


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

Допустить к защите  
И.о. зав. кафедрой  
 Л.А. Понкратова  
«25» 06 2018 г.

### БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Возможности и перспективы развития аэрокосмического туризма на  
Дальнем Востоке

Исполнитель  
студент группы 434-об



И.О Суханова

Руководитель  
доцент, к.г.н



Л.А Понкратова

Бармоконтроль  
инженер

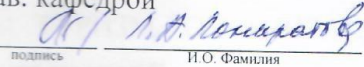


О.В. Шпак

Благовещенск 2018

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой



подпись

И.О. Фамилия

« 04 » 09 2017 г.

### ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента

Суранова Ирина  
Александровна

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Возможности и перспективы развития агроэкотуризма на территории н.в.р. 903  
(утверждено приказом от 26.03.2018 № 634-р/18)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06.2018

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту): литературные источники, интернет-ресурсы, статистические данные.

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащий проработке вопросов):

1. Теоретические аспекты развития агроэкотуризма в н.в.р. 2. Анализ предпочтений и условия создания нового туристского кластера агроэкотуризма. 3. Разработать туристские продукты для туристского кластера на базе кооператива «Восточный агроэкотуризм».

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) анкета, таблицы 1-18, ресурсы.

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания

07.09.2017

Руководитель бакалаврской работы (проекта)

Помырева А.А., доцент, к.т.н

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата):

  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 69 с., 26 рисунков, 18 таблиц, 8 приложений, 41 источник.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ВИДЫ ТУРИЗМА, ТУРПРОДУКТ, ДАЛЬНИЙ ВОСТОК, РОЛЬ ТУРИЗМА, ПРОБЛЕМЫ, ФАКТОРЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА, ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ

Цель данной работы – изучить такую отрасль как космический туризм, выявить особенности развития.

Для достижения поставленной цели необходимо решить несколько задач:

- 1) рассмотреть основы, понятия, классификации и виды туризма;
- 2) изучить историю создания и освоения космического туризма;
- 3) на основе обработки литературных источников, выявить особенности космического туризма;
- 4) изучить предпосылки для развития космического туризма;
- 5) рассмотреть и систематизировать потенциал для развития космического туризма.

Объектом исследования является – космический туризм.

Предмет исследования – индустрия туризма.

В ходе изучения данной темы была использована литература следующих авторов: Ветитнев А.М., Бабкин А.В., Биржаков М.Б., Тропынин И.В. и другие.

При написании работы использовались общенаучные методы (синтез, аналогия, сравнение) и методы обработки информации (группировки, таблицы).

Практическая значимость работы обусловлена тем, что материалы исследования могут быть использованы при определении перспективных путей развития новых направлений развития туристического потенциала Дальнего Востока.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты, развитие аэрокосмического туризма в РФ	8
1.1 Понятия, классификации и место космического туризма	8
1.2 Государственная политика РФ в сфере внутреннего и въездного туризма в отношении новых проектов	18
1.3 Развитие космического туризма за рубежом	23
2 Анализ предпосылок и основание для создания нового туристского кластера аэрокосмического туризма	27
2.1 Въездной и внутренний туризм на Дальнем Востоке: спрос и особенности	27
2.2 Предпосылки развития космического туризма в России	34
2.3 Обоснование создания туристского кластера аэрокосмического туризма в регионе	43
3 Разработка туристических продуктов для туристского кластера на базе космодрома «Восточный» аэрокосмического туризма на Дальнем Востоке	56
3.1 Проекты программ разрабатываемых продуктов в сфере аэрокосмического туризма в регионе	56
3.2 Экономическое обоснование стоимости туристских продуктов и его продвижение	59
Заключение	64
Библиографический список	66
Приложение А Фотографии космодромов	70
Приложение Б Экспонаты Выставочного зала космонавтики и космодрома «Восточный»	73
Приложение В Город космонавтики на рубеже веков	75
Приложение Г Вертикализация ракеты	76
Приложение Д Информационный листок к путевке туристского	

путешествия «Восточный – жемчужина Дальнего Востока»	77
Приложение Е Памятка туристу от туроператоров на экскурсионные выезды	79
Приложение Ж График загрузки туристского предприятия	83
Приложение К Калькулирование себестоимости турпродукта	84
Приложение Г Анкетирование по новому туристическому продукту	85

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы заключается в том, что туристические направления уже давно рассматриваются как одна из наиболее перспективных и интенсивно развивающихся структур туристического рынка.

Каждый век наполнен уникальными достижениями, которых до этого не знала история всего мира. Разработка научно-технической революции прошлых лет стал полет человека в космос. С этого момента стартовало активное познание космического пространства, как в небе, так и на земле. В прошлом веке активно создавались новые космические аппараты, к планетам галактики стартовали автоматические аппараты, в то время как на земле проводили научно-образовательные экскурсии и все было в новинку. В небе на орбиту выводились космические станции, человек вышел в открытый космос и побывал на Луне. На земле активно входили в туристическую сферу поездки на стартовые площадки и гражданам все было в новинку узнавать о космосе. Сегодня космические технологии из сферы научных исследований постепенно переходили в область практики, и настал момент, когда любой человек может не только воспользоваться услугами связи, но и осуществить настоящий полет в космос, не являясь космонавтом.

Тема аэрокосмического туризма на сегодняшний день активно обсуждается в СМИ. В популярных публикациях пишутся самые различные мнения о современном и будущем развитии аэрокосмического туризма от хороших до плохих. Появляются первые попытки продвижения этой отрасли на туристический рынок. Все вышесказанное объясняет актуальность выбранной темы.

Однако в РФ на сегодняшний день туристический потенциал не реализуется в полной мере. К причинам сложившейся ситуации относится целый ряд проблем, главными из которых являются: отсутствие инфраструктуры, труднодоступность туристических объектов, низкий уровень бюджетных расходов на отрасль, неэффективность законодательства в сфере туризма.

Амурская область обладает высоким туристическим потенциалом для

развития въездного и внутреннего туризма. Приграничное положение и сочетание уникальных природных комплексов, в том числе заповедников, палеонтологических памятников, источников минеральных вод, и историко-культурных туристических ресурсов открывает для региона высокие перспективы. И главная задача, которая стоит перед туристической отраслью – воплотить эти перспективы в жизнь.

Объектом исследования является – космический туризм.

Цель курсовой работы – изучить такую отрасль как космический туризм, выявить особенности развития.

Поставленная цель исследования предполагает решение следующих основных задач:

- изучить историю создания и освоения космического туризма;
- на основе обработки литературных источников, выявить особенности космического туризма;
- изучить предпосылки для развития космического туризма;
- рассмотреть и систематизировать потенциал для развития космического туризма;
- выявить возможности для развития видов туризма.

Информационная база исследования: материалы семинаров; труды по данному вопросу отечественных авторов по теории туризма, таких как: А.Ю. Александрова, А.В. Бабкин, И.В. Зорин, А.С. Дуздибаева, Е.Н. Ильина, В.А. Квартальнов, Т.В. Козырева, А.Д. Чудновский; а так же статистические данные с официальных сайтов Росстата, Ростуризма и Амурстата.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, РАЗВИТИЕ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РФ

## 1.1 Понятия, классификации и место космического туризма

Понятие туризма. Российские и международные подходы к определению. В Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» используются следующие определения:

«Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Экскурсант – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика»<sup>1</sup>.

В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991 г.) и одобренное ВТО и Статистической комиссией ООН. Согласно ему, Турист – это посетитель, т.е. «лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами

---

<sup>1</sup> Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон № 132-ФЗ, принят Гос. Думой 4 октября 1996 г., одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г. (по состоянию на 29 июня 2015 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».



его обычной среды, на срок не более 12 месяцев с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте».

Посетитель – термин, объединяющий путешествующие лица с целью туризма. Оно распространяется наряду с туристами и на экскурсантов, которым присущи общие признаки. Различия, имеющиеся между ними, не затрагивают существа явления, поэтому экскурсионные поездки все чаще рассматриваются как частный случай туризма и отражаются в туристских статистических справочниках.

Выделяются три главных признака<sup>2</sup>, позволяющих объединить туристов и экскурсантов в категорию посетителей и одновременно отличить от других путешествующих лиц (рисунок 1).

<b>Перемещение за пределы обычной среды</b>	<b>Продолжительность пребывания в месте назначения</b>	<b>Цель (мотив) поездки</b>
<p>- обычная среда включает в себя определённый район вокруг места жительства и всех мест, регулярно посещаемых данным лицом;</p> <p>- основной целью использования понятия «обычная среда» является исключение из категории «посетитель» лиц, путешествующих каждый день или каждую неделю между своим домом и местом работы и учебы, или другими часто посещаемыми местами</p>	<p>- по требованию Всемирной туристской организации предельный срок для туристов составляет от 24 часов до 12 месяцев (в некоторых странах – 6 месяцев);</p>	<p>- Всемирная туристская организация разработала цели, которые учитываются как туристические: досуг, рекреация и отдых;</p> <p>- посещение знакомых и родственников;</p> <p>- деловые и профессиональные цели (участие в деловых встречах, конференциях, конгрессах и т.д.)</p> <p>- лечение;</p> <p>- религия и паломничество.</p>

Рисунок 1 – Признаки категории объединения туристов.

Туризм в современном мире проявляется в разных явлениях связях и отношениях, что определяет необходимость его классификации, т.е. группировки по отдельным однородным признакам, зависящих от определенных практических целей. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории и виды.

<sup>2</sup> Александрова А.Ю. Международный туризм. М. : Норма, 2002. С. 470.

В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма (рисунок 2).

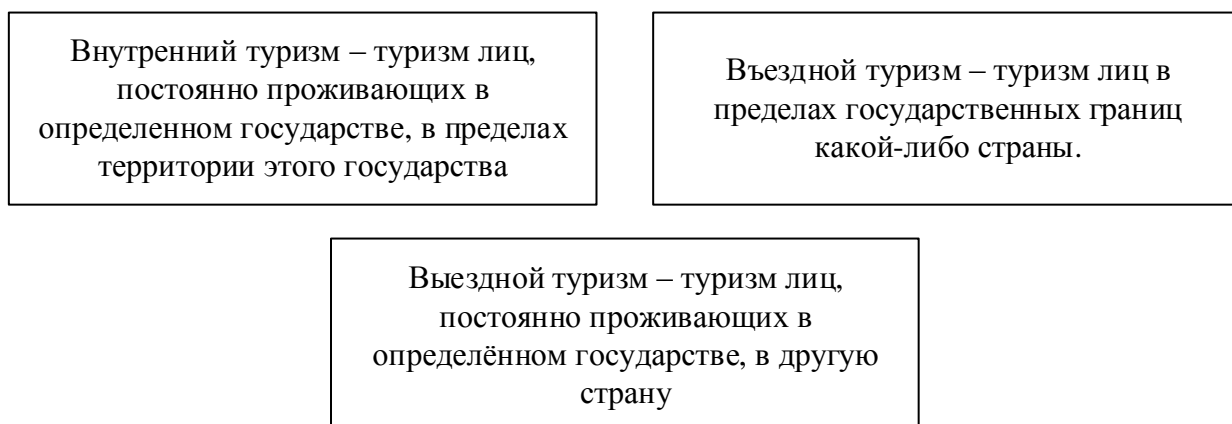


Рисунок 2 – Основные типы туризма

Указанные типы туризма по-разному сочетаются между собой, образуя следующие категории туризма (рисунок 3)<sup>3</sup>.



Рисунок 3 – Категории туризма

Исходя из базовых сведений о туризме, на сегодняшний день для развития туристического кластера на Дальнем Востоке выделяется Аэрокосмический туризм, который набирает обороты с каждым годом все больше и больше.

Что же такое аэрокосмический туризм? Под этим термином рассматривается возможность человеку или компании людей, отправиться в путешествие в

<sup>3</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. С. 252.

космос или посетить стартовые площадки ведущих космодромов за определенную плату. Вы платите деньги, проходите курс подготовки и отправляетесь в полет, в развлекательных или научно-исследовательских целях. Именно поэтому в ближайшее время аэрокосмический туризм должен освоиться на туристическом рынке, и занять свою определенную позицию среди туристов.

В основе любого туристского продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности. Поэтому сердцевину продукта, его сущностную сторону представляет так называемый замысел, т. е. его направленность на решение определенной проблемы, удовлетворение конкретной нужды. Что же на самом деле получает турист?

Несмотря на спрос и особенности нового вида туризма среди туристических рынков, у него есть ряд особых проблем, которые вполне решаемы.

Подкрепление туристского продукта в значительной степени способствует поиску и закреплению клиентов. Так, качество обслуживания определяется (рисунок 4).

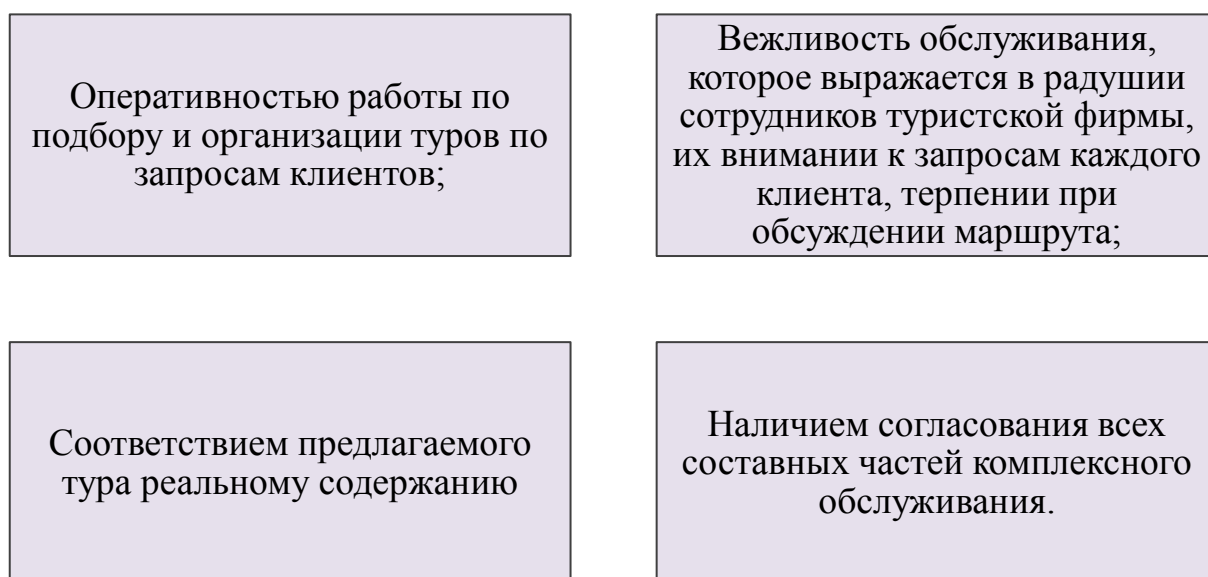


Рисунок 4 – Качество обслуживания при поиске клиентов.

Скорость обслуживания в комплексе определяет степень удовлетворения каждого клиента (рисунок 5).

