округом доля предприятий Нижегородской области составляла 1,49%, 1,53%, 1,78%, 1,84%, 2,48% в 2010, 2011, 2012, 2013 и 2014 годах соответственно и, как это видно по показателям, также росла год от года.

Что касается численности иностранных граждан и граждан Российской Федерации (Рисунок 12), размещенных в коллективных средствах размещения, в рассматриваемый период можно увидеть тенденцию роста численности граждан в предприятиях размещения Нижегородской области на 17,79% в 2011 году, 22,04% в 2012 и 7,27% в 2014 году, за исключением снижения данного показателя на 4,7% в 2013 году по сравнению с предыдущим годом. В свою очередь, доля граждан, размещенных в предприятиях гостеприимства Нижегородской по сравнению с Приволжским федеральным округом составила 11,90% в 2010 году, 12,78% в 2011, 13,56% в 2012, 12,35% в 2013 и 13,59% в 2014 году. Таким образом, можно прийти к выводу, что доля Нижегородской области в данном случае весьма велика, учитывая тот факт, что более десятой части обслуженных граждан приходится именно на нее, при этом помимо Нижегородской области в Приволжский федеральный округ входит еще 13 субъектов.



Рисунок 12 – Численность иностранных граждан и граждан РФ,
размещенных в коллективных средствах размещения

Более того, к особенностям предоставляемых коллективных средств размещения Нижегородской области следует отнести наличие четырнадцати гостиниц (Таблица 2), которым была присвоена «звездная» классификация, что также повышает привлекательность региона для туристов, желающих провести комфортный отдых.

Таблица 2 – Перечень гостиниц, относящихся к звёздной классификации

№	Название гостиницы	Звездность
1	«Courtyard by Marriott" Нижний Новгород»	4****
2	«Azimut»	3***
3	«Александровский сад»	4****
4	«Астра»	2**
5	«Профсоюзная» (НОУ «УМЦ Нижегородского облсопрофа»)	3***
6	«Ока» корпус "Бизнес" (ОАО "Гостиничный комплекс "Ока")	3***
7	«Горки»	4****
8	«Славянка»	2**
9	«Ярмарочная» (Всероссийское ЗАО "Нижегородская ярмарка")	2**
10	«Орион»	3***
11	«Мещера»	2**
12	«Интернациональ»	2**
13	Гостиница «Волна»	4****
14	«Маринс Парк»	4****

В Нижегородской уже сформировались основные сегменты индустрии туризма. После рассмотрения динамики и современного состояния данной отрасли в регионе, можно проследить стабильность в ее развитии за последние годы. В основном это проявляется в повышении уровня сервисного обслуживания, увеличении количества предприятий, входящий в состав материально-технической базы туризма Нижегородской области, а также в увеличении объемов предоставляемых услуг туристам предприятиями региона.

Таким образом, можно подытожить, что для развития туризма как внутреннего, так и въездного по территории Нижегородской области, необходимо использовать системный и комплексный подход, уделяя всем аспектам туристской индустрии в связи с тем, что отличительной чертой туризма является четко выраженный межотраслевой характер и вовлечение абсолютно разных отраслей экономики, культуры, природного наследия и прочих отраслей. Потенциал Нижегородской области весьма велик и при грамотном подходе к усовершенствованию материально-технической базы туристской индустрии субъекта существует возможность повышения привлекательности региона для российских и иностранных туристов и его конкурентоспособности в отношении прочих регионов.

2.2 Организация культурно-познавательного туризма в Нижегородской области

Непосредственно перед рассмотрением проблемы организации культурно-познавательного, необходимо проанализировать статистические данные, затрагивающие более обширные аспекты туризма, отражающие положение туристской отрасли в отношении прочих сфер деятельности Нижегородской области.

Стоит начать с анализа структуры платных услуг, оказываемых населению Нижегородской области (Рисунок 13). Как можно проследить по показателям, представленным на рисунке, в период с 2010 года по 2014 год доля туризма в общей структуре платных услуг населению выросла с 3% до

4,9%, однако стабильность в росте показателей можно увидеть только в последние три года, так как доля туристских услуг в 2011 году составила на 0,3% меньше в сравнении с предшествующим годом. Таким образом, доля туристских услуг в Нижегородской области составила 3%, 2,7%, 3,4%, 4%, 4,9% в 2010, 2011, 2012, 2013 и 2014 годах соответственно. Сравнивая с рассмотренными в предыдущей главе показателями, можно прийти к выводу, что в данном случае также прослеживается положительная тенденция развития туристских услуг на рынке Нижегородской области.



Рисунок 13 – Структура платных услуг населению Нижегородской области

Более того, одним из показателей, характеризующих уровень организации туризма в Нижегородской области, является деятельность туристских предприятий региона и, соответственно, численность обслуженных ими туристов.

В нижеприведенном графике (Рисунок 14) показана динамика численности туристов, обслуженных в период 2009 по 2014 годы. Так,

можно увидеть, что количество иностранных туристов, обслуженных туристскими фирмами Нижегородской области весьма низко и в рассматриваемый период времени отличалось неравномерными скачками. Так, в 2010 году было обслужено 44 туриста, в 2011- 13 туристов, в 2012 – 16 туристов, в 2013 году – 25 туристов и в 2014 году их количество возросло до 52 человек.

Что касается граждан Российской Федерации, которые были отправлены по территории страны и за ее пределы, ситуация сохраняется такой же, как и в среднем по стране, когда выездной туризм преобладает над внутренним. Однако необходимо отметить тот факт, количество туристов, отправленных по территории России в 2014 году резко увеличилось на 34 286 человек, в отличие от предыдущих лет, когда за три года с 2011 по 2013 года их количество упало с 83 643 человек до 70 144 человек, что означает падение в 19,24%.

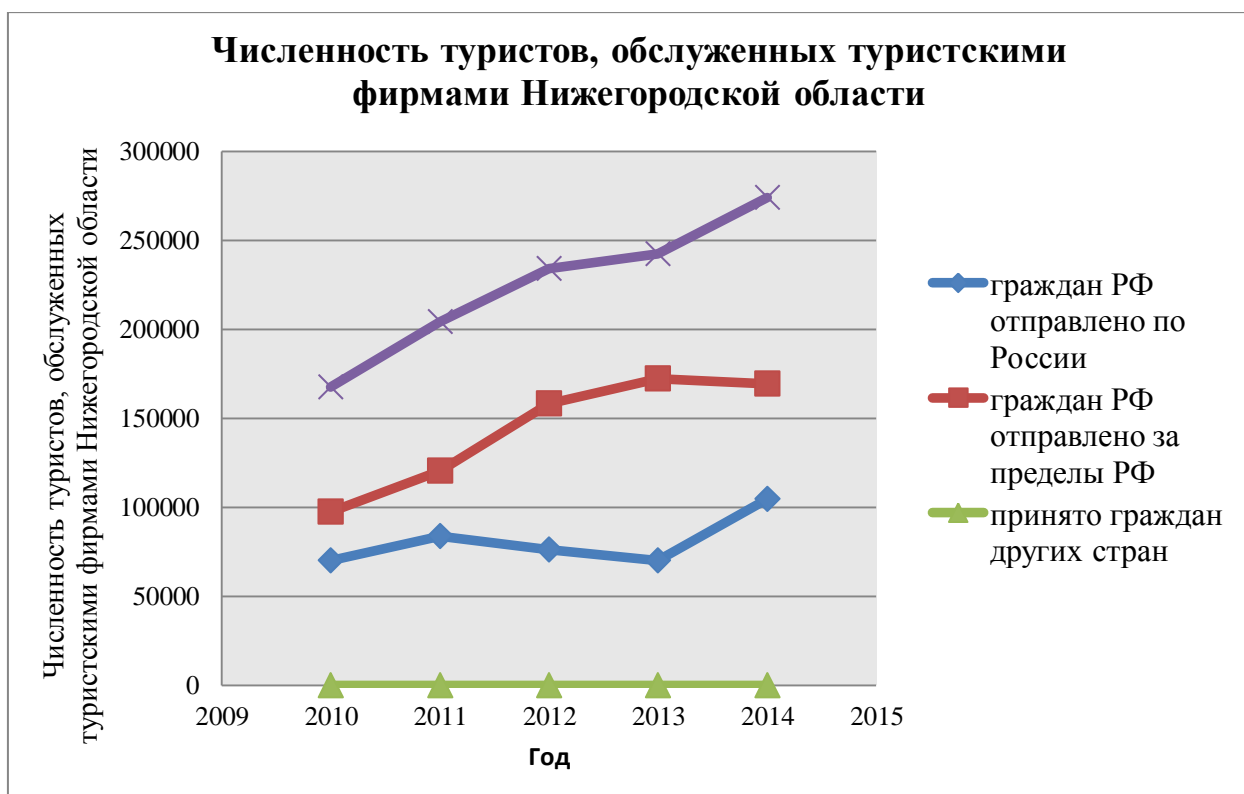


Рисунок 14 – Численность туристов, обслуженных туристскими фирмами Нижегородской области

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на в последние годы прослеживается тенденция к росту популярности внутреннего туризма среди населения в связи с текущей политической и экономической ситуацией в стране, о чем свидетельствуют показатели 2014 года. Есть все основания утверждать, что ближайшие пару лет будет отмечаться рост именно внутреннего туризма, что, в свою очередь, благоприятно скажется и на культурно-познавательном туризме в Нижегородской области включительно. Одним из критериев, свидетельствующих о развитии культурно-познавательного туризма в Нижегородской области, являются предприятия туристской индустрии в регионе. В соответствии с данными Федеральной службы статистики, структура туристских предприятий Нижегородской области представлена следующим образом (Рисунок 15):

- 1) туристские фирмы, занимающиеся туроператорской деятельностью;
- 2) туристские фирмы, занимающиеся турагентской деятельностью;
- 3) туристские фирмы, занимающиеся туроператорской и турагентской деятельностью;
- 4) туристские фирмы, занимающиеся экскурсионной деятельностью.