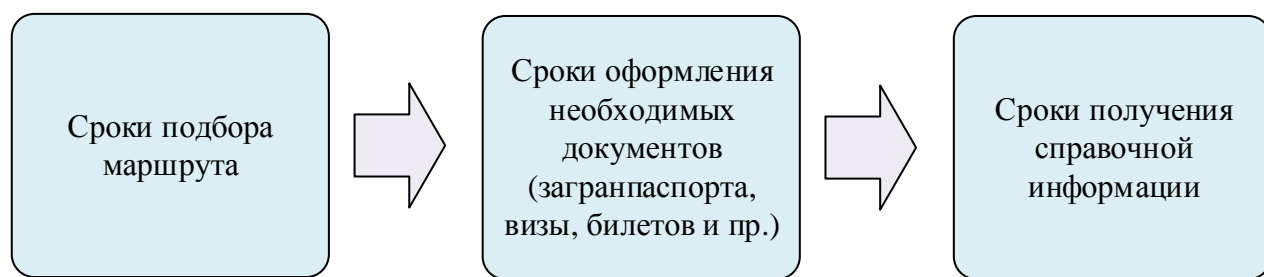


Рисунок 5 – Порядок обслуживания клиентов

Во многих туристических фирмах информационные услуги предоставляются бесплатно, именно благодаря им в значительной степени обеспечивают реализацию своего туристского продукта.

Для информирования потребителей обычно используются каталоги, проспекты, брошюры, информационные листы, в которых содержатся подробные сведения о содержании и качестве пакета услуг, ценах и т.д. Эти материалы должны быть предоставлены каждому клиенту, заявившему о своем желании приобрести тот или иной тур.

Наличие информационного материала, его знание персоналом туристского предприятия и свободное представление по запросу туриста является безусловным требованием создания туристского продукта и его успешной реализации на рынке.

«Новая конкуренция» – это конкуренция между собой не того, что предлагается туристскими фирмами, а того, чем они дополнительно снабжают свои продукты в виде специфических услуг, консультаций, информации, особенностей обслуживания и прочих ценимых людьми вещей. Поэтому туристские фирмы должны постоянно искать эффективные пути подкрепления предлагаемых на рынок продуктов»<sup>4</sup>.

Исследуя формы и методы реализации туристических услуг в РФ и за рубежом, опираясь на это определение туризма классификация может осуществляться по ряду характеристик (рисунок 6).

<sup>4</sup>Здоров А.Б. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2015. С. 46.

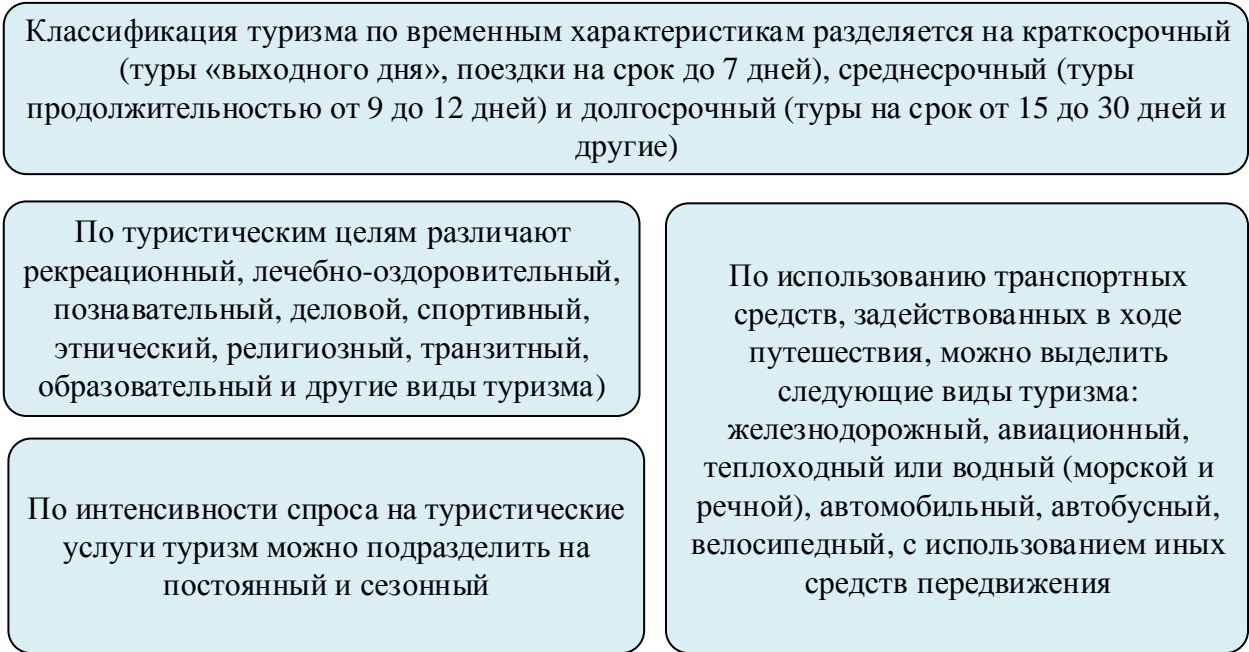


Рисунок 6 – Классификация по ряду характеристик

Так же интенсивность спроса содержит в себе два вида спроса на туристические поездки: постоянный и сезонный (рисунок 7).

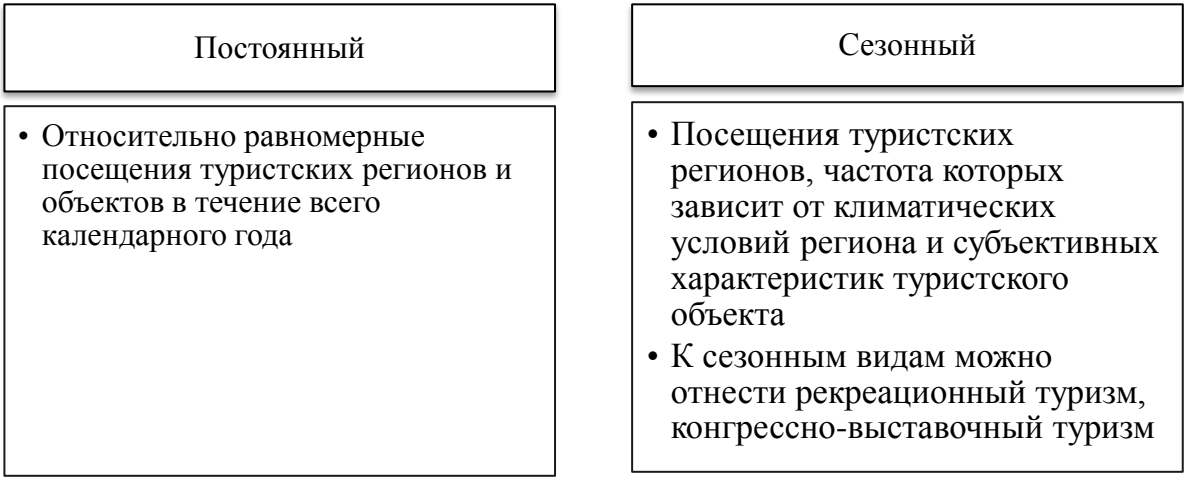


Рисунок 7 – Интенсивность спроса

Сегодня, когда общий интерес от «большой космической гонки» утихла, а государство готово дать разрешение на реализацию частных проектов на площадках космодрома, допустив в аэрокосмическую отрасль средства, многие мечты об аэрокосмических экскурсиях и поездках на ведущие космодромы сможет получить новые возможности для решения проблем. Аэрокосмический

туризм в ближайшее время, после всех нововведений, может превратиться из объекта научного исследования в одно из ведущих направлений туризма. Поэтому стоит надеяться, что в ближайшее время аэрокосмический туризм станет ведущей платформой для развития у туристов.

Интерес к аэрокосмическому туризму существует давно и имеет спрос. Однако именно космический туризм – это, как ни что иное как, специфическая область, требующая особой подготовки туристов. В туризме зачастую берется в рассмотрения для посещения стартовых площадок наземный аэрокосмический туризм, который позволяет своими глазами увидеть космическую платформу страны и даже оказаться на космодроме во время пусков.

Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры (ЦЭНКИ) был создан при Российском космическом агентстве в 1994 г. в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 24 августа 1994 г. № 996 «О мерах по обеспечению выполнения Соглашения между Российской Федерацией и Республикой Казахстан «Об основных принципах и условиях использования космодрома «Байконур» от 28 марта 1994 года». <sup>5</sup>

В соответствии с данным постановлением Министерство обороны РФ приступило к передаче Российскому космическому агентству объектов космодрома «Байконур» в целях реализации Федеральной космической программы России.

Распоряжением Правительства РФ от 5 июня 2000 г. № 770-р ЦЭНКИ был преобразован в федеральное государственное унитарное предприятие «Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры».

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 12 декабря 2009 г. № 1442 и постановлением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2005 г. № 823 осуществлена реорганизация ФГУП «ЦЭНКИ» и ФГУП «НИИ ПМ им. академика В.И. Кузнецова» в форме присоединения института к центру. Данное присоединение обеспечило оздоровление экономиче-

---

<sup>5</sup> Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <http://www.russian.space/247>. (дата обращения : 15.05.2018).

ского состояния института, позволило начать модернизацию его испытательной базы и производства и обеспечить ежегодный выпуск более двух десятков наименований гироскопических приборов и бесплатформенных систем для ракетно-космической промышленности.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 12 октября 2010 г. № 1141 и распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2005 г. № 2324-р продолжился поэтапный прием Роскосмосом от Минобороны России объектов комплекса «Байконур», а в целях реализации Указа Президента Российской Федерации от 30 апреля 2008 г. № 658 «О расформировании 5 Государственного испытательного космодрома Министерства обороны Российской Федерации» прием объектов и задач был полностью завершен в 2008 году.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 16 декабря 2008 г. № 1784 и распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 января 2009 г. № 54-р ФГУП «ЦЭНКИ»<sup>6</sup> реорганизовано в форме присоединения к нему следующих ФГУП: «Конструкторское бюро общего машиностроения им. В.П. Бармина», «Конструкторское бюро «Мотор», «Конструкторское бюро транспортного машиностроения», «Конструкторское бюро транспортно-химического машиностроения», «ОКБ «Вымпел» и «Федеральный космический центр «Байконур».

Данная организация проведена в целях сохранения и развития научно-производственного и технологического потенциала российской ракетно-космической промышленности, концентрации и эффективного использования интеллектуальных, производственных и финансовых ресурсов для реализации программ создания космических и наземных систем, повышения качества эксплуатации объектов космодрома «Байконур» (рисунок А.1, приложение А) и работ по проведению запусков космических аппаратов.

Помимо космодрома «Байконур» существуют еще и несколько других ве-

---

<sup>6</sup> Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <http://www.russian.space/247>. (дата обращения : 15.05.2018).

душих космодромов мира. Таких как «Плесецк»-самый северный космодром мира (рисунок А.2, приложение А), космодром в Китае на о. Хайнань «Вэньчань» – самый южный космодром мира (рисунок А.3, приложение А) и конечно же «Восточный», расположенный на территории Амурской области (рисунок А.4, приложение А).

Каждый из этих космодромов является главным звеном в становлении в аэрокосмическом туризме. Поэтому именно вокруг данных космодромов и международных связей будет строиться весь туристический комплекс.

На начальном этапе деятельности туристических проектов были связаны с решением на космодроме вопросов, а также и воинскими частями Минобороны России при обеспечении жизнедеятельности космодрома Байконур, Плесецк и соблюдении норм по содержанию и использованию объектов космодрома определенных для российской стороны договором аренды комплексов космодромов.

Таблица 1 – Основные задачи и решение вопросов на космодромах

ЦЭНКИ при РКА, его основные задачи		
Определение формы и содержания взаимодействия	Распределение ответственности между организациями ракетно-космической промышленности	Составление туристических групп для поездок на космодромы

Основным связующим звеном в решении вышеуказанных задач стали структурные подразделения ЦЭНКИ при РКА, размещенные непосредственно на космодроме.

Однако с учетом расширения объема задач, связанных с подготовкой к приему объектов комплекса «Байконур» от Минобороны России, организации их эксплуатации и работ по подготовке, а также проведению запусков космических аппаратов расчетами организаций ракетно-космической промышленности, в ЦЭНКИ при РКА образованы соответствующие структурные подразделения, расположенные непосредственно в г. Москве.

«Согласно Указу Президента Российской Федерации от 17 декабря 1997 г.



№ 1312 и соответствующему исполнительному постановлению Правительства Российской Федерации от 28 мая 1998 г. № 514, в ведение Российского космического агентства передана большая часть объектов космодрома вместе с решаемыми ими задачами, включая задачи, выполняемые в интересах Минобороны России, что фактически изменяло схему распределения ответственности за эксплуатацию и использование практически всего космодрома»<sup>7</sup>.

Это стало точкой отсчета нового периода в деятельности ЦЭНКИ при РКА, связанного с созданием новой системы эксплуатации, включая непосредственно ее разработку, всестороннее обеспечение и внедрение, создание нормативно-правовой и организационно-технической основы организации подготовки и проведения запусков космических аппаратов с космодрома «Байконур».

Реализация вышеуказанных задач, которые стали основным содержанием деятельности ЦЭНКИ при РКА, потребовала создания нового органа, способного координировать непосредственно на космодроме деятельность существенно расширяемого числа предприятий промышленности, привлекаемых к приему и эксплуатации его объектов.

«С этой целью на базе подразделений ЦЭНКИ, дислоцированных на космодроме, было создано ФГУП «Федеральный космический центр «Байконур» и проведено разграничение функций между ним и сохраняемым Агентством ЦЭНКИ.»<sup>8</sup>

Главным направлением деятельности ЦЭНКИ и объектом сосредоточения основных усилий его коллектива по-прежнему осталось обеспечение функционирования и эффективной эксплуатации объектов космодрома «Байконур» в рамках единой технической политики, установленной Агентством в отрасли.

В соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2000 г. № 770-р на основании приказа Генерального директора Российского авиационно-космического агентства от 20 августа 2001 г. № 91 и его распоряжения от 26 июля 2001 г. № 104, ЦЭНКИ при РКА преобразован в фе-

---

<sup>7</sup> Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <http://www.russian.space /247>. (дата обращения : 15.05.2018).

<sup>8</sup> Там же.

деральное государственное унитарное предприятие «Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры» (ФГУП «ЦЭНКИ»).

Госкорпорация «Роскосмос» делегировала ФГУП «ЦЭНКИ» право на координацию туристической деятельности. ЦЭНКИ было отобрано более 40 туроператоров для организации поездок на космодромы.

Отобранные туроператоры из регионов России и Республики Казахстан получили официальную возможность организации туристических поездок на космодромы.

Оказание туристических услуг полностью возложено на туроператоров, ведь основная задача ФГУП «ЦЭНКИ» – качественная работа космодромов.

В поездку на космодромы входит посещение объектов наземной космической инфраструктуры: космодром, стартовые комплексы, музеи и исторические памятники.

Туристические поездки на космодром «Восточный» будут возможны только после завершения строительных работ и создания там необходимой инфраструктуры для приёма туристов. Сейчас туристические поездки ограничиваются посещением Углегорска и музея космонавтики города.