Рисунок 15 – Структура туристских предприятий Нижегородской области

Необходимо также проследить динамику данных фирм в определенном временном промежутке. В данном случае статистические данные будут рассмотрены в период с 2011 по 2014 годы (Рисунок 16).

Так, касательно туристских предприятий Нижегородской области, занимающихся турагентской деятельностью, в рассматриваемый период можно было отметить стабильный рост с 2011 по 2014 год, когда количество турагентств региона увеличилось на 31 предприятие за три года. Однако в 2014 году произошел резкий спад в их количестве до 235 предприятий, что показывает тем самым практически возврат к показателям 2011 года. Во многом данные проблемы возникли в связи со специализацией многих турагентств на выездной туризм, который, как известно, пострадал от сложившейся международной ситуации и снижения количества поездок за рубеж. Что касается деятельности фирм, объединяющих функции туроператоров и турагентов, в данном случае рост в данный период оставался стабильным, и с 2011 года по 2014 год рост их количества составил 136%. Число туроператоров в 2013 году с количества пяти предприятий упало до двух, но уже в 2014 году выросло до восьми. Компании, занимающиеся организацией экскурсионных услуг с девяти в 2011 году постепенно падало и в итоге на конец 2014 года составило пять предприятий данного типа. Как показывает диаграмма, по части предприятий различного типа динамика показателей является весьма неоднозначной и разнится.

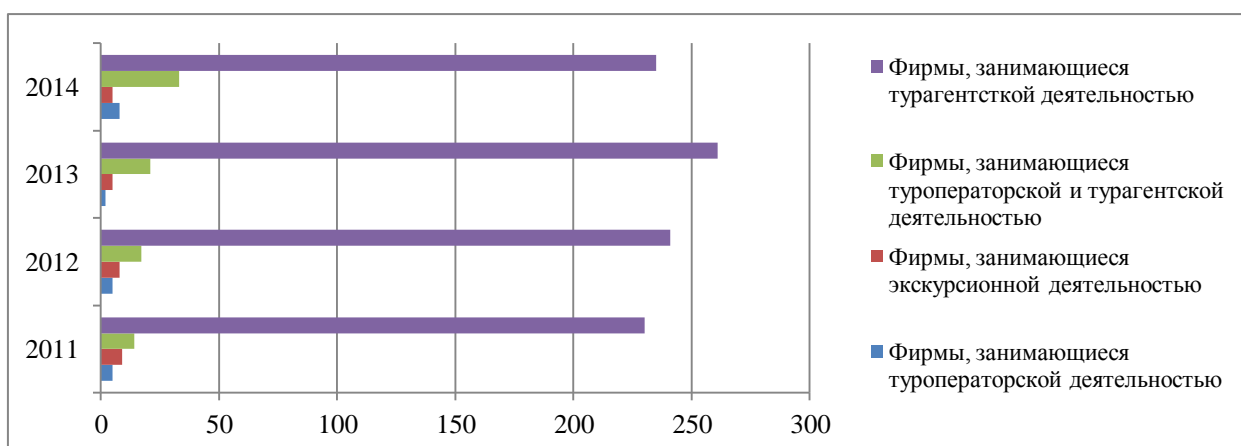


Рисунок 16 – Динамика численности туристских предприятий Нижегородской области

В 2014 году был проведен ряд действий, направленных на поддержку субъектов народных художественных промыслов Нижегородской области. Так, на региональном уровне министерством поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области была утверждена государственная программа «Развитие предпринимательства и туризма Нижегородской области на 2014-2016 годы», в которую входило несколько подпрограмм, включая подпрограмму «Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области на 2014 - 2016 годы» и подпрограмму «Сохранение, возрождение и развитие народных художественных промыслов Нижегородской области на 2014 - 2016 годы».

По данным Нижегородского туристского информационного центра, в Нижегородской области зародились и получили развитие более 200 народных промыслов и ремесел. Область сохраняет первое место в России по их сохранению. Отрасль народных художественных промыслов также получает поддержку на государственном уровне. В 2013 году Министерством культуры Российской Федерации была создана и утверждена «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года», в соответствии с которой была сформулирована одна из предпосылок, способствующая развитию этнического и культурно-познавательного видов туризма, которая заключается в разработке комплекса определенных мер по поддержанию и развитию традиционных ремёсел и народных художественных промыслов народов России, что также перекликается с Федеральной целевой программой «Укрепление единства российской нации и этнокультурного развития народов России». В рамках государственной программы «Развитие социальной и инженерной инфраструктуры как основы повышения качества жизни населения Нижегородской области» завершено строительство музейно-туристского комплекса «Град Китеж».

С целью популяризации декоративно-прикладного искусства и народных художественных промыслов Нижегородской области, в 2009 году в

области был реализован авторский проект «Мастерская Радуги», который способствовал объединению и сотрудничеству в последующем изучении, возрождении и поддержании существующих народных художественных промыслов.

Впоследствии был реализован еще один значимый проект касаясь народных художественных промыслов, который косвенно оказывал влияние на повышение туристского потенциала Нижегородской области. Данный проект «Нижегородское Золотое кольцо народных художественных промыслов» является социально-культурным проектом, направленным на сохранение, развитие и продвижение народных художественных промыслов, и позиционирование их в качестве туристической визитной карточки Нижегородской области.

На рисунке 17 представлена схема «Нижегородского Золотого кольца», согласно которой маршрут объединяет 18 центров народных промыслов области (Нижний Новгород – Богородск – Ворсма – Павлово – Казаково – Полховский Майдан – Вознесенское – Арзамас – Большое Болдино – Борнуково – Лысково – Шахунья – Варнавино – Семёнов – Ковернино – Чкаловск – Городец – Балахна):

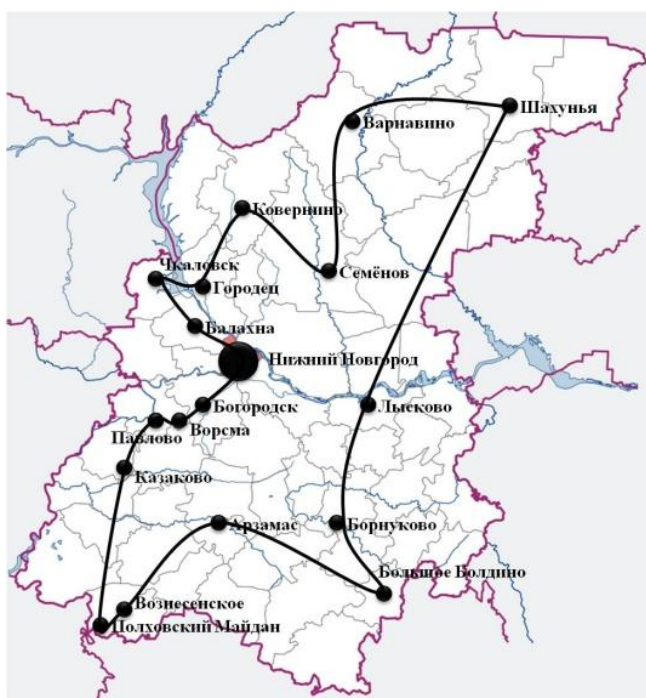


Рисунок 17 – Схема «Нижегородского Золотого кольца»

Проект «Соседи» в рамках проекта «Нижегородского Золотого кольца» является новым информационным проектом, который представляет собой единое цифровое пространство, обеспечивающее пользователей отобранной информацией касательно народных художественных промыслов субъектов в составе Приволжского федерального округа на основании официальных постановлений данных субъектов.

С целью предоставления данной информации более наглядным образом, на рисунке 18 представлена диаграмма, на которой можно сравнить количество имеющихся видов народных художественных промыслов в отдельных субъектах округа, в том числе в Нижегородской области. Согласно представленной диаграмме, можно увидеть, что Нижегородская область лидирует по количеству народных художественных промыслов среди субъектов Приволжского федерального округа, что повышает конкурентоспособность региона в области культурно-познавательного туризма. Располагая двадцатью двумя видами промыслов в области, туроператоры активно используют данный потенциал и с каждым годом формируют всё большее количество разнообразных туристских маршрутов по территории Нижегородской области в места традиционного бытования народных художественных промыслов.



Рисунок 18 – Количество народных промыслов в субъектах ПФО

Концепция кольцевого построения маршрутов в Нижегородской области нашла широкое применение, так как помимо «Нижегородского Золотого кольца» маршруты в Нижегородской области принято условно подразделять на 5 туристических колец:

- 1) Восточное кольцо;
- 2) Южное кольцо;
- 3) Юго-Западное кольцо;
- 4) Северное кольцо;
- 5) Северо-Западное кольцо.

К Восточному кольцу относится следующий маршрут «Нижний Новгород – Лысково – Кстово» (Рисунок 19,20), пролегающий через вотчину князей Грузинский, а также Макарьевский монастырь.