## **1.2 Государственная политика РФ в сфере внутреннего и въездного туризма в отношении новых проектов**

По становлению аэрокосмического туризма на Дальнем Востоке, были рассмотрены новые программы по отношению к внутреннему и въездному туризму.

Туризм в XXI веке стал одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности большинства государств и регионов мира.

«Путешествия в настоящее время перестали быть просто удовольствием, развлечением или роскошью, а превратились в неотъемлемую часть жизни современного человека, связанную с удовлетворением духовных, интеллектуальных и иных потребностей, восстановлением и развитием физических сил человека, поддержанием необходимого уровня его жизнедеятельности. В то же вре-

мя, «свободный, образованный, здоровый, активный человек – основа конкурентоспособности страны», – указывается в Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 год (распоряжение Правительства России от 17 ноября 2008 г. № 1663-р).»<sup>9</sup>

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года « (распоряжение Правительства России от 17 ноября 2008 г. № 1662-р)»<sup>10</sup> туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль национальной экономики.

Туризм, как одна из самых важных в России, развивающаяся отрасль. По данным ВТО, Россия занимает одно из первых мест в мире в сфере международного туризма.

За 2014 год Россия приняла около 28 миллионов международных гостей (9 место в мире). Богатое культурное наследие и природное разнообразие ставят Россию на заметное место в мире среди стран с потенциальным ростом туризма. В стране находятся 26 объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Различные регионы и этносы в России имеют большое разнообразие традиций. Основные туристические маршруты в России представляют собой посещение Москвы и Санкт-Петербурга, санаторно-курортных учреждений Краснодарского и Ставропольского краев, Калининградской области, горнолыжных курортов Кавказа и Сибири, путешествие по «Золотому кольцу России», круизы по Волге, круизы на ледоколе в национальный парк «Русская Арктика», дальние поездки по Транссибирской магистрали, с посещением Алтайских гор и озера Байкал, путешествия к вулканам Камчатки и в Приморье. Однако, несмотря на наличие всего необходимого для развития внутреннего и въездного туризма, выездной туризм в России преобладает над въездным. Туристические фирмы получают прибыль за счет инфраструктуры и ресурсов других стран, соответ-

---

<sup>9</sup> Папирян Г.Д. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. М.: Финансы и статистика, 2-2013.

<sup>10</sup> Сборник Туристических законов [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <http://www.korint.ru/law> (дата обращения : 12.05.2018).

ственно деньги уходят за границу. Ежегодно Россия может принимать у себя около 70 миллионов туристов, но на сегодняшний день данный потенциал используется лишь на 30 %. По данным за 2014 год доля туристической отрасли в общем объеме ВВП составила 1,5 %. Оборот рынка туристических услуг России без учета субъектов малого предпринимательства достиг 1 401,5 млрд. руб.

Согласно данным Федеральной пограничной службы РФ в 2014 году в Россию было совершено 32,4 миллионов поездок из зарубежных стран. Из них с целью туризма – 2,5 миллионов (на 4 % меньше, чем в 2013 году). За первый квартал 2015 года в Россию было совершено 255 тыс. поездок с туристскими целями (на 3 % меньше, чем в 2014 году). Как показывает статистика за 2014 год, лидером по количеству иностранных граждан, приезжающих в Россию с туристическими целями, является Китай, второе место занимает Германия, а третья? США. В первом квартале 2015 года ситуация несколько изменилась – Турция сместила США на четвертое место. Численность иностранных туристов из Китая стремительно набирает обороты: туристский поток, по сравнению с первой половиной 2014 года, увеличился на 51,6 % (от 134,8 до 204,4 тысяч).<sup>11</sup>

Эта отрасль имеет большое значение в целом для государства и общества, в частности, для субъектов Российской Федерации, муниципальных образований. Россия располагает огромным потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие.

Особую актуальность приобретают вопросы реализации государственной политики и осуществления правоприменительных функций в сфере туризма<sup>12</sup>. Ключевые цели, задачи, принципы и направления государственной политики России в сфере туризма определены в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020

---

<sup>11</sup> Федеральное агентство по туризму. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения : 21.05.2018).

<sup>12</sup> Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. М. : РДЛ, 2014. С. 112.

года, Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2015 года, Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2019 года и других документах показана на рисунке 8.

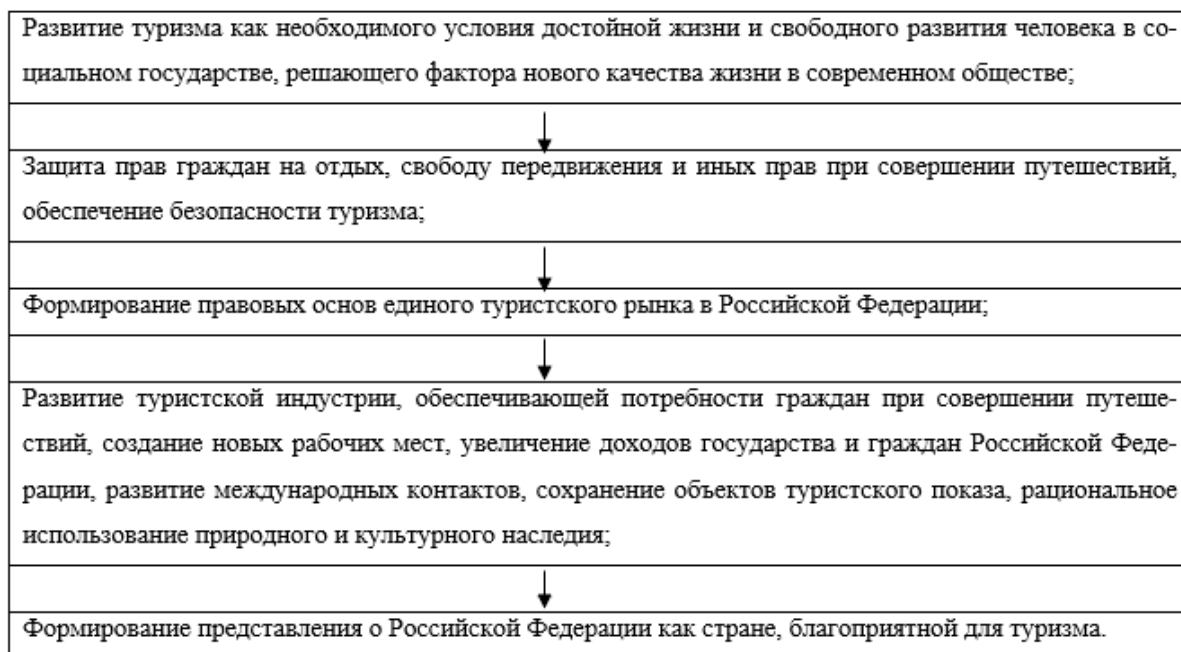


Рисунок 8 – Стратегия развития туризма в РФ.

Приоритетными направлениями государственной политики в сфере туризма является поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма.

В частности, к таким задачам относятся:

- ужесточение юридической ответственности туроператоров за причинение вреда жизни и здоровью туристов, нарушение иных норм законодательства в области безопасности туризма, установление дополнительных оснований для исключения сведений о туроператорах из реестра и др.;

- введение обязательной аттестации инструкторов-проводников, экскурсоводов, гидов-переводчиков;

- «Внесение изменений в Федеральный закон от 6 октября 1999 года № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации»;

Федерации» (в части наделения органов государственной власти субъектов Российской Федерации полномочиями по развитию туризма)».

Основными сдерживающими факторами для развития аэрокосмических туров на сегодняшний день по отношению внутреннего и въездного потока являются:

- значительный физический и моральный износ большого числа объектов туристской индустрии, построенных еще в советское время;
- недостаточное развитие инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма и отдыха;
- постоянный рост тарифов на услуги естественных человеческих факторов, ведущих к удорожанию туристских продуктов;
- обилие негативной информации о социальной и криминогенной обстановке в стране;
- недостаточный объем финансовых средств, выделяемых на продвижение внутреннего и въездного туризма и др.<sup>13</sup>

Так, при отсутствии важных составляющих для реализации проектов среди аэрокосмического туризма существенно не повышает интерес к продуктам и услугам внутреннего и въездного туризма на Дальнем Востоке. Этот фактор необходимо использовать для переориентации выездных туристских потоков на внутренний туризм, а также увеличить долю въездного туризма в аэрокосмическом туризме.

При эффективной государственной поддержке доля туризма в ВВП России может существенно вырасти и подняться до уровня европейских стран. Для этого необходимо возродить институт тур представительств за рубежом.

Развивая аэрокосмический туризм в рамках государственной политики РФ, нужно последовательно решать, как минимум, две ключевые задачи:

- 1) всемерное содействие путешествиям граждан, оказанию им качественных и безопасных туристских услуг, а также создание благоприятных условий для развития индустрии и инфраструктуры въездного и внутреннего туризма;

---

<sup>13</sup> Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2016. С. 93.

2) обеспечение безопасности личности, общества, основополагающих элементов государства, а также охрана окружающей среды от угроз безопасности, связанных с разрушительным и неупорядоченным развитием туризма, негативными последствиями такого развития.

Важнейшим аспектом формирования аэрокосмического туризма среди образа как популярного продукта, благоприятной для туризма в целом, является ее безвизовая политика.

В настоящий момент для более динамичного развития туристической отрасли ДФО необходимо решить несколько важных проблем, показано на Рисунке 9.

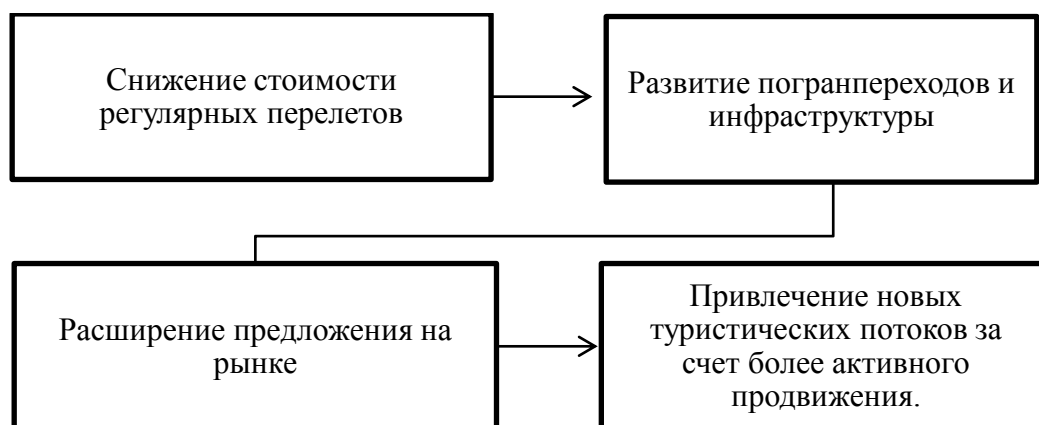


Рисунок 9 – Проблемы развития динамики ДФО

Туристская аэрокосмическая отрасль способна оказывать значительное влияние на динамику основных показателей Дальнего Востока.

Однако на сегодняшний день региональные туристские ресурсы используются не в полном объеме вследствие роста цен на железнодорожные и авиабилеты и недостаточно гибкости ценовой политики новых гостиниц, возведенных на Дальнем Востоке в последние годы. Касаясь конкретно космодрома «Восточный», то там уровень инфраструктуры так же на порядок ниже, чем на всем Дальнем Востоке.

### 1.3 Развитие космического туризма за рубежом

Ключевой проблемой в целом в космическом туризме остается ее возрас-

тающее технологическое отставание. Мы отстаем как в космической технике, так и в туристических нововведениях в реализации турпродуктов и в их технологиях практического использования.

Такое состояние аэрокосмической туристической деятельности в России особенно заметно на фоне значительных качественных результатов в освоении космонавтики.

Россия в планировании космической деятельности активно внедряет критерий «эффективность – стоимость», использование которого стимулирует развитие всего спектра космических технологий – от технологий планирования и проектирования до технологий создания комплектующих.

По ряду причин исторического характера все эти тенденции в развитии космонавтики в значительной мере обошли Дальний Восток стороной.<sup>14</sup>

Из множества направлений аэрокосмического туризма мы пока лидируем только в двух: в области средств доставки полезного груза в космос и в продвижении. Однако и здесь приходится делать существенные оговорки: конкурентоспособность здесь во многом определяется чуть не на порядок более низким уровнем заработной платы в отрасли.

В России имеются все предпосылки для достижения этих целей. Во-первых, у нас есть природные ресурсы, объем и разнообразие которых больше, чем в любом другом государстве. Во-вторых, мы обладаем самым большим по времени опытом космической деятельности, включая и обширный негативный опыт. В-третьих, у нас создана наземная космическая инфраструктура, способная обеспечить реализацию любых разумных космических задач. В-четвертых, у нас продолжает функционировать космическая отрасль промышленности, по физическим объемам производства занимающая первое место в мире. В-пятых, мы сохранили специалистов, способных решать любые современные задачи космонавтики. И наконец, крайне важное: нашу работу при решении задач в космической сфере одобряет и поддерживает общественность.

Если посмотреть на нашу продуктовую линейку, то в традиционных для

---

<sup>14</sup> Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М. : Юрайт, 2015. С. 56.



нас сегментах рынка наши продукты испытывают серьезную конкуренцию, и она усиливается. Например, по пусковым услугам рынок для нас сейчас не самый простой.

Развитие прикладной космонавтики особенно актуально для России с ее огромной территорией, протяженными границами, разнообразием природных и климатических условий. Геополитическое положение России диктует жизненную необходимость приоритетного развития космических средств. Результатами космической деятельности пользуются практически все министерства и ведомства Российской Федерации, государственные и частные организации, значительная часть населения России, включая жителей удаленных районов Севера, Сибири и Дальнего Востока.

Основным конкурентом для космического туризма на сегодняшний день является космодром «Байконур» в Казахстане (рисунок А.5, приложение А).

Чем же живет Байконур – российский город в Казахстане, который скоро может перестать существовать.

Байконур<sup>15</sup> – это не только космодром, но и построенный в казахской степи город, где сейчас живут более семидесяти тысяч человек, большинство из которых не имеет отношения к космосу. Как и территория всего комплекса «Байконур», город находится в аренде у России: главу его администрации назначают совместным указом президентов РФ и Казахстана, здесь две полиции, два ЗАГСа, два суда – а родные братья, живущие в одной квартире, могут оказаться гражданами разных государств. Договор аренды истекает в 2050 году, и что с комплексом будет дальше – неизвестно: свои космические запуски Россия постепенно переносит на космодромы внутри страны (рисунок А.6, приложение А)<sup>16</sup>.

На протяжении многих лет космодром Байконур сохраняет лидирующие позиции во всем мире по числу успешных пусков ракет-носителей. Несмотря на то, что сейчас космодромом владеет Российская Федерация, располагается он

---

<sup>15</sup> Международный туризм: правовые акты. М.: Финансы и статистика, 2000. С. 42.

<sup>16</sup> Бессараб Д.А. География международного туризма. Минск : ТетраСистемс, 2011. Ч. 2. География видов туризма. С. 46.

на территории Казахстана.

Сегодня Байконур является настоящей меккой для любителей космоса и космонавтики. Эксперты ракетно-космической отрасли утверждают, что в ближайшие годы космодром превратится в настоящий центр космического туризма. К примеру, к 2025 году на территории этого космического комплекса планируется не только создать, но и максимально развить инфраструктуру города. Это будет сделано специально для привлечения большого количества туристов. Чтобы привлечь много иностранных туристов, власти Республики Казахстан стараются еще более упростить процедуру получения визы.

Республика Казахстан передала космодром в аренду Российской Федерации на срок с 1994 года по 2050 год включительно. Не секрет, что комплекс Байконур – режимный объект, для посещения которого необходимо получить специальное разрешение.

С каждым годом растет количество туристов, которые хотят побывать на космодроме и своими глазами увидеть запуск ракеты-носителя. Сегодня власти России и Казахстана стараются сделать все возможное для достойного развития туризма на космодроме Байконур. Таким образом, на опыте ведущего космодрома, можно сделать небольшой вывод, что космодром «Восточный» так же не отстает от знаменитого «Байконура». Власти РОСКОСМОС, ЦЭНКИ уже запустили программу по осуществлению перевозок туристов на космодром для образовательных, развлекательных площадок. Уже сегодня можно дать оценку развитию космического туризма на базе площадок «Восточного». Оценка и интерес туристов растет с каждым днем к такому виду туризма. Новые знания и возможности перспектив позволят туризму на Дальнем Востоке перейти на новый этап развития туризма в РФ.

## 2 АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК И ОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ НОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

### 2.1 Въездной и внутренний туризм на Дальнем Востоке: спрос и особенности

Основными видами специализации туристско-рекреационного комплекса Дальнего Востока являются культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, экологический туризм и морская рекреация. В перспективе на этой территории будут развиваться экстремальный, спортивный, приключенческий, экспедиционный, рыболовный, космический и другие виды активного отдыха.<sup>17</sup>

На протяжении нескольких лет Приамурье сохраняет третье место в стране по приему туристов из КНР (после Москвы и Приморского края) и второе среди субъектов ДФО. По данным министерства внешнеэкономических связей, туризма и предпринимательства Амурской области, в 2017 году регион посетило 70,5 тысяч иностранных туристов, что на 32 % больше, чем год назад. Такой всплеск обеспечили соседи из Поднебесной: только по безвизовому обмену в Благовещенск въехали 68,8 тыс. чел.

При этом у китайцев востребованы в основном 1 – 2-дневные туры в Благовещенск. В их программе чаще всего обзорные экскурсии по городу с посещением краеведческого и палеонтологического музеев, кафедрального собора, а в летнее время – посещение русской усадьбы в окрестностях Благовещенска. Но львиная доля времени все же отводится на шопинг. Хотя туристические компании края готовы показать иностранным туристам всю красоту Приамурья.

В «Амурском статистическом ежегоднике» за 2014 – 2015 годы представлены данные, которые позволяют проанализировать современное состояние развития туризма в Амурской области.

За последние пять лет (с 2012 по 2017 гг.) в Амурской области наблюдается стабильный рост числа туристских организаций за счет увеличения

---

<sup>17</sup> Александрова А.Ю. Международный туризм. СПб. : Питер, 2016. С. 76.

турфирм, занимающихся турагентской деятельностью.

На конец 2014 года в Амурской области зарегистрировано 32 организаций, осуществляющих туристическую деятельность (таблица 2), из которых 2 турфирмы занимались исключительно туроператорской деятельностью, 12 – турагентской деятельностью, 18 – туроператорской и турагентской деятельностью одновременно. Следует отметить, что большинство туроператоров и турагентов работают на международном направлении.

Таблица 2 – Туроператоры и Турагенты Амурской области

Туроператорская деятельность	Турагентская область	Туроператорская и турагентская деятельность
1 Pegas touristic 2 Anex tour	1 Амуртурист 2 Слетать.ру 3 Тур-Гений 4 Магазин горящих путевок 5 Coral Travel 6 Моисей 7 Желтый чемодан 8 Манго тур 9 РоссаТур 10 ТурКафе 11 Велл-Тур 12 Гала-Тур 13 Атлас 14 Кокос 15 Спутник 16 Авантаж 17 Активные каникулы 18 Круиз	1 Дальневосточный Феникс 2 Оптима-тур 3 Пиллигрим Плюс 4 Форпост 5 Амурассо 6 Инутрист 7 АКР 8 Кокос 9 Спутник 10 Моисей 11 Профсоюзы 12 Амуртурист

Число российских граждан, выезжающих по путевкам за рубеж из Амурской области, в 2013 году составило 66318 человек, в 2014 году – 63337.

По сравнению с 2007 годом, в 2014 году число российских граждан, выехавших за рубеж, сократилось на 17 %. По отношению к 2013 году турпоток в 2014 году сократился на 4 %. В числе причин такого спада называют рост курса иностранных валют, а также тот факт, что в Приамурье получили развитие чартерные программы в Таиланд и Вьетнам, хотя самой посещаемой страной по-прежнему остается Китай (33833 туристов за 2014 год).

Обратная ситуация складывается с въездным туризмом. Так, в 2013 году

число международных туристов составило 24138 человек, в 2014 году – 32055.

Динамика выездного потока туристов представлена на рисунке 10.

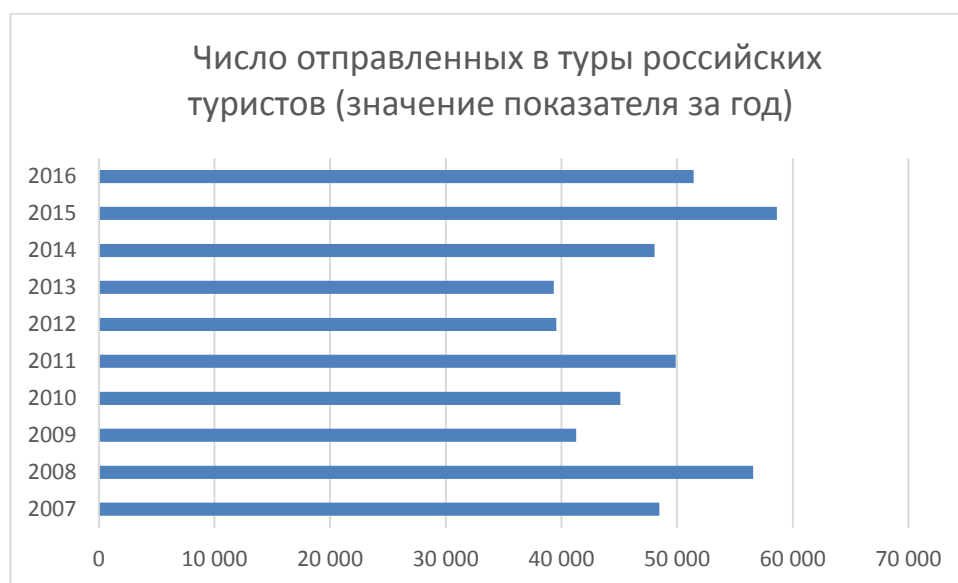


Рисунок 10 – Число отправленных в туры российских туристов (значение показателя за 10 лет)

(составлено и рассчитано по официальным данным Амурстата)

Принимая 2014 год за базисный, можно проследить увеличение въездного турпотока в 2016 году на 2 %. Если же отследить темпы роста по годам, то в 2015 году удельный прирост по отношению к 2014 составил 3 %.

Такие высокие темпы роста международного въездного потока в Амурской области объясняются теми же факторами, что и динамика въездного туризма в России в целом: главным образом – падением курса рубля. Большую часть иностранных туристов, приезжающих в Амурскую область, составляют граждане Китая.

Однако внутренний туризм в Амурской области по-прежнему остаётся неразвитым. Согласно данным Амурстата, в 2014 году численность российских туристов, приобретших путевки по Амурской области, составило всего 237 человек.

На рисунке 11 наглядно представлено соотношение въездного и выездного турпотоков в Амурской области.

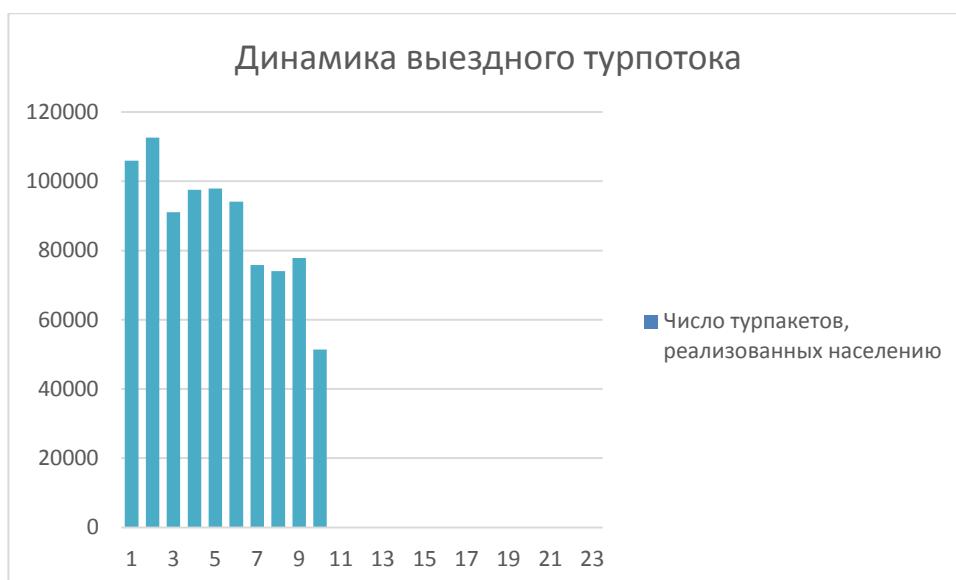


Рисунок 11 – Динамика выездного турпотоков за период с 2007 по 2016 гг., тыс. чел. (составлено и рассчитано по официальным данным Амурстата, в процентах)

Несмотря на падение темпов роста выездного турпотока и, напротив, увеличение въездного потока, в Амурской области на современном этапе преобладает выездной туризм, в то время как въездной и внутренний не получают должного развития.

Поэтому в основном прием туристов ограничивается областным центром. Гостиницы областной столицы с возросшим турпотоком справляется. Нет больших проблем и с гидами, знающие китайский язык.

Растет в области и внутренний турпоток, в том числе за счет неорганизованного туриста, обеспечивающего себе бюджетный набор желаемых развлечений, не прибегая к сторонней помощи.

Что касается развития туризма в сфере аэрокосмического туризма, то Роскосмос поставил задачу для МКС. Считается, что одним из направлений развития Роскосмоса до 2050 года указывается аэрокосмический туризм (рисунок 12). При этом срок эксплуатации МКС рассчитан до 2024 года с возможным максимальным продлением до 2028 года. Куда Роскосмос планирует «возить» космических туристов после завершения эксплуатации МКС? Перед написанием отчета и составления туристического продукта я поставила цель обосновать

и разработать инновационный тур в сфере космического туризма.



Рисунок 12 – Общий планируемый туристический поток на космодром «Восточный» до 2025 года

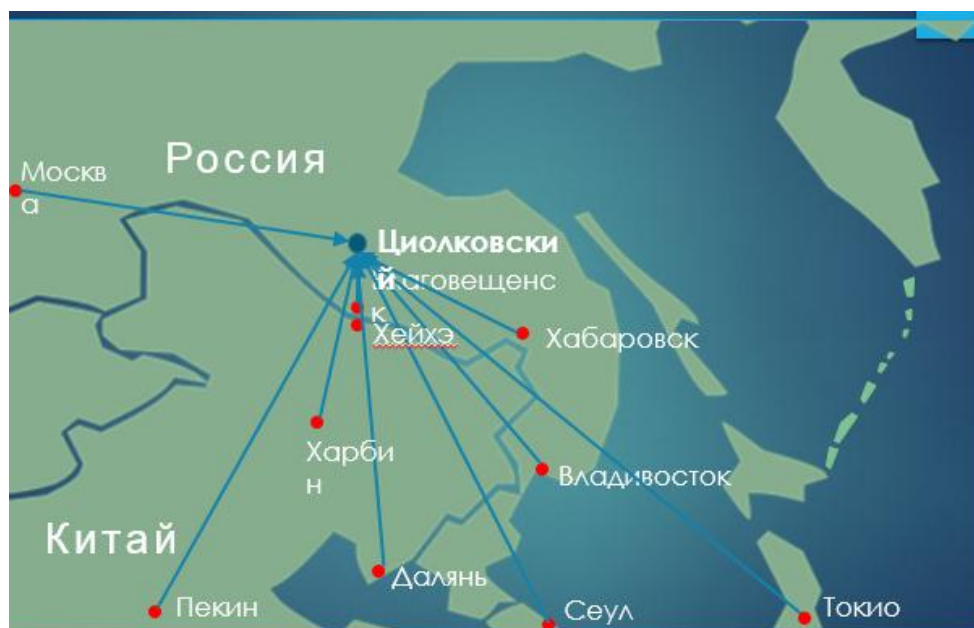


Рисунок 13 – Создаваемые туристические потоки на Дальнем Востоке после 2025 года

Прежде чем рассмотреть предложения, рассмотрим въездной поток туристов в Амурской области, таблица 3.

Таблица 3 – Въездной поток туристов, в процентах

Показатель	2015	2016	2017	2018 (прогноз)
Въездной	Увеличился на 58	48	61	63
Внутренний	Увеличился на 21	20	41	30

Все создаваемые сферы данного направления зависят от основных видов аэрокосмического туризма, представлены на рисунке 14.



Рисунок 14 – Основные виды аэрокосмического туризма

В каждом выявлены возможности для пользы космического туризма.

Для примера таких направлений в туристических продуктах можно взять за основу поездки на космодром «Байконур»<sup>18</sup>.

Байконур (с каз. Байқоңыр – богатая долина), космодром Байконур – первый и крупнейший в мире космодром, расположен на территории Казахстана, в Кызылординской области между городом Казалинск и посёлком Джусалы, вблизи посёлка Тюратам. Занимает площадь 6717 км<sup>2</sup>.

Город Байконур и космодром Байконур вместе образуют комплекс «Байконур», арендованный Россией у Казахстана на период до 2050 года:

- 9 типов стартовых комплексов (из них 5 действующих) в составе 15 пусковых установок (из них 5 действующих) для запусков ракет-носителей;
- 4 пусковых установки для испытаний межконтинентальных баллистических ракет;
- 13 монтажно-испытательных корпусов, в которых размещены 34 тех-

<sup>18</sup> Александрова А.Ю. Международный туризм. СПб. : Питер, 2016. С. 94.