Рисунок 19 – Схема маршрута Восточного кольца

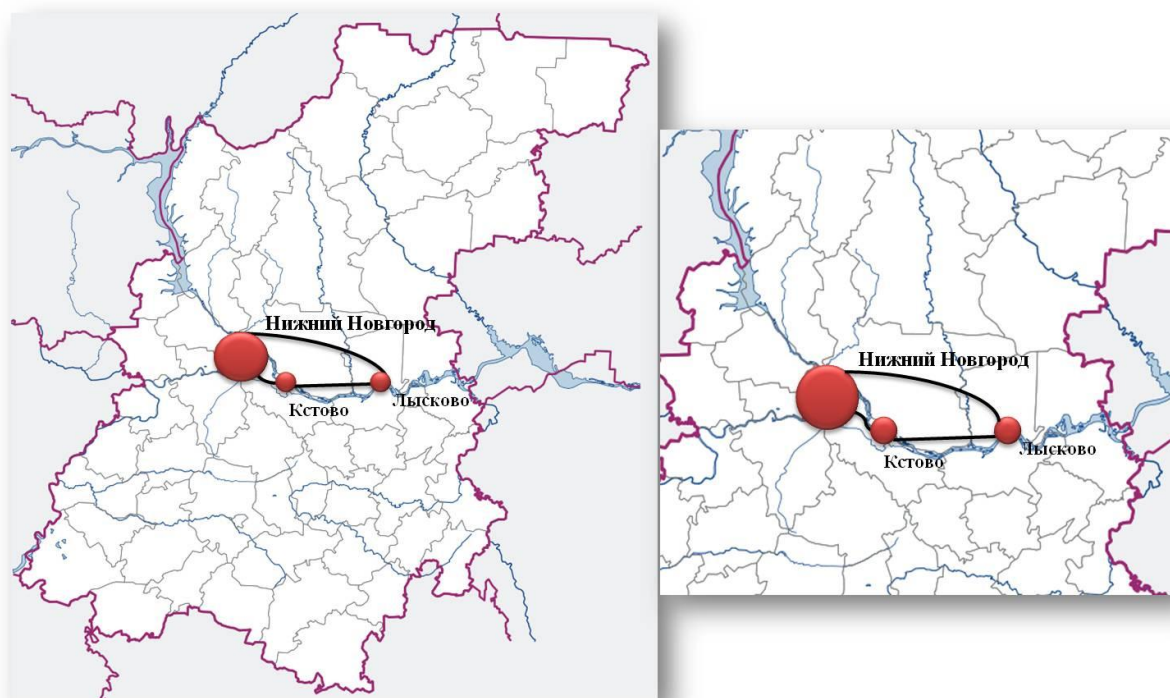


Рисунок 20 – Схема маршрута Восточного кольца на карте

Южное кольцо обладает иную концепцию и содержит в себе больше элементов духовно-просветительного путешествия. Данный маршрут (рисунок 21,22) включает в себя перечень исторических городов: «Нижний Новгород – Арзамас – Дивеево – Большое Болдино – Бутурлино».

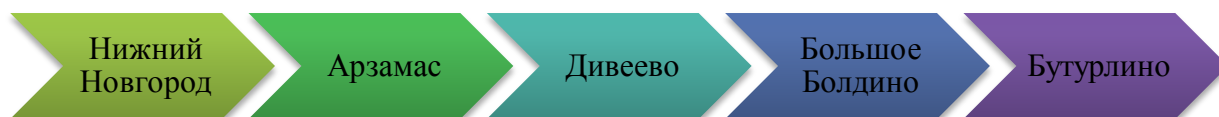


Рисунок 21 – Схема маршрута Южного кольца

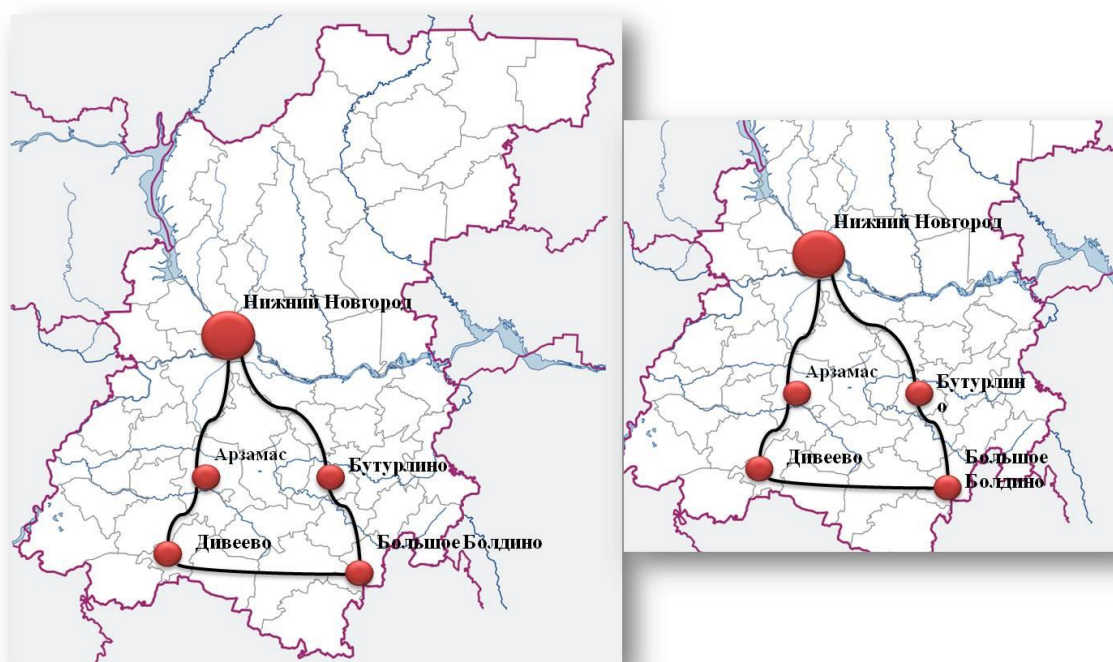


Рисунок 22 – Схема маршрута Южного кольца на карте

Благодаря большому количеству талантов и промыслов в Нижегородской области был сформирован ещё один базовый маршрут (Рисунок 23, 24), носящий название Юго-Западного кольца. Маршрут включает «Нижний Новгород – Богородск – Павлово – Выкса – Ворсма – Ворсма»



Рисунок 23 – Схема маршрута Юго-Западного кольца

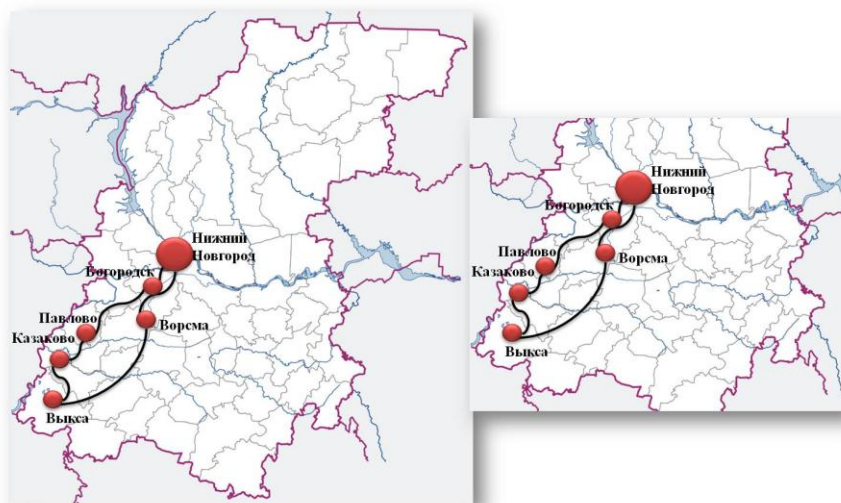


Рисунок 24 – Схема маршрута Юго-Западного кольца на карте

Что касается Северного Большого кольца (Рисунок 25,26), то тут бережно сохраняется историческое наследие. Данный маршрут включает «Нижний Новгород – Городец - Семёнов – Воскресенское». Семёнов – родина Золотой Хохломы, а также озеро Светлояр – памятник природы, о происхождении которого до сих нет однозначного мнения, и одно из объяснений – легенда о граде Китеже. Путешествуя по Северному Большому кольцу есть возможность посетить такие старинные русские города и районы, как Городец, Семёнов, Воскресенский район.



Рисунок 25 – Схема маршрута Северного кольца

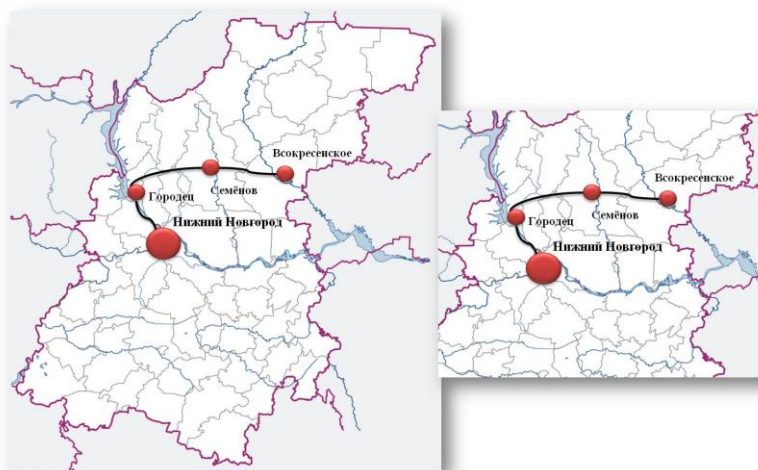


Рисунок 26 – Схема маршрута Северного кольца на карте

Сердце Северо-Западного кольца это город Балахна, один из древнейших городов Нижегородской области, родина патриота русской земли Кузьмы Минина, а также место расположения уникальных памятников архитектуры. Также Северо-Западное кольцо, помимо прочего, включает в себя село Пурех и Чкаловск. Таким образом, маршрут представлен следующим образом (рисунок 27, 28): «Нижний Новгород – Балахна – Пурех – Чкаловск»