нических комплекса для предстартовой подготовки ракет-носителей, космических аппаратов и разгонных блоков, а также заправочно-нейтрализационная и заправочная станции для заправки космических аппаратов и разгонных блоков компонентами ракетного топлива и сжатыми газами;

– измерительный комплекс с современным информационно-вычислительным центром для контроля за полётом ракет-носителей, разгонных блоков, управления космическими аппаратами, а также обработки измерительной информации;

Перенимая опыт организации туристических поездок у специалистов турфирм в Казахстане, можно с уверенностью сказать, что наш продукт будет выглядеть лучше и насыщенней после всех выполненных разработок на территории «Восточного». Да даже не только наш, а в принципе турпакеты, которые предлагают наши амурские турфирмы.

Так как в Амурской области и в принципе в наших краях удобства для поездок на территорию «Восточного» лучше и на порядок выше. Инфраструктура развивается в ногу со временем, а по оценкам экспертов у нас даже природа лучше и красочней.

В приведенной таблице можно увидеть примерный расчет стоимости программы тура на Байконур в количестве 5 дней в сравнении с нынешними турпакетами.

Таблица 4 – Примерный расчет стоимости программы тура на Байконур

в рублях

Наименование	Стоимость на взрослого	Стоимость на детей
«Байконур»	65000	50000
«Восточный»	12400	11000

\*стоимость пока меняется ввиду наполнения туристическими точками посещения.

Так же и организуются туристические поездки на «Байконур», как правило они ездят под старты ракет с космонавтами на борту, если же туристы будут планировать просто посетить космодром Байконур, без просмотра пуска, то цена и программа рассчитывается индивидуально. От этого и зависит такая по-

вышенная стоимость на одного человека. У нас ввиду нечастых запусков пока только организуется научно-познавательные поездки по музеям и образовательных площадок.

Не исключение и наши Амурские турфирмы, которые уже активно внедрили поездки на космодром в туристическую индустрию.

Рассмотрим возрастной спрос на аэрокосмический туризм среди Амурских турагентств (рисунок 15). Учитывался так же детский туризм, школьные поездки, общеобразовательные для студентов и общие для желающих посетить космодром.

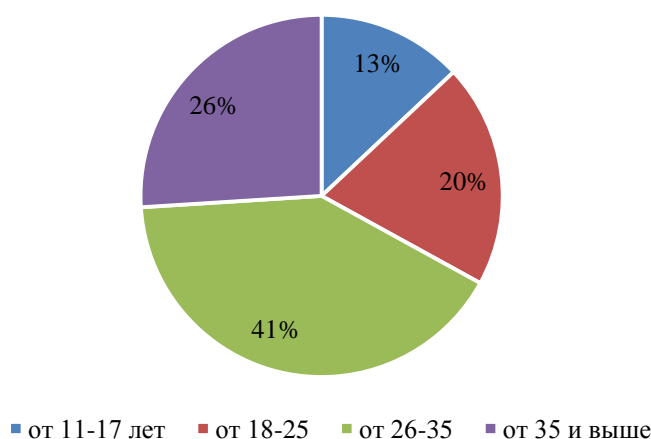


Рисунок 15 – Возрастной рейтинг

Таблица 5 – Амурские турфирмы предлагающие свой продукт.

Фирма	«Спутник»	«Амур»	«Кокос»
Стоимость	От 12400 руб.\чел.	От 9500 руб.\чел.	От 13000 руб.\чел.

Цена указана с учетом трехдневной программы для всех возрастов.

Исходя от этого, можно сделать небольшой вывод, что космодром «Восточный» это большой шаг вперед в развитии наземного космического туризма на территории РФ.

## 2.2 Предпосылки развития космического туризма в России

Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока характеризуется значительным потенциалом и невысоким уровнем его реализации.

Сегодня космическая отрасль России переживает второе рождение: реформа предприятий ракетно-космической промышленности, переоценка места России в системе международного космического взаимодействия, пересмотр целей и путей дальнейшего развития. Принимаемые сегодня решения о развитии космической отрасли исходят с учетом прагматичных задач – обеспечения развития науки и промышленности, укрепления обороноспособности России, развития международных связей за счет увеличившихся возможностей.

Одна из таких уже реализуемых задач – создание первого гражданского российского космодрома Восточный. Именно он должен будет обеспечить независимый доступ в космос с территории России по всему спектру космических задач. Владея собственным космодромом, с которого можно осуществлять запуски космических аппаратов на любые орбиты, реализовывать пилотируемые программы и исследовать дальний космос, Россия становится значимым партнером в международных проектах.

В последнее время Амурская область стала одна из значительных туристических регионов страны, и уже совсем не секрет, что проект по развитию наземного космического туризма уже не просто существует, а активно внедряется в жизнь руководством РОСКОСМОСА и ЦЕНКИ<sup>19</sup>, и на данный момент тур поездки на «Восточный» стали не просто обычными составляющими туристической индустрии, но и такие поездки позволяют стать ближе к космосу.

Основными видами деятельности КЦ «Восточный» является координация работ организаций и предприятий промышленности на космодроме «Восточный», взаимодействие с территориальными органами федеральных органов исполнительной власти России. Филиал организует строительные-монтажные, пуско-наладочные и ремонтно-профилактические работы, обеспечивает эксплуатацию, модернизацию и технологическое перевооружение наземной инфраструктуры космодрома «Восточный» (рисунок А.7, приложение А).

Перед разработкой аэрокосмического продукта была поставлена цель:

---

<sup>19</sup> Федеральное агентство по туризму. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения : 21.05.2018).

обосновать и разработать инновационный тур в сфере аэрокосмического туризма.

Что нам это дает? Такой вид туризма может поспособствовать спросу на туристические продукты в Амурской области, как на внутренний турпоток, так и на въездной. В частности, идет уклон именно на развитие космодрома «Восточный».

Чтобы достичь эти цели необходимо решить несколько задач:

- а) изучить предпосылки;
- б) рассмотреть и систематизировать потенциал;
- в) обосновать значимость предлагаемых турпродуктов;
- г) разработка и представление потенциально значимых туров для космического туризма России и гостей Китая.

Для решения этих задач уже имеются все необходимые предпосылки, такие как:

- 1) создание и строительство космодрома «Восточный»;
- 2) строительство и открытие г. Циолковский;
- 3) необходимость внутренних и въездных туристов (открытие ЗАТО Уг-легорск);
- 4) спрос со стороны иностранцев.

Для решения и раскрытия всех этих предпосылок, конечно же важно, как для въездного, но особенно максимально важно развивать внутренний туризм, потоки, но и не только. привлечение с других регионов была и есть основа туристического спроса.

Интерес к космическим объектам довольно высокий, и необходимо детально проработать маршруты, а также продумать организацию образовательных туров по профориентации. У Амурской области есть потенциал развития как региона «космического» туризма.

Предпосылками будет являться и новые инновационные проекты, которые могут обеспечить качественные, интересные и, конечно же, безопасные поездки на «Восточный». Первым таким вариантом для рассмотрения представля-

ется несколько возможных вариантов для развития туристических продуктов:

Проект № 1. «Космос-рядом» на базе Амурского Государственного Университета (рисунок Б.1, приложение Б).

Первая, и самая немаловажная часть составляющего этого проекта, это то, что люди разной возрастной категории могут приблизиться к «космосу» и космодрому не выезжая за пределы города. Речь идет о «Выставочном зале космонавтики и космодрома «Восточный». Находясь там, туристы могут без проблем и лишних допусков на вход получать новые знания о космических возможностях и нововведениях космодрома «Восточный». Этот Выставочный зал <sup>20</sup> даст новые знания и представления о том какие реалии и перспективы ждут нашу область и в целом РФ от пользы космодрома и его инфраструктуры. Зал находится в здании главного корпуса на первом этаже в фойе актового зала.

В основном такой спрос будет направлен на школьников и студентов, интересующихся космическим туризмом и продвижению строительства «Восточного».

Для наглядности рассмотрим более детально главные экспонаты выставочного зала:

– фрагмент ступени ракеты-носителя «Союз-2.1а» (рисунок Б.2, приложение Б), стартовавшей с Восточного, – главный экспонат выставочного зала космической атрибутики АмГУ. Здесь же представлены элементы рулевого управления, а также макеты самого космодрома. Планируется, что музей, созданный в этом году, будет богатеть с каждым новым запуском.

В выставочном зале показаны макеты строящегося аэропорта вблизи города Циолковский для комфортного и быстрого приема туристических групп. Планируется постройка гостиницы и всех остальных удобств для гостей космодрома и города Циолковский;

– так же показан во всей своей красе ТЕХНИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС (рисунок Б.3, приложение Б). Он предназначен для подготовки перед стартом – в

---

<sup>20</sup> Амурский Государственный Университет [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <https://www.amursu.ru> (дата обращения : 18.05.2018)

том числе заправка топливом. 121 сооружение, площадь 170 тысяч квадратных метров и 1800 человек в смену. На 42 гектарах расположены сооружения, инженерные сети и транспортные коммуникации;

– показан макет в действии, как на СКЛАДЕ БЛОКОВ, где принимаются, хранятся и выдаются блоки всех ступеней ракет-носителей и головные обтекатели, которые поступают с заводов-изготовителей. Современная транспортно-логистическая система позволяет сэкономить время и сократить издержки приема и обслуживания частей ракет-носителей;

– когда блоки выгружены и готовы для передачи на сборку ракеты через уникальную ТРАНСБОРДЕРНУЮ ГАЛЕРЕЮ. На таком макете будет показываться наглядно подготовка ракеты к транспортировке. Это главная транспортная магистраль. Она совмещена с производственными корпусами и вспомогательными сооружениями. Галерея предназначена для транспортировки составных частей ракет-носителей, космических аппаратов, разгонных блоков, оборудования и оснастки между зданиями технического комплекса;

– и конечно же, самая важная часть для зрелищной экскурсии, это СТАРТОВЫЙ КОМПЛЕКС – это «сердце» комплекса (рисунок Б.4, приложение Б).

Это были перечисленным самые важные экспонаты музея. Находясь там, можно все рассмотреть в движении и со звуком.

Все это создано для четкого понимая, как расположен космодром «Восточный».

Такие элементы позволят всем интересующимся космосом и космодром, стать ближе к территории технического оснащению «Восточного».

Подобный проект пока в разработке и готовится к принятию желающих посетить этот зал в АмГУ.

Что касается планируемых затрат, то расчет стоимости для посещения музея на одного туриста будет составлять 80 руб.

Конечно же, не обходим стороной и событие как «Космофест», он может являться так же составляющим событийного молодежного туризма.

Событийный Молодежный туризм.

Событийный молодежный туризм включает в себя направленность на привлечение интереса молодежи (студентов, школьников) и развитию новых кадров в сфере космического туризма на базе АмГУ.

Цели и задачи, разрабатываются совместно с представителями отрасли. На схеме представлен алгоритм проведения данного фестиваля, рисунок 16.

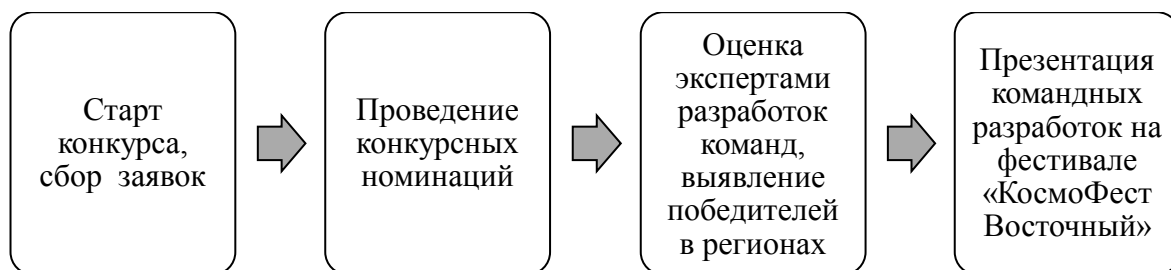


Рисунок 16 – Алгоритм проведения фестиваля

Проект № 2.

«Город-космонавтов г. Циолковский. Территория запусков».

Образовательный туризм.

Такой вид туризма может нам дать:

- решение актуальных задач современной космонавтики;
- работа с современным оборудованием (инженерные модели спутников, маневрирование спутников, научные эксперименты).

В этом виде туризма возможно рассмотрение инновационной образовательной среде.

Представляю следующий, немаловажный составляющий вид космического туризма, развлекательный туризм.

- а) музей истории советской космонавтики;
- б) космодром «Восточный», в качестве площадки для проведения экскурсий, на котором уже успешно проходили запуски ракет;
- в) просмотр стартового стола.

И на данный момент реализуется важная составляющая отрасль космического туризма в г. Циолковском, над которой уже поставлены задачи, постро-

ить парк развлечений и Интерактивный музей космоса. То, что можно уже реализовать, включено в туристический продукт.

Что можно тут посмотреть? Ключами этого проекта будут являться:

– первым городом космонавтики в амурской области является город Углегорск, поэтому возможны такие перспективы создания как:

- а) парк советского периода;
- б) музей космоса под открытым небом;
- в) интерактивный музей советской футуристики;
- г) музей холодной войны.

Так же предлагается создать IT-платформу (рисунок 17) чтобы наблюдать трансляции взлета и посадки ракет со стартового стола и смотреть прямые образовательные программы с МКС. Все это в целом можно назвать общественно-культурный и образовательный центр г. Циолковский. Возможности на этом не заканчиваются, были рассмотрены такие варианты как Марсианский город на этой же самой IT-платформе, которая позволит туристам побывать заочно в космосе, побывать в этой атмосфере. Все эти реалии и возможности можно будет включать в туры, программы и так далее.



Рисунок 17 – Инновационная IT-платформа

Проект № 3. Инновационный тур в сфере космического туризма «Через тернии к звездам».

Самым важным экспонатом и местом этого проекта будет просмотр вер-



тикализации ракеты (рисунок Г.1, приложение Г).

Просмотр такой программы планируется во время запусков, и когда запуски не планируются, и доступ к просмотру может ограничиться только просмотром макета на территории технического комплекса, или музея в городе Циолковский. Либо возможны выезды на «сухой старт», когда проводится пробный запуск ракеты. Представители туристических фирм Амурской области отмечают, что наибольший интерес вызывает сам пуск и вертикализации ракеты.

Дело в том, что ракета-носитель не заправлена и при ней нет никакого оборудования. Подобные меры необходимы для отработки слаженности действий перед другими пусками. Своего рода генеральный прогон. Таких «Сухих вывозов» было на «Восточном» уже два, и в будущем, думаю такое будет пользоваться спросом за счет впечатляющих размеров.

Далее группу везут к основным техническим сооружениям – испытательно-монтажному, технологическому и стартовому комплексу. Экскурсия начинается уже в автобусе. Туристам рассказывают историю первого гражданского космодрома России, назначение сооружений, которые встречаются на пути.

У путешественников есть возможность побывать в здании, где собирают ракету. Помещение длиной 200 метров и высотой 34 метра впечатляет своими размерами. Специалисты рассказывают, как происходит сборка ракеты-носителя, показывают, где готовят высокотехнологичное оборудование, каким маршрутом ракету доставляют на старт. От монтажно-испытательного комплекса до стартового стола всего 4,5 километра, но этот короткий путь ракета преодолевает около часа.

Одно из самых интересных мест для туристов – стартовый комплекс. Высота мобильной башни – 50 метров. На ее фоне делают фотосессию. Разрешается заглянуть внутрь. Туристам рассказывают о новейших технологиях и разработках, использованных при строительстве «Восточного», которых нет нигде в мире; о «встрече» и соединении мобильной башни с ракетой; о «сухом старте», когда перед запуском проверяется готовность всех систем.

На сегодняшний день туристы могут посетить музей космонавтики, расположенный в ЗАТО Циолковский. Посетителям рассказывают историю воинской части и предыдущего космодрома, а также показывают фильм о невесомости.

В музее работает сувенирная лавка, где можно приобрести различную продукцию с символикой «Восточного» и другие сувениры начиная от шарфика с изображением К.Э. Циолковского, заканчивая елочными игрушками – космонавтами. Возле здания музея хранится капсула пилотируемого корабля «Союз ТМА – 07М».

Таблица 6 – Примерная программа действий на космодроме

Время на экскурсию	Описание действий
1 день. Благовещенск	
09:00	Встреча всех экскурсантов на железнодорожном вокзале города Благовещенска, подготовка к путешествию.
10:00	Завтрак в кафе: перед началом путешествия неплохо бы подкрепиться.
11:30	Выезд в сторону космодрома «Восточный». Группу везут к основным техническим сооружениям испытательно-монтажному, технологическому и стартовому комплексу. Экскурсия начинается уже в автобусе. Туристам рассказывают историю первого гражданского космодрома России, назначение сооружений, которые встречаются на пути
14:30	Приезд на космодром, Экскурсии по территории космодрома. Проверка документов для пропуска на территорию. У путешественников есть возможность побывать в здании, где собирают ракету. Одно из самых интересных мест для туристов – стартовый комплекс. Высота мобильной башни – 50 метров. На ее фоне делают фотосессию. Разрешается заглянуть внутрь. Туристам рассказывают о новейших технологиях и разработках, использованных при строительстве «Восточного», которых нет нигде в мире; о «встрече» и соединении мобильной башни с ракетой; о «сухом старте», когда перед запуском проверяется готовность всех систем. Экскурсия в музей космонавтики. Все без исключения выходят из музея в восторге, особенно дети. Школьников интересуют и капсулы, одежда космонавтов, «космическая» еда. Также ребят ждет просмотр документального 30-минутного фильма о невесомости и о космодроме «Восточный». Осмотр капсулы космического корабля «Союз ТМА – 07М», в которой приземлился космонавт Роман Романенко Осмотр памятника Юрию Алексеевичу Гагарину
17:00-17:50	Свободное время: группа может приобрести сувениры или посетить любое из интересующих мест. Возможно заранее внести в программу дополнительный пункт.
18:00	Ужин в «Космическом» кафе
18:30	Отъезд в г. Благовещенск

Это пример программы, которая рассчитана на один из дней для посещения космодрома, по возвращению в Благовещенск планируется продолжить экскурсии по городу еще на два дня с остановками в гостиницах.

Для привлечения большего количества туристов необходимо детально проработать межпусковые программы. В частности, нужно рассмотреть возможность организации многодневных туров с посещением других объектов Амурской области (Нижне-Бурейской, исторических мест Приамурья) и выездом в приграничные города на территории Китая. (рассказ про Города-близнецы). Такие вариации были бы интересным не только российским, но и зарубежным туристам.

Кроме того, с учетом расстояния будут проработаны вопросы комфортабельной доставки путешественников до космодрома. Например, уже в пути рассказывать об уникальном туристическом потенциале региона с использованием мультимедиа. Также установить взаимодействие с сувенирной продукцией с символикой «Восточного».

### **2.3 Обоснование создания космического кластера аэрокосмического туризма в регионе**

При экономическом обосновании данного аэрокосмического турпродукта, прежде всего, следует обозначить несколько ключевых моментов:

- 1) в связи с сезонностью посещения космодрома, данный турпродукт будет востребован в период запусков ракеты;
- 2) группа в заезде будет на первых этапах формирования турпродукта из 10+1 человек;
- 3) заезд будет осуществляться из Благовещенска.

В таблице 7 представлен примерный график заездов на территорию космодрома «Восточный» в составе туристических групп. Ориентир заездов взят за период сентябрь-декабрь.

Как мы видим, всего планируется 15 заездов. Из них 5 в сезон запусков ракеты и разрешённых заездов от ЦЭНКИ (предполагаемо) на территорию Технического комплекса (в таблице выделены жирным шрифтом). При расчётах по

заполняемости мы будем исходить из того, что в высокий сезон заполняемость будет максимальной. А в остальные десять заездов мы будем исходить из недобора приблизительно в 15 - 18 %, то есть примерно в 5 - 7 человек.

Таблица 7 – График заездов на территорию космодрома

Номер заезда	Дата начала	Дата окончания
1 заезд	07.09	14.09
2 заезд	14.09	21.09
3 заезд	21.09	28.09
4 заезд	28.09	05.10
5 заезд	05.10	12.10
6 заезд	12.10	19.10
7 заезд	19.10	26.10
8 заезд	26.10	02.11
9 заезд	02.11	09.11
10 заезд	09.11	16.11
11 заезд	16.11	23.11
12 заезд	23.11	30.11
13 заезд	30.11	06.12
14 заезд	06.12	13.12
15 заезд	13.12	20.12

Таким образом на протяжении 5 заездов мы будем иметь максимальную заполняемость, а ещё на протяжении 10 заездов будем исходить из того, что заполняемость в заезде 25 человек из 30. Следовательно, оплата за входные билеты на объекты показа и за питание будет ниже. А вот расходы за проживание, а также расходы на аренду транспорта, оплату услуг гида останутся на прежнем уровне.

Для понимания расходов необходимо рассчитать каждую из расходных статей отдельно. Кроме того, на отдельные статьи расходов необходимо провести сравнительный анализ. А некоторые статьи необходимо сравнить и вместе. Так расходы на автобус для трансферта необходимо рассчитывать вместе с ценами на ж/д билеты дабы выяснить что выгоднее: арендовать автобус на весь вторник, что бы с утра на нём отвезти туристов на вокзал, а вечером забрать следующую группу с гостиницы или же выгоднее арендовать автобус всего на несколько часов, но подобрать более близкие часы для поездки на космодром с города Благовещенск. А вот сравнительный анализ цен на аренду автобусов,

услуги гида, оплату питания мы проводить не будем, так как эти цены относительно близки к друг другу у разных услуг. Цены на объекты показа также определены конкретным объектом показа и не имеют аналогов, а зачастую и скидок для групп. Прежде всего мы начнём со сравнительного анализа цен на транспорт + трансферт.

Так же был проведен опрос на спрос данного турпродукта, среди возрастной группы от 18 - 65 лет.

При исследовании потребителей туристского продукта на космодром «Восточный» применяются различные способы связи с аудиторией, а именно: интервью по телефону, анкеты, рассылаемые по почте, личные интервью, групповые интервью. Выбор способа связи с аудиторией зависит от целей, задач исследования. Все эти способы по-своему хороши.

Опросы проводятся обычно для выявления предпочтений клиентов о качестве или ассортименте предоставляемых услуг. Это позволяет в разработке проекта определить выбор маркетинговых воздействий.

Используя результаты такого опроса, можно планировать и проводить какие-то конкретные акции по привлечению клиентов.

Первым шагом в опросе, это сбор первичных данных. Как я уже обозначила, что возрастная группа опрошенных составляет из разного сегмента.

Анкета  $\frac{3}{4}$  самое распространенное орудие исследования при сборе первичных данных. В широком смысле анкета – это ряд вопросов, на которые опрашиваемый должен дать ответы. Анкета – инструмент очень гибкий в том смысле, что вопросы можно задавать множеством разных способов. Пример анкеты для клиентов представлен в таблице 8 Приложение Л . Выборка составила 120 человек.

В анкетировании приняло участие 120 человек. По результатам переработки ответов людей мы получили следующие данные по вопросам предоставленной анкеты:

Первый вопрос анкеты несёт демографический характер. Определяется соотношение женского и мужского пола. Данный вопрос анкеты является стан-

дартным и выявляет соотношение женского и мужского пола к туристской среде, также носит демографический характер, где указывается возрастной критерий опрошенных, представленный на рисунке 31.

Таблица 9 – Демографический спрос

Пол	В количестве человек	В процентах
Мужчины	73	28,8
Женщины	27	71,2



Рисунок 18 – Демографический спрос

Таблица 10 – Возрастной критерий

Из 120 человек	Количество человек	В процентах
Менее 35 лет	73	60,8
Более 35 лет	27	39,2

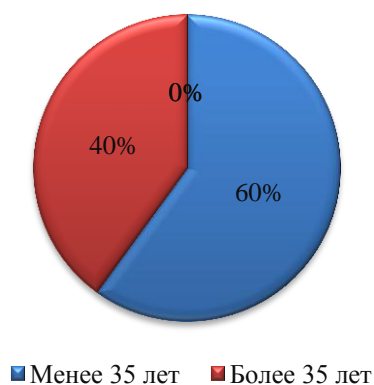


Рисунок 19 – Возрастной критерий

Из полученных данных по этому вопросу, так же проанализировав остальные результаты, можно сделать следующие выводы: мотивация выбора

путешествия в значительной степени зависит от возраста.

Люди до 35 лет предпочитают более активный вид отдыха, относительно дешевые путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта.

Люди старше 35 лет предпочитают менее активный отдых, более спокойный, как правило, обеспечены, знают цену деньгам и развлечениям. Основной мотив этой группы – за свои деньги получить отличный отдых и провести весело время.

Второй вопрос. По ответам людей составлен график занятости опрашиваемых, для того, чтобы делать акцент на занятости населения и составлять рабочий график выездов на космодром.

Таблица 11 – Занятость населения

Сфера работы населения	В процентах
Рабочий, включая сельское хозяйство	25
Военнослужащий в армии, органах внутренних дел, включая полицию и ФСБ	9
Бизнесмен, предприниматель	27
Специалист с высшим образованием на производстве	12
Служащие	7
Безработный	10

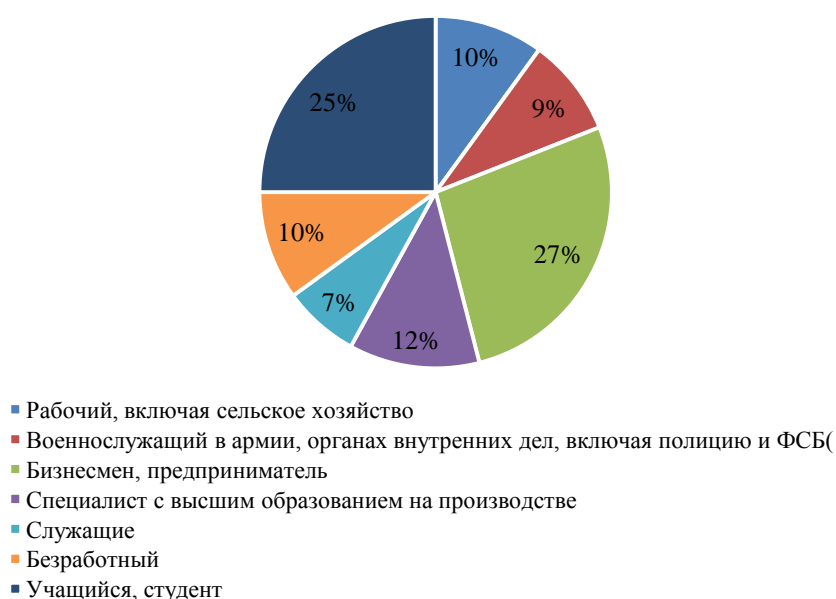


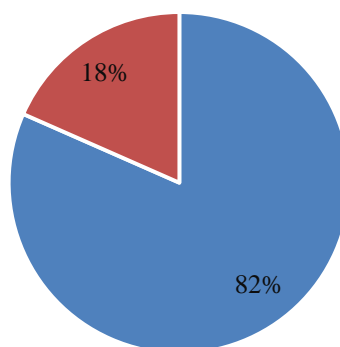
Рисунок 20 – Занятость населения

Третий вопрос анкеты позволяет определить насколько опрошенные нуждаются в организации своего отдыха. Предпочитают ли пользоваться уже готовыми предложениями, либо же способны самостоятельно организовывать свой отдых, независимо ни от кого.

Из результатов опроса видно, что уровень спроса на услуги туристических фирм довольно велик, однако, при правильном мотивировании населения, он может быть больше.

Таблица 12 – Уровень спроса на услуги туристических фирм

Наименование	Количество человек	В процентах
Туристическим агентствам	98	81,6
Самостоятельно	22	18,4



■ Обратится в Турфирму ■ Самостоятельно

Рисунок 21 – Уровень спроса на услуги туристических фирм

Вопрос четвертый в анкетировании определяет предпочтение туриста в выборе компании для отдыха.

Таблица 13 – Предпочтения туристов в выборе компания для отдыха

Наименование	Количество человек	В процентах
С семьёй	68	57
С друзьями	40	33
Самостоятельно	12	10



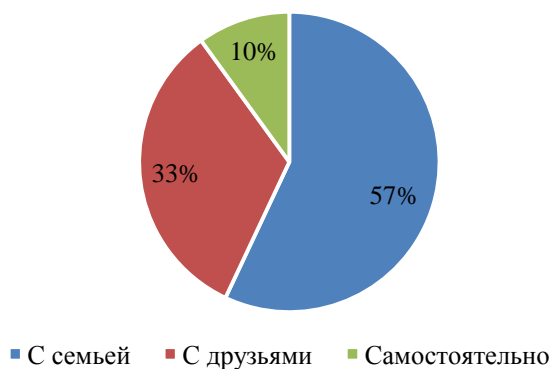


Рисунок 22 – Предпочтения туристов в выборе компании для отдыха

Из этих данных можно сделать следующие выводы: Одним из важных мотивов при выборе путешествия является окружение туриста.

Пятый вопрос позволил определить то, чем руководствовались туристы при выборе направления.

При определении критериев было выделено следующее:

- интенсивность рекламы;
- отзывы знакомых;
- популярность;
- прочее.

Таблица 14 – Критерии при выборе места отдыха

Наименование	В процентах
От Знакомых	49
Популярность	26
Интенсивность рекламы	15
Другое	10

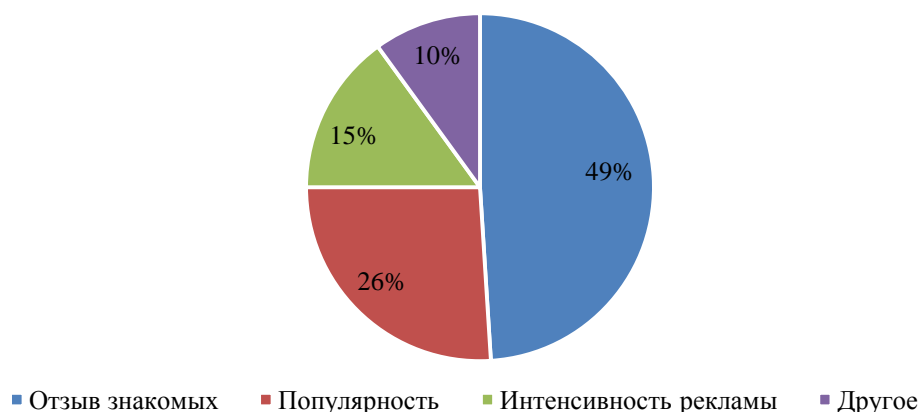


Рисунок 23 – Критерии при выборе места отдыха

Из приведенного выше анализа можно сделать следующие выводы. Самым высоким критерием является отзывы знакомых, популярность, что характеризует более высокий уровень спроса на выбор турпродукта, а такие критерии как интенсивность рекламы и прочее играет второстепенную роль.