Рисунок 27 – Схема маршрут Северо-Западного кольца

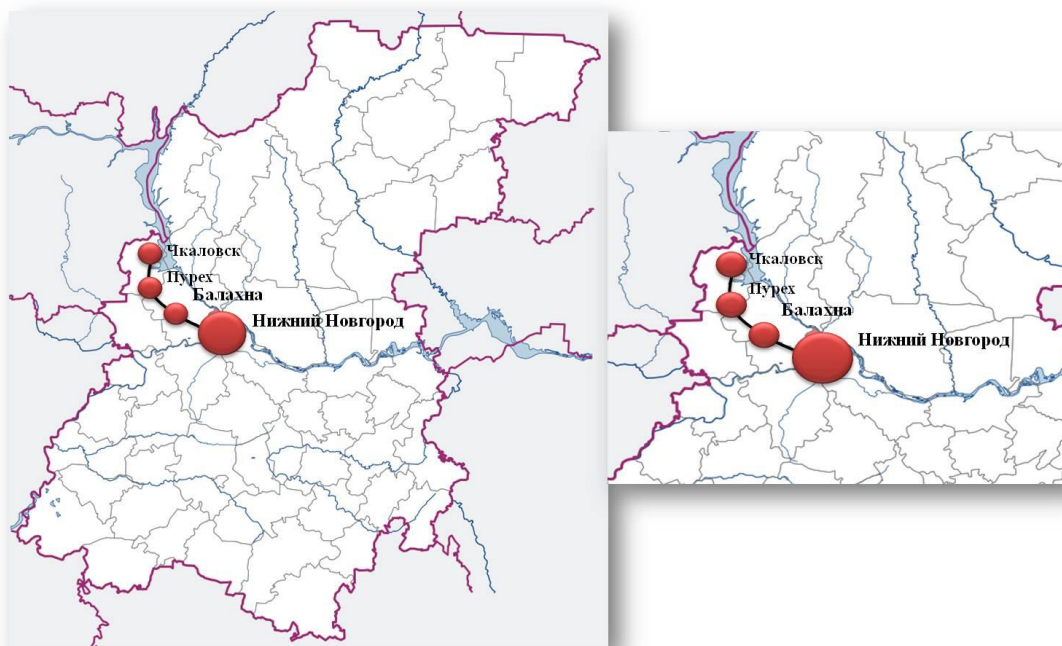


Рисунок 28 – Схема маршрут Северо-Западного кольца на карте

2.3. Исследование спроса потенциальных туристов на культурно-познавательный тур по центрам народных промыслов.

В основе туристского спроса на культурно-познавательные туры лежит туристский интерес – перспектива получения туристом объективной информации, положительных эмоций и потенциальная возможность

удовлетворения планируемой потребности туриста в конкретной, частично известной туристской услуге (работе), туристском товаре и туристском продукте, основанных на определенном комплексе туристских ресурсов.

При исследовании спроса на культурно-познавательные туры по центрам народных художественных промыслов был использован метод опроса с помощью анкет. В качестве респондентов проводимого анкетирования выступило 100 человек. Процесс опроса проходил в наиболее оживленной части города на перекрестке улиц 50 лет Октября и Амурской, а также внутри торгово-развлекательного центра «Острова».

Главной целью анкетирования было получение информации, которая бы характеризовала генеральную совокупность. Так как было опрошено 100 респондентов, именно они представляли общее мнение генеральной совокупности.

С целью решения поставленной цели исследования было задействовано два первостепенных в данном случае типа сбора данных: теоретический и эмпирический. Теоретический тип сбора данных представляет собой кабинетные исследования, проводимые путем сбора и анализа вторичной информации из различных источников, таких как, в данном случае, учебных и методических пособий, научных статей и других научных работ, официальных документов и государственной статистики с целью формирования комплексного обзора информации касательно туристского потенциала Нижегородской области. Уровень развития материально-технической базы туристской индустрии региона является одним из важнейших факторов, влияющих на спрос потребителей на предлагаемые туры. Используемые источники данных позволяют исследовать значительные объемы информации, обрабатывать ее, а также в итоге сравнивать и анализировать имеющиеся результаты исследований.

Была разработана анкета, состоящая из 15 вопросов. В данном анкетировании представленные вопросы являются альтернативными, и предлагают респондентам выбор одного из вариантов ответов, заранее

обозначенных в поставленном вопросе. Также имеются вопросы закрытого типа, предполагающие однозначный ответ «да», «нет» или «затрудняюсь ответить».

Данная анкета была составлена, руководствуясь следующими нижеприведенными принципами:

1. Вопросы должны быть беспристрастными, то есть не должны наводить респондентов на ожидаемый, «правильный», ответ.

2. Необходимо использовать простые, понятные конструкции.

3. Использовать стоит лишь знакомую респондентам лексику, используемую в разговорной речи.

4. Не применять в составлении гипотетические вопросы.

5. Не использовать вопросы, содержащие отрицание.

В процессе формирования анкеты перечень представленных респондентам вопросам условно был разделен на три основных блока, посвященных различным аспектам. Так, первый блок направлен на выявление необходимых социально-демографических характеристик, которые впоследствии стали основой для составления портрета потребителя. Второй блок посвящен выявлению общей склонности опрошиваемых к совершению путешествий. В третьем блоке представлены вопросы, которые напрямую связаны с предложением культурно-познавательного тура по центрам народных художественных промыслов в Нижегородской области.

Опрос проходил в несколько стадий:

1) составление анкеты;

2) проверка анкеты;

3) сбор ответов;

4) обработка результатов;

5) анализ результатов;

6) представление отчета.

Результаты проведенного анкетирования, представленного в приложении А, будут приведены также в соответствии с отдельно

выделенными блоками. Что касается результатов опроса, то в первый блок, включающий вопросы с первого по третий, они позволят составить общий портрет потребителя по социально-демографическому признаку. Статистика полученных ответов представлена на рисунке 29.

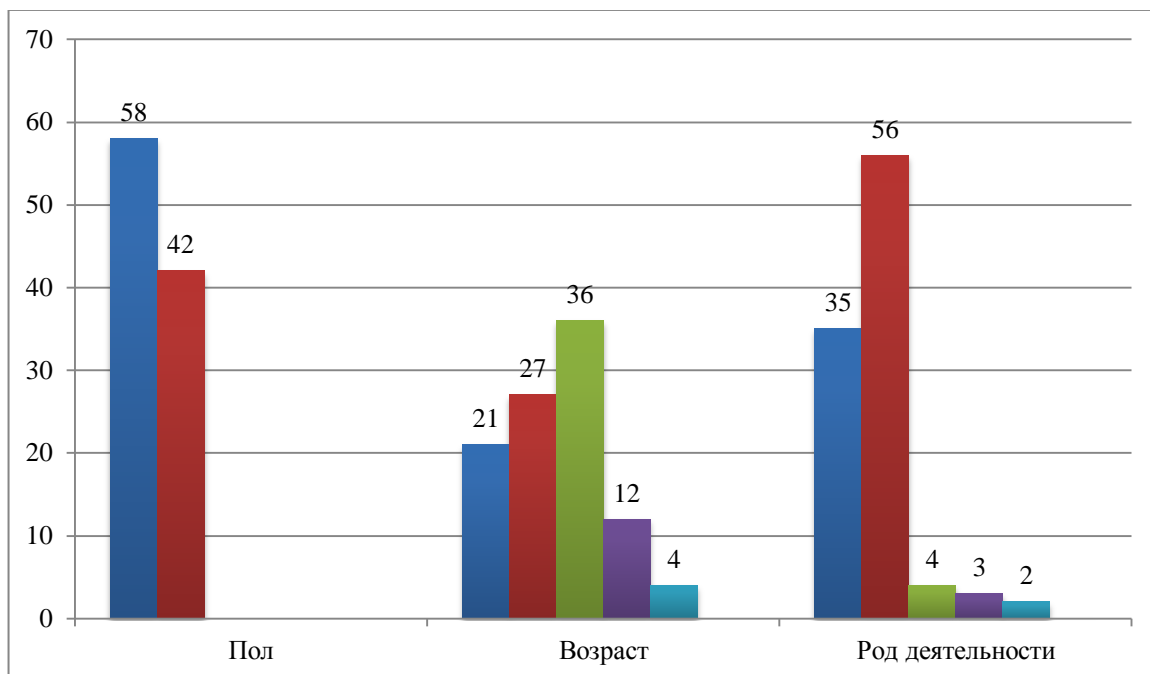


Рисунок 29 – Графическое представление результатов анкетирования по социально-демографическому признаку.

Что касается соотношения респондентов по половому признаку, в данном случае большая часть, а именно 58% опрошенных являются мужчинами, количество женщин, участвовавших в опросе составило 42%. В свою очередь, по возрастной структуре большинство в 36% респондентов находятся в возрасте от 26 до 35 лет, 27% человек в возрасте от 18 до 25 лет, 21% опрошенных является несовершеннолетними, 12% опрошенных в возрасте от 36 до 50 лет, и, наконец, лишь 4% людей старше 50 лет.

По роду деятельности количество ответов распределилось следующим образом: больше половины опрошенных, составившие 56% от общего числа респондентов, являются наемными работниками, также более четверти, а именно 35% опрошенных являются студентами либо учащимися старших классов школы, оставшиеся ответы занимают лишь малую долю от общего

числа, являются предпринимателями, безработными лицами либо лицами пенсионного возраста и составляют 4%, 3% и 2% соответственно.

Ко второму блоку относятся вопросы, способствующие исследованию общего стремления респондентов к путешествиям и в него вошло с 4 по 10 вопросы. В более наглядной форме полученные данные можно увидеть на нижеприведенной диаграмме (Рисунок 30).

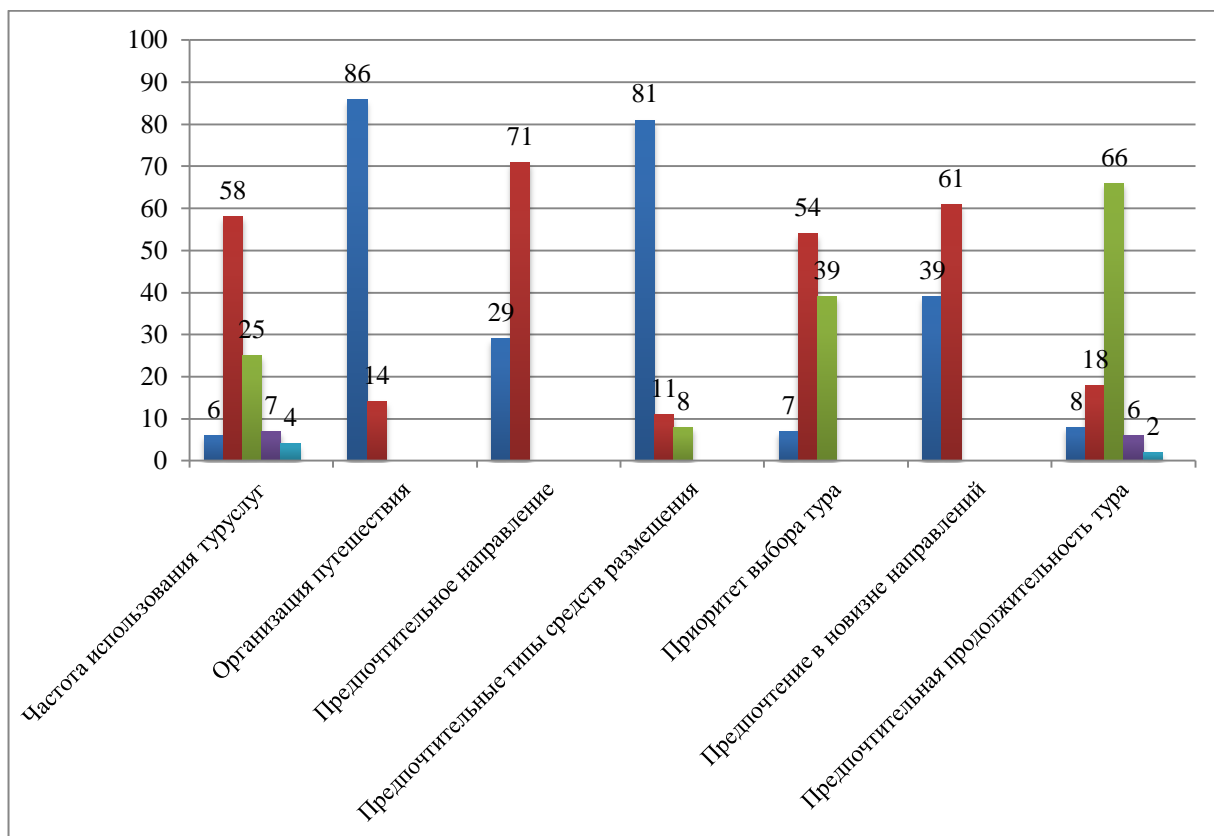


Рисунок 30 – Графическое представление результатов анкетирования по выявлению общего стремления к путешествиям

На вопрос номер абсолютное большинство респондентов в количестве 58% людей ответили, что пользуются туристскими услугами раз в год, ровно четверть опрошенных сообщили о частоте путешествий раз в период от одного до трех лет, далее оставшиеся данные заняли малую долю среди результатов. Так, 7% респондентов путешествуют один раз в 3-5 лет, 6% людей путешествуют чаще, чем один раз в год, и, наконец, 4% опрошенных выбрали другой вариант ответа.

Что касается вопроса номер пять касательно предпочтений путешествий в аспекте его организации, то здесь 86% опрошенных

предпочитают совершать путешествия, пользуясь услугами туристских предприятий, и лишь 14% человек предпочитают самостоятельный отдых.

Жители города Благовещенска предпочитают всё ещё предпочитают выездной туризм внутреннему, что они объясняли более доступной стоимостью туров по многим зарубежным направлениям в сравнении с ценами на туры по России.

В отношении выбора коллективных средств размещения, 81% участвующих в опросе благовещенцев склоняются к комфортной составляющей и предпочитают останавливаться в гостиницах, 11% людей не против размещения в хостелах, и 8% респондентов выбрали вариант «другое».

В процессе выбора предстоящего тура, 39% человек в первую очередь обращают внимание на содержание программы обслуживания тура, принимая к сведению стоимость тура и подбирают наиболее оптимальный для них вариант. Также большая часть респондентов, составляющая 58% от общего числа, признаются, что подбирают туры, исходя из заранее запланированного ими бюджета. И лишь трое из опрошенных предъявляют требования к качеству программы обслуживания и её наполнения, не обращая внимания на ценовую составляющую тура.

В вопросе номер 10 о предпочтительной продолжительности совершаемого путешествия, ответы распределились следующим образом: 8% предпочитают краткосрочный отдых до 7 дней, 18% - отдых продолжительностью 7-10 дней, 66% ответили, что средняя подходящая им продолжительность тура составляет 10-12 дней, 6% выбрали вариант ответа «13-14 дней» и лишь 2% опрошенных предпочитают отдых длительностью более двух недель.

И, наконец, на заключительном этапе анкетирования респондентам были представлены вопросы, непосредственно касающиеся их интереса к участию в культурно-познавательном туре по центрам народных художественных промыслов в Нижегородской области (Рисунок 31).

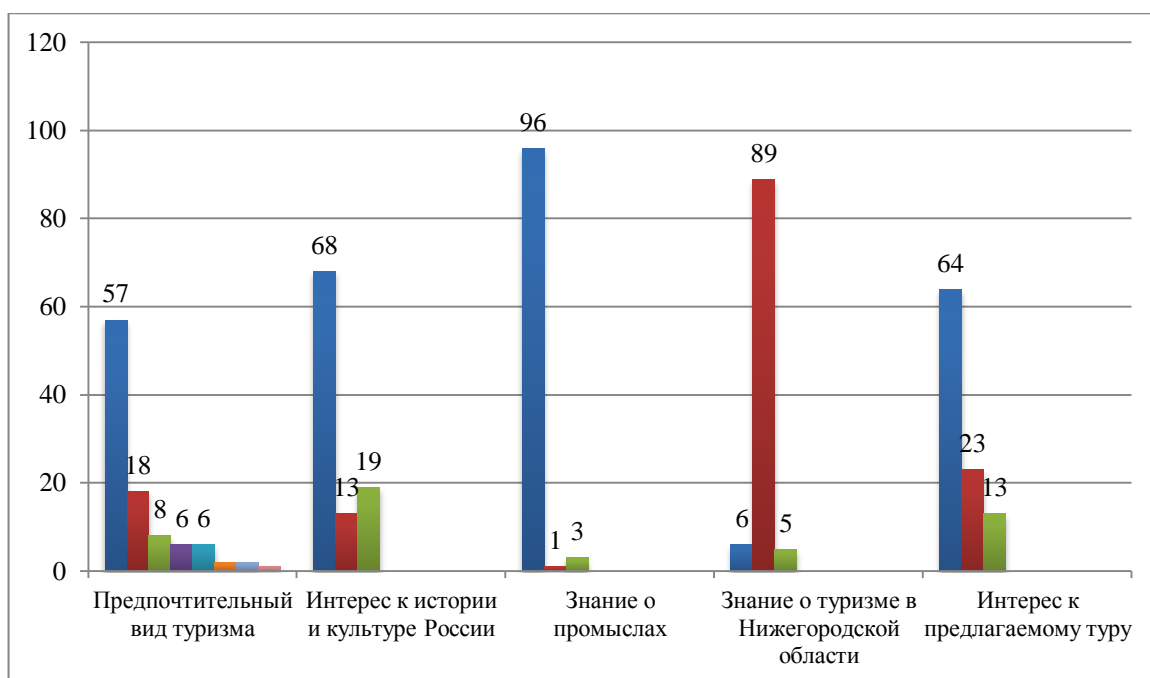


Рисунок 31 – Графическое представление результатов анкетирования по вопросам третьей категории

Так, одиннадцатый вопрос был направлен на выявление основного вида туризма, являющегося наиболее предпочтительным для жителей города Благовещенска. Самым популярным вариантом ответа среди горожан выступил рекреационный туризм, являющийся наиболее востребованным среди туристов из города Благовещенска. Данный вариант ответа выбрали 57% опрошенных. Вторым по популярности вариантом ответа выступил культурно-познавательный туризм, который выбрали 18% из 100% опрошенных людей. Всего 8% людей предпочли шопинг-туризм, далее следует экологический туризм, который выбрали 6% респондентов. Согласно результатам опроса, также 6% из 100% предпочитают оздоровительный туризм, данный вариант ответа выбрали преимущественно люди в возрасте от 36 до 50 лет и старше 50 лет. Всего по два человека остановились на вариантах «экстремальный туризм» и «деловой туризм», и, в итоге, один респондент выбрал прочий вариант.

Говоря об интересе жителей Благовещенска к изучению и познанию истории и культуры России, довольно большое количество респондентов, а именно 66% ответили на вопрос номер 12 положительно, 18% ответили, что

не интересуются данной составляющей, и 16% затруднились дать определенный ответ на данный вопрос.

Несмотря на такие показатели в предыдущем вопросе, почти все опрошенные в количестве 96% ответили утвердительно на вопрос о владении знаниями касательно народных художественных промыслов России.

Однако будучи столицей народных промыслов в России, Нижегородская область и предлагаемые по её территории туры оказались практически незнакомы жителям города Благовещенска. Из 100% опрошенных 89% респондентов не имеют представления о туристских продуктах региона; 6% знакомы с туризмом в Нижегородской области, и 5% затруднились дать свой ответ в анкете.