Шестой вопрос определяет вид транспорта, который является наиболее предпочтительным для опрашиваемых.

Таблица 15 – Предпочитаемый вид транспорта

Наименование	Количество человек	В процентах
Авиа	64	53
Ж\Д	38	32
Автобус	15	13
Автотранспорт	3	2

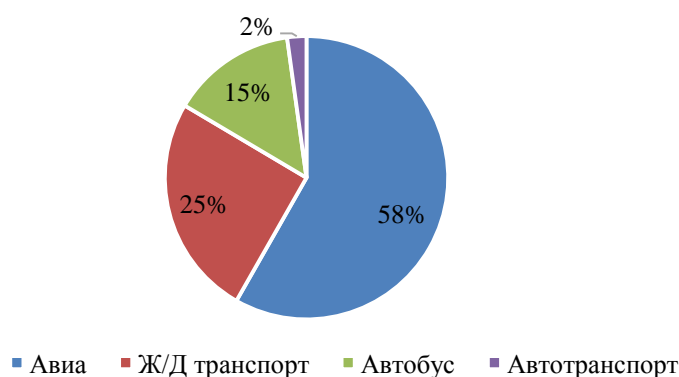


Рисунок 24 – Предпочитаемый вид транспорта

Седьмой вопрос анкеты носит социально-экономический характер. Он

выявляет потенциальные возможности туристов. Определяется, какую сумму потенциальные туристы могли бы потратить на проведение отпуска.

Таблица 16 – Потенциальные возможности туристов.

Наименование	Количество человек	В процентах
От 5000 до 10000	15	13
От 10000 до 20000	84	70
От 20000 до 30000	18	15
Свыше 30000	3	2

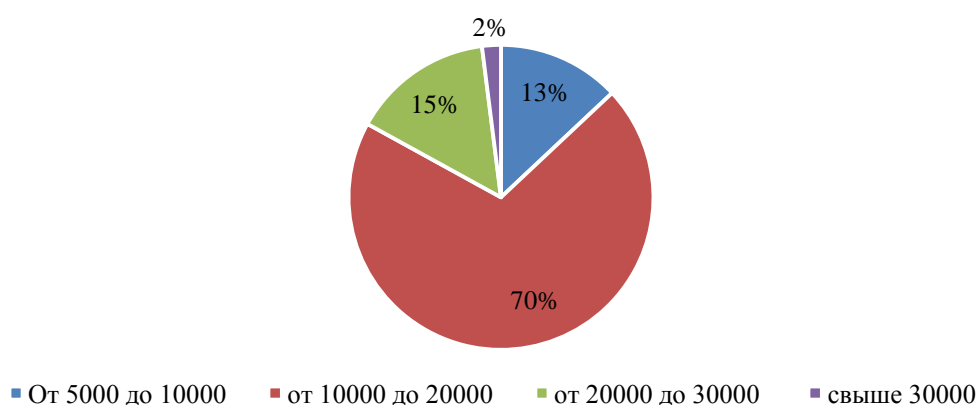


Рисунок 25 – Потенциальные материальные возможности туристов

Сумма оплаты за туристские услуги является основным видом мотива. Респондент, отвечавший на этот вопрос, учитывал, что влияние на туристское поведение оказывает уровень доходов семьи. С одной стороны, туристский спрос расширяется за счет все большего вовлечения в туризм лиц со средним и уровнем дохода выше среднего по мере того, как потребность в отдыхе, связанном со сменой обстановки, с путешествием, превращается в одну из основных.

Проанализировав результаты анкеты, можно сделать следующие выводы:

- наиболее активное участие в опросе принимали женщины;
- мотивация выбора путешествия в значительной степени зависит от возраста;
- при планировании отдыха люди предпочитают пользоваться услугами турфирм, нежели самостоятельно организовывать свой отпуск;
- одним из мотивов при выборе путешествия является окружение туриста. наибольшее предпочтение отдаётся отдыху с семьей;

- при выборе направления туристы руководствуются отзывами знакомых, родственников, друзей;
- также мода на тот или иной туристический продукт, престижность конкретной страны оказывает влияние на выбор путешествия;
- интенсивность рекламы играет немаловажную роль.

Целью выбора такого турпродукта, как аэрокосмический туризм, отмечается в следующем.

В первую очередь это уникальность тура. Амурская область является самым богатым регионом на посещение туристов в приграничной зоне РФ.

Второе, это доступность доставки туристов на объекты.

Третье, самая немаловажная часть, это образовательная, что дает раскрыть потенциал космического кластера за счет наполненности экскурсионными объектами.

Космодром «Восточный» – первый российский гражданский космодром. Он находится на Дальнем Востоке в Амурской области, вблизи посёлка Углегорск. 28 апреля, спустя сутки после первой попытки, с «Восточного» впервые стартовала ракета-носитель «Союз-2.1а». Она вывела на орбиту аппараты «Аист-2Д» и «Михайло Ломоносов», а также наноспутник «СамСат-218». Полный ввод всех объектов космодрома в эксплуатацию по плану должен состояться в 2020 году.

В целях формирования привлекательного туристского имиджа Дальнего Востока на туристском рынке разработана целенаправленная «Программа по продвижению туристского потенциала Дальнего Востока». Она предусматривает участие в туристских форумах, проведение выставок, ярмарок, размещение и трансляцию рекламных видеороликов на ведущих телеканалах мира, а также проведение инфотуров для представителей зарубежных СМИ и выпуск рекламной-информационной продукции.

Заметно выросла доля в ВВП Амурской области доходов от туристического бизнеса за счет космического туризма на космодром «Восточный». Этот показатель почти сравнялся с показателями всей России и Казахстана, как

опытной туристической страны в этом виде туризма.

В 2015 году доля туризма в ВВП Дальнего Востока составляла 0,02 %, а в 2017 году этот показатель уже составил 1,8 %. (рисунок 26).

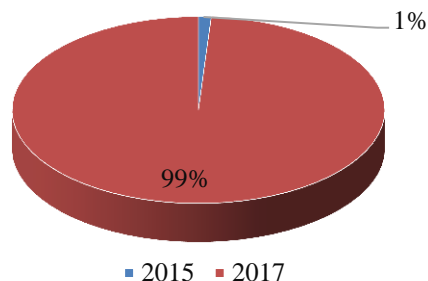


Рисунок 26 – Доля ВВП Дальнего Востока

Исходя из этого, можно направить всевозможные направления на усиление популярности аэрокосмического туризма в Амурской области, что приведет к росту спроса на поездки на Дальний Восток в целом.

Интерес к космическим объектам довольно высокий, поэтому необходимо детально проработать маршруты, а также продумать организацию образовательных туров по профориентации. У Амурской области есть хороший потенциал развития как региона космического туризма.

Последний пуск ракеты-носителя с Восточного состоялся 1 февраля 2018 года. Он стал третьим в истории космодрома и первым в 2018 году. Представители туристических фирм Амурской области отмечают, что наибольший интерес вызывает пуск и вертикализации ракеты. Именно эти события популярны и у туристов, приезжающих на «Байконур».

Представители турфирм отметили, что Восточный интересен, прежде всего, как новый космодром. Но для привлечения большего количества туристов необходимо детально проработать межпусковые программы. В частности, нужно рассмотреть возможность организации многодневных туров с посещением других объектов Амурской области (Нижне-Бурейской, Бурейской, Зейской гидроэлектростанций и исторических мест Приамурья) и выездом в приграничные города на территории Китая. Такие вариации были бы интересным не толь-

ко российским, но и зарубежным туристам.

Космическое направление является одним из самых перспективных на сегодняшний день. Несомненно, предстоит большая работа, и она уже активно ведется. Представлены точки туристического маршрута и уже видно, чего не хватает, где что нужно добавить.

В семь тысяч рублей обойдется посещение космодрома Восточный для желающих посмотреть на запуск ракеты-носителя. Стоимость экскурсии на стратегический объект озвучили в туристическом отделе Центра эксплуатации наземнокосмической инфраструктуры (ЦЭНКИ). Амурские турагентства получили аккредитацию от Роскосмоса и право возить на космодром Восточный российских и иностранных граждан. В Циолковском для туристов для наблюдения за вторым запуском оборудовали смотровую площадку с теплым двухэтажным гостевым домиком и кафе.

Первый в истории запуск ракеты с космодрома «Восточный» пришлось перенести с 27 на 28 апреля в связи со сбоем в работе систем. Причиной отмены старта стал кабель, изготовленный не по конструкторской документации.

### 3 РАЗРАБОТКА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ТУРИСТКОГО КЛАСТЕРА НА БАЗЕ КОСМОДРОМА «ВОСТОЧНЫЙ» АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

#### 3.1 Проекты программ разрабатываемых продуктов в сфере аэрокосмического туризма в регионе

Предлагаемый туристско-экскурсионный маршрут, прежде всего, направлен на развитие внутреннего туризма в регионе, однако, стоит полагать, что он так же будет интересен и для иностранных туристов.

Циолковский богатая история, первые в космосе, успешные ученые, инновации. Все это раскрывает возможности в сфере космического туризма. После всех раскрытых нам предпосылок туристический продукт.

В проекте я бы хотела рассказать о планируемой разработке туристического маршрута в районе космодрома «Восточный». В разработку туров будут входить посещение интересных туристам объектов Амурской области, а также туристы смогут стать участниками полетов над «городами близнецами».

Туристический поход будет рассчитан на 3 дня. В него будет включены развлекательные, научные и образовательные виды. Научный туризм уже рассчитан на взлет и посадки ракет, и что касается последнего варианта, будет более актуально среди туристов во время запусков, далее будет представлена программа по примерным экскурсиям на объекты. По большей степени будет привлекаться к периоду, когда будет осуществлён запуск.

Возможны семейные организации тура. Стоит заметить, что во все туры будут входить кол-во туристов от 10 – 20 человек на группу, т.к. по одному не думаю, что будет большой интерес к турпродукту.

Так же можно организовать туры для школьников, студентов. С точки зрения организации считается более популярными турами. Все продукты будут полностью безопасны для организации группы. Пока представлен тур на 10 человек.

Первым вариантом турпродукта будет являться такой маршрут как, Благовещенск-Углегорск-Циолковский-Ивановка.

Форма участия в путешествия – групповая. Поездки могут совершаться в течение 4 месяцев, с декабря по март. Тур рассчитан на 10 человек+ сопровождающий группы. Возраст туристов – смешанный. Продолжительность тура – 3 дня. Способ передвижения к месту назначения – автобусный.

Группа встречается с экскурсоводом на вокзале по месту прибытия туристов.

День 1.

9:00 – встреча туристов и экскурсовода около справочной ж\д вокзала.

Прибытие в гостиницу «ДРУЖБА» для размещения туристов.

12:30 – поездка в АмГУ для начала экскурсий по космодрому.

13:30 – Обед.

14:30 – Организованный выезд в сторону космодрома «Восточный»

15:30 – 16:00 – во время поездки рассказ от экскурсовода о возможностях на космодроме. Прибытие на космодром.

17:30 – посещение музея Углегорск.

20:30 – Размещение в гостинице г. Углегорск. Ужин.

День 2.

9:00 – завтрак в гостинице.

12:00 – экскурсия по космодрому «Восточный», просмотр Вертикализации ракеты.

14:00 – Обед.

14:30 – Продолжение экскурсии по Техническому комплексу Космодрома

16:00 – Экскурсия в музей космонавтики.

18:00 – ужин в «Космическом кафе»

21.00 – прибытие в гостиницу «Космос».

День 3.

9:00 – завтрак в гостинице.

10:00 – Просмотр фильма о космических возможностях. Свободное время для покупки сувениров и фото на память рядом с экспонатами космодрома.

13:00 – Обед в «Космическом кафе».



14:00 – Подготовка к выезду в сторону с. Ивановка. Выселение из гостиницы. Групповое фото на память.

15:00 – Дорога в село Ивановка.

16:00 – Посещение с экскурсией аэрограда с. Ивановка.

18:00 – Свободное время. По желанию туристы могут попробовать полетать на тренажерах аэрограда. Покупка сувениров. Памятные фото группы рядом с экспонатами центра.

19:00 – Отбытие в город Благовещенск.

20:00 – Прибытие в гостиницу. Ужин и вечерний отдых. Подготовка к выселению из гостиницы.

Таблица 17 – Программа экскурсии «Восточный – Жемчужина Дальнего Востока»

1 день	2 день	3 день
9:00 – Встреча туристов и экскурсовода около справочной ж\д вокзала. Прибытие в гостиницу «ДРУЖБА» для размещения туристов.	9:00 – Завтрак в гостинице.	9:00 – завтрак в гостинице.
12.30 – Поездка в АмГУ для начала экскурсий по космодрому.	12:00 – экскурсия по космодрому «Восточный», просмотр Вертикализации ракеты.	10:00– Просмотр фильма о космических возможностях. Свободное время для покупки сувениров и фото на память рядом с экспонатами космодрома.
13:30 – Обед.	14:00-Обед (оплачивается самостоятельно)	13:00– Обед в «Космическом кафе»
14:30 – Организованный выезд в сторону космодрома «Восточный»	14:30-Продолжение экскурсии по Техническому комплексу Космодрома	14:00– Подготовка к выезду в сторону с.Ивановка. Выселение из гостиницы. Групповое фото на память.
15:30-16:00 – Во время поездки рассказ от экскурсовода о возможностях на космодроме. Прибытие на космодром.	16:00 – Экскурсия в музей космонавтики.	15:00 – Дорога в село Ивановка.
17:30 – Посещение музея Углегорск	18:00-ужин в «Космическом кафе»	16:00 – Посещение с экскурсией аэрограда с. Ивановка.
20:30 Размещение в гостинице г.Углегорск «Космос». Ужин.	21.00 – прибытие в гостиницу «Космос».	18:00-Свободное время. По желанию туристы могут попробовать полетать на тренажерах аэрограда. Покупка сувениров. Памятные фото группы рядом с экспонатами центра.
		19:00-Отбытие в город Благовещенск.
		20:00 – Прибытие в гостиницу. Ужин и вечерний отдых. Подготовка к выселению из гостиницы.

Данный тур рассчитан на 3 дня. Группа составляет 10 человек и 1 сопровождающий.

Исходя из имеющихся данных, можно сделать прогноз на популярность данного турпродукта.

Такой вид туризма будет привлекать своей уникальностью за счет новейших технологий и образовательной части тура.

### **3.2 Экономическое обоснование стоимости туристских продуктов и его продвижение**

Транспортные услуги.