Наконец, завершающим и главным вопросом проводимого анкетирования является выявление интереса к совершению путешествия в рамках культурно-познавательного тура по центрам народных промыслов в Нижегородской области. Результаты оказались весьма положительными, так как 64% опрошенных согласились, что им было бы интересно стать участниками подобного тура; 23% ответили отрицательно и 13% затруднились с решением.

Таким образом, согласно результатам проведенного опроса, стало возможным сформировать портрет потребителя туристского продукта.

Это человек, преимущественно в возрасте от 18 до 35 лет, являющийся студентом или наемным работником, совершающий путешествия однократно в течение года и предпочитающий пользоваться услугами туристского предприятия, а также ориентирующийся в первую очередь на стоимость тура. Несмотря на тот факт, что главным вариантом ответа по части предпочтительного вида туризма являлся всегда лидирующий пляжный отдых, вариант культурно-познавательного туризма занял почетное второе место в рейтинге ответов. А главное, это человек, обладающий интересом к Родине и новому, еще незнакомому, турпродукту по уникальному маршруту в рамках внутреннего туризма.

Таким образом, можно прийти к выводу, что культурно-познавательный тур по центрам народных художественных промыслов в Нижегородской области способен стать привлекательным туристским продуктом для жителей города Благовещенска. Об этом говорят следующие тенденции:

1) наличие интереса к истории и культуры России, а также положительные результаты опроса по части туризма в Нижегородской области;

2) перспектива дальнейшего развития туризма в регионе на тех объектах, которые недостаточно посещаются.;

3) рост интереса к культурно-познавательному туризму в целом среди населения.

3 РАЗРАБОТКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА ПО ЦЕНТРАМ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ «КОРЗИНКА НИЖЕГОРОДСКИХ ПРОМЫСЛОВ» И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

3.1 Характеристика центров народных промыслов, представленных в программе культурно-познавательного тура.

Богородск является частью старинного торгово-промышленного района юго-западной части Нижегородской области. Располагается населенный пункт в 43-х километрах от Нижнего Новгорода. Богородск был образован в 1570 году и впоследствии стал широко известен в качестве торгово-купеческого города. В XVII веке, будучи еще селом Богородским, был дарован Кузьме Минину в связи с особыми заслугами перед государством.

В более поздний период Богородск находился в течение долгого времени в собственности у рода Шереметевых. Богородск с момента его основания славился своими изделиями мастеров гончарного дела далеко за пределами Нижегородской области. Пик активности и расцвет гончарного дела происходил в конце XIX – начале XX веков.

В начале XX века Богородское гончарное искусство находилось под угрозой исчезновения, однако общими усилиями по возрождению и восстановлению данного уникального промысла его удалось сохранить.

В 2000 году в городе Богородске официально был открыт Центр развития гончарного искусства, что позволило развиваться ремеслу и в дальнейшем стать привлекательным для туристов. Так, благодаря совместным стараниям, вновь оживленному ремеслу и повышенному вниманию различных профессионалов-гончаров и туристов со всей России в 2004 году на базе Центра развития гончарного искусства был открыт Музей Керамики. Экспозиция данного музея представлена широким разнообразием предметов гончарного искусства из 22 регионов России и по численности уже перешло 600 экспонатов. По музею проводятся различные экскурсии, в

рамках которых экскурсанты также имеют возможность стать участниками процесса гончарного дела и поучаствовать разнообразных мастер-классах.

Кроме того, в Богородске имеются и другие места и достопримечательности, привлекательные для посещения туристами (таблица 3): Богородский городской исторический музей, мастерская «Горшения», картинная галерея К.Н. Назарова, храм Покрова Пресвятой Богородицы. Также интерес могут представлять усадьба Сургутовых, дом И.М. Башкирова и доходный дом Ф.И. Обжорина и Е.И. Головастиковой.

Что касается инфраструктуры города, то в городе имеется 4 предприятия питания и 2 гостиницы, подробная информация о которых также представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Туристская инфраструктура города Богородска

Категория объекта	Название объекта	Расположение объекта
Питание	Кафе «Самей»	г. Богородск, ул. Ленина, д. 16
Питание	Кафе «Поиск»	г. Богородск, ул. Ленина, д. 224
Питание	Кафе «Надежда»	г. Богородск, ул. Котельникова, д. 68а
Питание	Кафе «Клеопатра»	г. Богородск, пер. Центральный, д. 1А
Размещение	Гостиница «Самей»	г. Богородск, ул. Ленина, д. 16
Размещение	Гостиница «Рубин»	г. Богородск, ул. Пушкина, д. 24
Достопримечательность	Храм Покрова Пресвятой Богородицы	г. Богородск, ул. Венецкого, д. 16
Достопримечательность	Усадьба Сургутовых	г. Богородск, ул. Ленина, д. 173
Достопримечательность	Дом И.М. Башкирова	г. Богородск, ул. Ленина, д. 177
Достопримечательность	Доходный дом Обжорина и Головастиковой	г. Богородск, ул. Ленина, д. 222
Музей	Мастерская «Горшения»	г. Богородск, ул. Чернышевского, д. 40
Музей	Музей «Богородский центр развития гончарного искусства»	г. Богородск, ул. Ленина, д. 220
Музей	Богородский городской исторический музей	г. Богородск, ул. Ленина, д. 222
Музей	Богородский музей керамики	г. Богородск, ул. Ленина, д. 222
Музей	Картинная галерея К.Н. Назарова	г. Богородск, ул. Ленина, д. 222

Балахна — один из древнейших и уникальных городов Нижегородской области, родина одного из предводителей народного ополчения Кузьмы Минина. Балахна стала крупным центром судостроения и единственным в древней Руси центром соляной промышленности. Кроме этого, в этом же веке это один из центров изразцового производства. Именно балахнинскими изразцами искусно был украшен храм Василия Блаженного. А большинство каменных зданий XVII в. в Нижнем Новгороде построены из местного кирпича. Позднее женская половина населения увлеклась плетением кружева на коклюшках. Балахнинское кружево славилось на всю страну и было известным наравне с вологодским. Лучшие изделия представлены Музеем Историко-художественном комплексе. Здесь можно увидеть археологическую коллекцию, древнюю керамическую посуду, оружие, военное обмундирование XVIIв. И наконец, часть экспозиции, посвященная уроженцу Балахны Кузьме Минину: восковые фигуры Кузьмы Минина и князя Пожарского, картины художников начала XX в., рассказывающие о подвиге Народного Ополчения. Также посетители музея могут увидеть редкое собрание икон XVIII-XIX вв., в музее находятся редкие церковные книги.

3.2 Разработка программы культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»

Выбор данного названия тура, а именно «Корзинка Нижегородских промыслов» был мотивирован, в первую очередь, установленной тематической направленностью тура, а также особой спецификой туристских ресурсов, имеющихся на территории Нижегородской области. Спрос на культурно-познавательные туры остаётся стабильно высоким, а значит, разработка нового уникального туристского продукта о народных художественных промыслах Нижегородской области позволит расширить перечень реализуемых туристам программ, а также содействовать увеличению спроса туристские продукты культурно-познавательного вида.

По характеру организации данный тур можно отнести к групповому и организованному туру. Таким образом, туристам будет предоставлен комплекс различных туристских услуг по заранее приобретенной туристской путевке на строго определенный период времени. Количество человек в группе составляет 10 туристов + 1 сопровождающий. Что касается продолжительности тура, то данный туристский маршрут рассчитан на 7 дней и 6 ночей.

Вид туризма, на который ориентирован данный тур – внутренний туризм. Сезонность тура – с мая по октябрь. Выбор данного периода реализации тура объясняется тем, что в данные месяцы в регионе климатические условия являются наиболее комфортными для совершения путешествия, особенно учитывая факт необходимости совершения междугородних автобусных переездов и совершения пеших прогулок в местах пребывания на маршруте тура.

По содержанию программы тур является тематическим, что означает преобладание в нём услуг экскурсионного характера, а также тематико-познавательной специфики, в данном случае тур посвящён непосредственному ознакомлению с выдающимися центрами народных художественных промыслов, широко представленными на Нижегородской области.

Также маршрут формируемого тура является комбинированным, так как сочетает в себе свойства как линейного, так и радиального типов маршрутов. Схема маршрута разрабатываемого тура представлена на рисунке 32.



Рисунок 32 – Схема маршрута культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов».

Программа разрабатываемого тура представлена ниже (Таблица 4).

Цели тура:

1. Ознакомление туристов с историей, культурой и особенностями народных художественных промыслов Нижегородской области;
2. Удовлетворение потребности в познании новой информации и получении ярких впечатлений туристами, а также в их отдыхе и рекреации.

Таблица 4 – Программа культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»

День	Время	Мероприятие
1	2	3
1 день	07:30	Встреча туристической группы в аэропорту города Благовещенска.
	10:00	Вылет по направлению Благовещенск – Москва

1	2	3
	12:30	Прибытие в Москву в аэропорт Домодедово. Трансфер до хостела «Netizen». Заселение в хостел. Свободное время.
	16:00	Обзорная автобусная экскурсия по Москве с посещением Красной площади и Кремля
	18:00	Свободное время.
2 день	07:30	Завтрак в хостеле «Netizen». Освобождение номеров. Трансфер на Курский вокзал.
	09:30	Отправление в Нижний Новгород на скоростном поезде «Ласточка».
	13:51	Прибытие в Нижний Новгород. Обед в кафе «Легенда» Трансфер в хостел «YES!». Размещение в Хостеле.
	17:00	Обзорная автобусная экскурсия по Нижнему Новгороду с осмотр собора Александра Невского, комплекс Благовещенского монастыря, а также прогулкой по главной пешеходной улице Нижнего Новгорода - Большой Покровской.
	19:00	Ужин в кафе «Trattoria Peperoni». Свободное время. По желанию: посещение дельфинария.
3 день	08:00	Завтрак в хостеле «YES!».
	09:00	Пешеходная экскурсия в Нижегородский кремль с прогулкой по Верхне-Волжской набережной и Чкаловской лестнице. По желанию: посещение музея истории художественных промыслов с экскурсией «Художественные промыслы Нижегородской области».
	11:00	Отправление в Богородск.
	12:00	Прибытие в Богородск. Автобусная обзорная экскурсия по городу с посещением Богородского музея керамики. Показ процесса изготовления и обжига глиняных изделий, участие в мастер-классе по работе на гончарном круге.
	14:00	Обед в кафе «Самей».
	15:00	Отправление в Павлово.
	15:45	Прибытие в Павлово. Пешеходная обзорная экскурсия с посещением Павловского исторического музея, а также посещением памятников: Замка-великана, памятника кузнецу, Павловскому лимону и гусиным боям.
	17:30	Отправление в Нижний Новгород.
	18:45	Прибытие в Нижний Новгород. Ужин в кафе «Вкус».

Продолжение таблицы 4

1	2	3
	20:45	Свободное время. По желанию: посещение канатной дороги.
4 день	08:00	Завтрак в хостеле «YES!». Освобождение номеров.
	09:30	Отправление в Балахну.
	10:30	Обзорная автобусная экскурсия, включая посещение комплекса Покровского монастыря.
	11:30	Посещение музея кружева. По желанию за отдельную плату: посещение музея Кузьмы Минина.
	13:00	Отправление в Чкаловск.
	14:00	Обед в кафе «Чикаго».
	15:00	Обзорная пешеходная экскурсия по городу с посещением Чкаловского дома ремесел.
	17:00	Отправление в Городец.
	18:15	Прибытие в Городец. Ужин в кафе «Теремок». Трансфер в гостиницу «Премьер отель», заселение. Свободное время.
5 день	08:00	Завтрак в гостинице. Освобождение номеров.
	09:00	Обзорная пешеходная экскурсия по городу с экскурсией в музейно-туристический комплекс «Город мастеров». По желанию: посещение музея «Терем русского самовара».
	11:30	Отправление в Семёнов.
	13:00	Обед в кафе «Теремок».
	14:00	Обзорная автобусная экскурсия. Посещение фабрики «Хохломская роспись».
	15:15	По желанию: экскурсия по музейно-туристическому центру «Золотая Хохлома».
	16:30	Отправление в Нижний Новгород.
	18:30	Прибытие в Нижний Новгород. Заселение в хостел «YES!». Ужин в кафе «Вкус». Свободное время.
6 день	07:00	Завтрак в хостеле «YES!». Освобождение номеров.
	08:00	Трансфер на вокзал.
	9:40	Отправление в Москву.
	13:45	Прибытие в Москву. Трансфер в аэропорт Домодедово.
	18:30	Отправление в Благовещенск.
7 день	08:00	Прибытие самолета в аэропорт города Благовещенска. Окончание тура.

3.3 Калькуляция культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»

Произведение расчета стоимости данного культурно-познавательного тура будет осуществляться в соответствии с методом калькулирования полной себестоимости. В течение осуществления путешествия группу будет сопровождать специализированный гид. В стоимость тура входит следующее: трансфер, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, медицинская страховка, заработная плата сопровождающего.

1. Транспортные расходы

Стоимость аренды автобуса составляет 1000 рублей в час. В данном туре необходимо арендовать автобус на 32 часа, в соответствии с программой. Перелет Благовещенск – Москва – Благовещенск обойдется в 24000 рублей на человека. Переезд Москва – Нижний Новгород на скоростном поезде «Ласточка» обойдется в 2536 рублей на человека.

Итого транспортных расходов за всё время тура:

$1000 \cdot 32 = 32000$ рублей (на группу);

$24000 \cdot 11 = 264000$ рублей (на группу);

$2536 \cdot 11 = 27896$ рублей (на группу).

$32000 + 264000 + 27896 = 323896$ рублей (на группу).

Так как в туристской группе предполагается 10 человек и 1 сопровождающий, то статья транспортных расходов на одного человека составляет:

$32000 : 10 = 3200$ рублей (на человека).

$264000 : 10 = 26400$ рублей (на человека);

$27896 : 10 = 2789,6$ рублей (на человека).

$3200 + 26400 + 2789,6 = 32389,6$ рублей (на человека).

2. Расходы на питание

Стоимость завтраков не включена в стоимость тура в связи с тем, что они являются бесплатными на базе средств размещения, входящих в программу обслуживания данного тура.

В стоимость расходов на питание входит:

- 1) обед в кафе «Легенда» - 180 руб./чел.;
- 2) обед в кафе «Самей» 160 руб./чел.;
- 3) обед в кафе «Чикаго» 150 руб./чел.;
- 4) обед в кафе «Теремок» 140 руб./чел.;
- 5) ужин в кафе «Trattoria perperoni» 300 руб./чел.;
- 6) ужин в кафе «Вкус» 220*2 руб./чел.;
- 7) ужин в кафе «Теремок» 200 руб./чел.;

Также в стоимость тура включаются расходы на питание сопровождающего. Таким образом, в стоимость путевки войдут следующие расходы:

$180+160+150+140+300+220*2+200=1570$ рублей (на человека);

$1570*11=17270$ (на группу).

Итого расходов на питание на одного человека с учетом гида:

$17270:10 = 1727$ рублей (на человека).

3. Расходы на проживание включают:

Размещение в хостеле «Netizen» – 773 руб./сутки (на человека)

Размещение в хостеле «YES!» - 450 руб./сутки (3 ночи – на человека);

Размещение в гостинице «Премьер» – 1250 руб./сутки (на человека).

В общую стоимость также включается оплата за сопровождающего.

Итого затрат на размещение:

$773+450*3+1250 = 3373$ рубля (на человека);

$3373*11= 37103$ рубля (на группу).

Итого расходов на размещение с учетом гида (на человека):

$37103:10 = 3710,3$ рублей (на человека).

4. Страховка составляет 300 рублей на одного человека. Итого:
 $300*10 = 3000$ рублей (на группу).

5. В расходы на экскурсионное обслуживание входят:

- 1) обзорная автобусная экскурсия по Москве – 650 руб./чел.;

2) обзорная автобусная экскурсия по Нижнему Новгороду – 400 руб./чел.;

3) пешеходная экскурсия в Нижегородский Кремль – 250 руб./чел.;

4) автобусная обзорная экскурсия в Богородске – 200 руб./чел.;

5) пешеходная обзорная экскурсия в Павлово – 250 руб./чел.;

6) обзорная экскурсия в Балахне – 220 руб./чел.;

7) экскурсия в музей кружева – 100 руб./чел.;

8) обзорная пешеходная экскурсия Чкаловск – 250 руб./чел.;

9) обзорная пешеходная экскурсия по Городцу – 440 руб./чел.;

10) обзорная автобусная экскурсия по Семёнову – 520 руб./чел.

Расходы на экскурсионное обслуживание:

$650+400+250+200+250+220+100+250+440+520 = 3280$ рублей (на человека).

$3280*11 = 36080$ рублей (на группу).

Итого расходов на человека с учетом оплаты сопровождающего:

$36080:10 = 3608$ рублей (на человека).

6. Заработная плата сопровождающего составляет 700 рублей в день.

Итого за 7 дней тура его заработная плата составит:

$700*7 = 4900$ (на группу) $1479,8=6379,8$

$4900:10 = 490$ (на человека)

Начисления на заработную плату составляют 30,2 %, т.е. $4900*30,2\% = 1479,8$ рублей. Итого расходов на заработную плату сопровождающего:

$4900 + 1479,8 = 6379,8$ рублей (на группу)

$6379,8:10 = 637,98$ рублей (на человека)

7. Итого прямых затрат (на группу):

$17270+37103+323896+36080+3000+6379,8 = 423728,8$ рублей (на группу);

Итого прямых затрат (на человека):

$423728,8:10 = 42372,88$ рубля (на человека).

8. Косвенные затраты: 7% от суммы прямых затрат (на группу)

$423728,8*7\% = 29661,02$ рубль (на группу);

Итого косвенных затрат (на человека):

$29661,02:10 = 2966,1$ рублей (на человека).

9. Полная себестоимость (на группу) составляет:
 $423728,8+29661,02 = 453389,82$ рублей (на группу).

Полная себестоимость (на человека) составляет:
 $453389,82:10 = 45338,98$

10. Прибыль 7% составляет:
 $453389,82*7\% = 31737,29$ рублей (на группу)
 $31737,29:10 = 3173,73$ рубля (на человека)

11. Продажная цена:
 $453389,82 + 31737,29 = 485127,11$ рублей (на группу)
 $485127,11:10 = 48512,71$ рубля (на человека)

В более наглядном виде данные полученные показатели представлены в виде таблицы (таблица 5).

Таблица 5 – Калькуляция культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов»

Наименование калькуляционной статьи	Показатели		
	В процентах	На 1 чел., руб.	На группу, руб.
Расходы на питание		1727	17270
Расходы на проживание		3710,3	37103
Транспортные расходы		32389,6	323896
Экскурсионное обслуживание		3608	36080
Страховка		300	3000
Заработная плата гида		637,98	6379,8
	30,2%		
Итого прямых затрат		42372,88	423728,8
Косвенные расходы туроператора	7%	2966,1	29661,02
Себестоимость тура		45338,98	453389,82
Прибыль туроператора	7%	3173,73	31737,29
Продажная цена		48512,71	485127,11

Подводя итоги, хотелось бы сказать, что при помощи использования метода калькулирования полной себестоимости была просчитана полная себестоимость и продажная цена данного тура, которая в итоге расчетов составляет 48512 рубля 71 копейка, что является весьма приемлемой стоимостью для инклюзив тура.

В третьей главе было дано описание основных центров народных художественных промыслов в Нижегородской области, а также были представлены детали формирования культурно-познавательного тура «Корзинка Нижегородских промыслов». Также в процессе была составлена программа тура.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, с целью формирования культурно-познавательного тура по центрам народных художественных промыслов в Нижегородской области было проведено тщательное исследование аспектов развития данного типа туризма как в Российской Федерации, так и непосредственно на региональном уровне. В дополнение к вышесказанному, был проведен анализ туристского потенциала Нижегородской области. Как итог: весьма велик и при грамотном подходе к усовершенствованию материально-технической базы туристской индустрии субъекта существует возможность повышения привлекательности региона для российских и иностранных туристов и его конкурентоспособности в отношении прочих регионов.

В Нижегородской уже сформировались основные сегменты индустрии туризма. После рассмотрения динамики и современного состояния данной отрасли в регионе, можно проследить стабильность в ее развитии за последние годы. В основном это проявляется в повышении уровня сервисного обслуживания, увеличении количества предприятий, входящий в состав материально-технической базы туризма Нижегородской области, а также в увеличении объемов предоставляемых услуг туристам предприятиями региона.

Таким образом, в ходе работы была достигнута цель создания культурно-познавательного тура по центрам народных художественных промыслов в Нижегородской области, было проведено исследования спроса на предлагаемый туристский продукт, который показал положительные результаты. Можно утверждать, что вне зависимости от специфичности данного туристского предложения, подобный тур, несомненно, обретет свою популярность и найдет своего туриста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. – М.: ГОССТАНДАРТ РОССИИ, 1994.
- 2 Веснин, В. Р. Основы менеджмента: учебник / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2013. – 320 с.
- 3 Биржаков, М. Б. Введение в туризм: учебник / М.Б. Биржаков. – СПб. : Издательский дом Герда, 2004. – 448 с.
- 4 Чудновский, А. Д. Гостиничный и туристический бизнес / А. Д. Чудновский. – М. : ЭКМОС, 2000. – 352 с.
- 5 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
- 6 Кабушкин, Н.И./ Организация туризма / Н.И. Туризм. – Мн.: Новое знание, 2003. – 336 с.
- 7 Кабушкин, Н.И./ Менеджмент туризма / Н.И. Кабушкин. – Мн. : БГЭУ, 1999. – 644 с.
- 8 Квартальнов, В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 320 с.
- 9 Зорин, И. В. Энциклопедия туризма: справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
- 10 Кирпичников, А. И. Культурное наследие Российского государства / А.И. Кирпичников. – СПб. : ИПК «Вести», 2005. – 134 с.
- 11 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности» от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462. - 09.06.2016
- 12 Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сущинская. - СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 210 с.
- 13 Декларация Мехико по политике в области культуры // Культуры: диалог народов мира. – ЮНЕСКО, 1984. - С. 77

14 Святохо, Н. В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона / Н.В. Святохо // Экономика и управление. - 2007. - №2. - С. 30-36.

15 Мошняга, Е.В. / Научные труды Московского гуманитарного университета / Е.В. Мошняга // Вестник МГУ. - 2005. - Выпуск 55. - С. 128-147.

16 Официальный сайт федерального агентства по туризму РФ. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>. – 04.09.2016.

17 Шульгин, П. М. Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия / П.М. Шульгин. - М. : Институт Наследия, 2004. - 174 с.

18 Ильина, О. В. Фундаментальные исследования в туроперейтинге / О.В. Ильина, М. А. Левина // Материалы конференции «Фундаментальные исследования» - 2005. - №10. - С. 66-68.

19 Коржанова, А. А. Перспективные направления развития культурно-познавательного туризма в России / А. А. Коржанова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-18. – С. 4044-4047;

20 Лихачев, Д. С. Русская Культура / Д.С. Лихачев. – М. : Искусство, 2000. с.49.

21 Катамашвили, В. В. «Нижегородское золотое кольцо народных промыслов» – новый образ региона и драйвер развития туризма». / В. В. Катамашвили // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. - №4 – С. 56-57.

22 Мошняга, Е. В. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации: материалы с сайта. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.mosgu.ru>. – 09.06.2016.

23 Шичкова, Е. В. Продвижение территорий и международный туризм: проектно-ориентированный подход: учебно-метод. пособие / Е. В. Шичкова – М. : Нижний Новгород: Изд-во ННГ, 2015. – 230с.

24 Официальный сайт Правительства Нижегородской области. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: www.government.nnov.ru. – 09.06.2016.

25 Официальный сайт Госкомитета Российской Федерации по статистике. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: www.gks.ru. – 09.06.2016.

26 Справочная информация о нижегородской области на сайте МИД РФ. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://www.mid.ru/maps/ru/ru-niz/-/asset_publisher. - 03.09.2016

27 3. ГОСТ Р 50644-09 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов”

28 Асташкина, А. В. География туризма: учебное пособие / А. В. Асташкина [и др.] – М. : Альфа-М, 2010. – 308 с.

29 Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин - Ростов-на-Дону, Феникс, 2009. – 286 с.

30 Воскресенский, В. Ю. Международный туризм: пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / В.Ю. Воскресенский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 255 с.

31 Чеботарь, Ю. П. Туристский бизнес / Ю.П. Чеботарь – М. , Росконсульт, 2010. - 386 с.

32 Ягодынская, С.В. Культурно-исторические центры России./ С.В. Ягодынская, С.А. Малыгин - М. : Academia, 2010. – 271с.

33 4. ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». Постановление Госстандарта России от 21.06.94 № 177

34 Буйленко, В.Ф. Туризм / В.Ф. Буйленко – М. : Изд-во Феникс, Неоглори, 2008. – 416 с.

35 Кусков, А.С. Основы туризма: учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян - М. : КНОРУС, 2008. — 400 с.

36 Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма: учебное пособие / Г. А. Яковлев - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 371с.

37 Культурологическая практика туризма России и перспективы ее развития. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/1529>. - 29.05.2016.

38 Зорин, И.В. Туристский терминологический словарь: справочно-методическое пособие/ И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 1999. – 664 с.

39 Аванесова Г. А. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Г. А. Аванесова [и др.] – М. : Аспект Пресс, 2002. – 365 с.

40. Аманжолова, Д. А. / Современные проблемы сервиса и туризма / Д. А. Аманжолова // Современные проблемы сервиса и туризма - 2008. - №2. - С.81-85.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

АНКЕТИРОВАНИЕ

Выберите наиболее подходящий Вам вариант ответа. В каждом вопросе выбирается только один вариант ответа. Опрос является анонимным для всех респондентов.

1. Ваш пол:

- мужской;
- женский.

2. Ваш возраст:

- до 18 лет;
- 18-25 лет;
- 26-35 лет;
- 36-50 лет;
- свыше 50 лет.

3. Укажите род Вашей основной деятельности:

- студент, старший школьник;
- наемный работник;
- работающий на индивидуальной основе;
- не работающий;
- пенсионер;
- другое.

4. Как часто Вы пользуетесь туристскими услугами?

- несколько раз в год;
- 1 раз в год;
- раз в 1-3 года;
- раз в 3-5 лет;
- другое.

5. Вы предпочитаете путешествовать:

- по путёвке;
- самостоятельно.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

6. Вы предпочитаете совершать путешествия:

- по территории России;
- по зарубежным странам.

7. Во время осуществления путешествия вы предпочитаете останавливаться:

- в гостиницах;
- в хостелах;
- другое.

8. Приобретая тур, Вы, прежде всего, уделяете внимание:

- качеству программы обслуживания тура, цена не имеет значения;
- качеству программы обслуживания тура, цена изучается и принимается на усмотрение;
- в первую очередь стоимости тура, ориентируясь на цену, подбирается программа обслуживания тура.

9. Вы предпочитаете приобретать туры:

- по одному и тому же направлению в уже проверенные места;
- каждый раз в новые места.

10. Приобретая тур, Вы предпочитаете продолжительность тура:

- до 7 дней;
- 7-10 дней;
- 10-12 дней;
- 13-14 дней;
- более 14 дней.

11. Вы предпочитаете следующий вид туризма:

- оздоровительный туризм;
- культурно-познавательный туризм;
- рекреационный (пляжный) туризм;
- экстремальный туризм;
- деловой туризм;
- шопинг-туризм;

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

- экологический туризм;
- другое.

12. Интересуетесь ли Вы историей и культурой России?

- да;
- нет;
- затрудняюсь ответить.

13. Знакомы ли вы с народными художественными промыслами России?

- да;
- нет;
- затрудняюсь ответить.

14. Знакомы ли вы с туризмом в Нижегородской области?

- да;
- нет;
- затрудняюсь ответить.

15. Интересен был бы вам тур по центрам народных художественных промыслов Нижегородской области?

** Нижегородская область считается столицей народных художественных промыслов в России. Она является родиной таких знаменитых промыслов, как яркая и жизнерадостная Семёновская, Хохломская и Городецкая роспись, холодное оружие ворсменских и павловских мастеров, уникальная резьба по кости, камню и дереву. Вас вдохновят сказочные узоры ручного ткачества, грациозного золотого шитья и чкаловских гипюров, мастерство изготовления которых передавалось из поколения в поколение на протяжении сотен лет. Все это - драгоценное наследие Нижегородского края, знакомство с которым будет интересным гостям нашей област.*

- да;
- нет;
- затрудняюсь ответить.

Спасибо, что уделили нам время!