Проезд автобусом (туристический автобус от «АВТОЛЮКС» 14 мест, цена аренды за час – 700 руб.).

Общее количество часов с 1 по 3 день за аренду автобуса составило 25.

$$700 \times 25 = 17500 \text{ руб.}$$

Итого транспортных расходов: 17500 руб.

Расходы на проживание.

Проживание в гостинице «Дружба» в 5 двухместных номерах (4200) и в одном одноместном (2800). Необходимо 6 номеров (стоимость завтрака включена).

$$(4200 \times 5) + 2800 = 23800 \text{ руб.}$$

$$23800 \times 2 = 47600 \text{ руб. – за 2 дня}$$

Проживание в Гостиничном комплексе г. Угледорск «Космос» в 5 двухместных номерах и одном одноместном (стоимость завтрака и ужина включена).

$$(3800 \times 5) + 2500 = 21500 \text{ руб.}$$

$$21500 \text{ – за 1 день.}$$

Итого расходов на проживание: 69100 руб.

Расходы на экскурсионную программу

Экскурсия в музей научного центра космодрома «Восточный» на базе АмГУ.

Цена экскурсии – 100 руб./чел.

$$100 \times 11 = 1100 \text{ руб.}$$

Экскурсия в аэрокограда с. Ивановка

Цена экскурсии – 200 руб./чел

$$200 \times 11 = 2200 \text{ руб.}$$

Экскурсия по космодрому «Восточный» (стартовая площадка, технический комплекс, просмотр вертикализации ракеты (в частности относится к событийному туризму). Стоимость билета – 2500 руб. с человека.

$$2500 \times 11 = 27500 \text{ руб.}$$

Итого расходов на экскурсионную программу: 29700 руб.

Итого прямых затрат:  $17500 + 69100 + 27500 = 114100$  руб.

Косвенные расходы (составляют 10 % от прямых расходов):

$$114100 \times 10 : 100 = 11410 \text{ руб.}$$

Полная себестоимость (сумма прямых и косвенных расходов):

$$114100 + 11410 = 125510 \text{ руб.}$$

Прибыль (составляет 20 % от полной себестоимости):

$$125510 \times 20 : 100 = 25102 \text{ руб.}$$

Продажная цена (включает полную себестоимость и прибыль):

$$125510 + 25102 = 150612 \text{ руб.}$$

Стоимость путевки на одного человека:

$$150612 : 10 = 15061,2 \text{ руб.}$$

Следует отметить, что в стоимость путевки не входит страхование. Таким образом, туристы добровольно принимают решение о страховании и определяются с выбором страховой компании.

Таблица 18 – Калькуляция программы экскурсии в 3 дня на группу 10 человек+1

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в процен- тах	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на 1 чел.
1	2	3	4
Страховка		-	-
Визы		-	-
Транспортные расходы		17500	1750

Продолжение таблицы 18

1	2	3	4
Расходы на проживание		69100	6910
Расходы на питание		-	-
Расходы на экскурсионную программу		29700	2970
Итого прямых затрат		114100	-
Косвенные расходы туроператора	10	11410	-
Полная себестоимость		125510	12551
Прибыль	20	25102	2510,2
Продажная цена		150612	15061,2

Исследуя таблицу, необходимо отметить, что в дополнительные расходы туристов не включена не только страховка, но и питание (обед, ужин).

В заключении необходимо сделать следующие выводы.

Данный туристический продукт является принципиально новым – такие турпродукты предлагаются Амурскими турфирмами, но без новых туристических реализаций, которые я предлагаю в своей работе. При правильной организации рекламы данный турпродукт будет пользоваться спросом. Однако он не будет таким массовым, как популярные среди Амурчан туры в Китай.

Необходимо отметить тот факт, что на начальном этапе у данного турпродукта будет не много потребителей. Поэтому главная задача фирмы на начальном этапе – обеспечить высокое качество предлагаемого турпродукта. Это приведет к росту популярности этого тура и привлечению большего числа клиентов, готовых платить за качественный отдых.

Для успеха того или иного коммерческого мероприятия по сбыту туристических услуг необходимо наличие определенного минимума стимулирующих мер, которые осуществляются в комплексе с рекламной работой и другой коммерческой деятельностью. Крупные туристские фирмы (оптовики и туроператоры) обычно имеют штатные службы стимулирования сбыта, которые занимаются изучением эффективности принятых ранее мер и дают рекомендации относительно наиболее действенных приемов.

К не рекламным методам продвижения туристского продукта относятся:

- личные (персональные) продажи, осуществляемые через агента;
- прямая рассылка информации и работа с различными базами данных

(формирование постоянно поддерживаемых баз данных устойчивой клиентуры, на основе которых осуществляется доведение до клиента информации о конкретных турах и др.);

- прямой маркетинг (телефонный маркетинг, почтовая рассылка – информация перспективных корпоративных клиентов);

- стимулирование сбыта – при этом клиентам предлагают, например, купоны на скидки, проводятся разнообразные конкурсы и розыгрыши призов для покупателей туров, осуществляются бонусные программы, а также раздаются предметы с элементами фирменного стиля;

- пропаганда или организация паблик рилейшнз – не прямое предложение (организация культурных мероприятий, где распространяется информация о турах фирмы, куда приглашаются представители средств массовой информации).

Поскольку турпродукт новый, и никак не относится к туроператорам, то в таком случае нужно работать напрямую с клиентами и при этом в большом объеме реализуя турпродукт через систему турагентств, меры стимулирования продажи или сбыта могут быть разными, в зависимости от того, на кого они направлены: в адрес непосредственно потенциального туриста – потребителя туристских услуг или в адрес розничных туристских фирм и организаций.

Важная роль в продвижении туристского продукта отводится стимулированию потребителей. Среди задач стимулирования потребителей основными являются: поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение туристов к приобретению услуг, которыми они ранее не пользовались, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто пользуется услугами конкурентов.

Данные сравнительного анализа показывают, что Амурская область только в России тратит на рекламу своих туристских возможностей в 5 – 6 раз больше, чем выделяется в рамках областного бюджета на продвижение туристско-рекреационного потенциала курортов региона на туристском рынке, что не может не сказываться на показателях экономического эффекта от рекламно-

маркетинговой деятельности.

Опыт развития туризма показывает, что каждый рубль, потраченный на продвижение туризма, возвращается ростом турпотока, налоговых поступлений, доходами местных производителей. Причем с учетом мультипликативного эффекта развитие туризма дает мощный толчок социально-экономическому развитию региона в целом. Амурская область является начинающей туристской дистанцией на Дальнем Востоке и в России, и сопоставим по масштабам туристской инфраструктуры и объемами турпотока с рядом государств.

Необходимо увеличение маркетингового бюджета и тщательное планирование мероприятий маркетингового плана для наземного космического туризма, в частности для данного турпродукта, с последующей оценкой эффективности. С учетом тенденций развития современного туристского рынка целесообразно усиление маркетингового воздействия в сети Интернет, на рынке мобильной рекламы, в том числе в социальных сетях, так как эффективность продвижения с помощью информационных технологий выше по сравнению с традиционными методами продвижения и рекламы. Положительный эффект от деятельности по продвижению такого вида туризма на уровне региона необходимо регулярно оценивать, внося коррективы в маркетинговые мероприятия не только на этапе разработки программы экскурсий и бюджета маркетинговой деятельности на год, но и в течение отчетного года по итогам текущей оценки эффективности составленной программы на космодром «Восточный».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В дипломной работе были рассмотрены основные понятия туристского продукта, сопряженные с ним понятия, а так же особенности его разработки и продвижения. Туристский продукт обладает определенными особенностями, так как ему присущи характеристики услуг. Неосвязаемость турпродукта отличает его от товара, что обуславливает специфику деятельности туристских организаций. Разработка турпродукта должна быть основана на результатах анализа текущей ситуации на туристском рынке и определении его потенциала. Кроме того, важным является процесс планирования с целью дальнейшего определения перспектив развития и осуществления конкретных действий по разработке продукта. Продвижение созданного турпродукта, предполагающее его развитие на рынке, должно носить взвешенный характер и отвечать потребностям определенного целевого сегмента.

В данном проекте были отражены важность развития внутреннего турпродукта и на рынке туристских услуг таких направлений, как образовательно-познавательный и новом космическом виде туризме. В работе также была подтверждена важность развития новой космической дестинации и исходя из этого разработан новый оригинальный турпродукт для внутреннего туриста, который совмещает в себе элементы и культурно-познавательного и пляжного туризма, имеется место и просвещению, и развлечению. А кроме того в комплексе такой турпродукт является весьма новаторским для данного региона.

Разработанный туристский продукт может способствовать расширению сферы деятельности туроператоров, привлечению новых клиентов и увеличению прибыли, а так же позволит укрепить положение на рынке туристских услуг. Он также способен усилить позиции России во внутреннем туризме и помочь в развитии внешнего туризма, просвещению граждан и развитию дестинации, а также экономическому развитию Дальнего Востока в целом.

Исходя из приоритетов государственной политики целью государственной считается создание перспективных кластеров космических туров конку-

рентной туристической промышленности, предлагающей различные способности для потребностей русских и зарубежных людей в туристических предложениях и обеспечивающей важный шаг в социально-экономическое становление космического туризма.

В результате, я пришла к выводу, что несмотря на все сложности, с которыми приходится сталкиваться в космическом туризме, отрасль уверенно развивается. В течение последних нескольких лет мы стали свидетелями событий, которых ждали десятилетиями. Нам остается лишь спокойно наблюдать за становлением эпохи коммерциализации космоса и надеяться, что совсем скоро стать космонавтом сможет каждый. Кто знает, может мы, через десяток-другой лет сможем бороздить галактики, как это делают любимые герои фантастических фильмов.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебное пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – СПб. : Питер, 2016. – 464 с.
- 2 Амурский Государственный Университет [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.amursu.ru> – 18.05.2018.
- 3 Артемова, Е.Н. Основы информационно-экскурсионной деятельности : учебное пособие / Е.Н. Артемова, В.А. Козлова, И.А. Бисько. – М. : Проспект, 2015. – 119 с.
- 4 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 364 с.
- 5 Багиев, Г.Л. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев. – СПб. : Питер, 2015. – 614 с.
- 6 Белявский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Белявский. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 426 с.
- 7 Бессараб, Д.А. География международного туризма / Д.А. Бессараб, Л.В. Штефан. – Минск : ТетраСистемс, 2011. – Ч. 2. География видов туризма. – 244 с.
- 8 Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб. : Герда, 2015. – 386 с.
- 9 Виноградова, Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии : учебник / Т.В. Виноградова, Н.Д. Загорин, Р.Ю. Тубелис. – М. : Академия, 2016. – 346 с.
- 10 Деннис Тито, первый космический турист [Электронный ресурс] // Авиабазы : офиц. сайт. – Режим доступа : [//forums.airbase.ru/2013/04/t17154--dennis-tito-pervuj-kosmicheskij-turist.825.html](https://forums.airbase.ru/2013/04/t17154--dennis-tito-pervuj-kosmicheskij-turist.825.html). – 24.05.2018.
- 11 Джанджугазова Е. Туристско-рекреационное проектирование : учебник / Е. Джанджугазова. – М.: Академия, 2014. – 235 с.
- 12 Дмитриевский, Ю.Д. Туристские районы мира : учебное пособие / Ю.Д. Дмитриевский. – СПб. : Питер, 2016. – 175 с.

- 13 Долженко, Г.П. Экскурсионное дело : учебное пособие / Г.П. Долженко. - Ростов н/Д. : Март, 2016. – 385 с.
- 14 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – М. : Экономпресс, 2015. – 317 с.
- 15 Здоров, А.Б. Экономика туризма / А.Б. Здоров. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 256 с.
- 16 Ильина, Е.И. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник / Е.И. Ильина. – М. : Юрайт, 2015. – 256 с.
- 17 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – М. : Новое знание, 2014. – 298 с.
- 18 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма. Экономика туризма / Н.И. Кабушкин. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 601 с.
- 19 Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 421 с.
- 20 Компания «Атлас Аэроспейс» [Электронный ресурс] // Космический полет : офиц. сайт. – Режим доступа : [//www. atlasaerospace. net](http://www.atlasaerospace.net). – 25.05.2018.
- 21 Космофест Восточный [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://kosmofest.amursu.ru/>. – 18.05.2018.
- 22 Косолапов, А.Б. Теория и практика рекреационного природопользования / А.Б. Косолапов. – Владивосток : ДВГАЭУ, 2015. – 431 с.
- 23 Косолапов, А.Б. Управление рисками в туристском бизнесе / А.Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2015 – 288 с.
- 24 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 255 с.
- 25 Международный туризм : учебно-методический комплекс для спец. 100103 – Социально-культурный сервис и туризм / сост. О.В. Мирошниченко. – Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2012. – 125 с.
- 26 Международный туризм: правовые акты. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 528 с.
- 27 Менеджмент : учебное пособие / под ред. Н.Ю. Чаусова, О.А. Калуги-

на. – М. : КноРус, 2015. – 457 с.

28 Музей Аэроград Ивановки [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.aerodvamur.ru>. – 18.05.2018.

29 Музей Углегорска [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.zatoyglegors.ru>. – 18.05.2018.

30 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон № 132-ФЗ, принят Гос. Думой 4 октября 1996 г., одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г. (по состоянию на 29 июня 2015 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

31 Папирян, Г.Д. Международные экономические отношения : маркетинг в туризме / Г.Д. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 422 с.

32 Писаревский, Е.Л. Туристская деятельность: проблемы правового регулирования / Е.Л. Писаревский. – Владивосток : ДВГАЭУ, 2016. – 124 с.

33 Сборник Туристических законов [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.korint.ru/law>. – 12.05.2018.

34 Темный, Ю.В. Экономика туризма / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М. : Финансы и статистика. – 448 с.

35 Федеральное агентство по туризму. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.russiatourism.ru>. – 21.05.2018.

36 Центр эксплуатации объектов наземной космической инфраструктуры [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://www.russian.space/247>. – 15.05.2018.

37 Черных, Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов / Н.Б. Черных. – М. : Норма, 2015. – 335 с.

38 Шитов, В. Информационные технологии в туристской индустрии / В. Шитов. – М. : Флинта, 2014. – 341 с.

39 Экономика и организация туризма: международный туризм : учебное пособие / под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – М. : Норма, 2016. – 566 с.

40 Экскурсионная деятельность : учебно-методический комплекс для спец. 100103 – Социально-культурный сервис и туризм / сост. О.В. Мирошниченко. – Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2014. – 214 с.

41 Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма : учебное пособие / Г.А. Яковлев. – М. : РДЛ, 2014. – 114 с.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Фотографии космодромов



Рисунок А.1 – Космодром «Байконур»



Рисунок А.2– Космодром «Плесецк»



Рисунок А.3 – Космодром «Вэньчань»

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

### Фотографии космодромов



Рисунок А.4 – Космодром «Восточный»



Рисунок А.5 – «Байконур» на территории Казахстана



Рисунок А.6 – Космический город «Байконур»



## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

### Фотографии космодромов



Рисунок А.7 – Космодром «Восточный». Запуск первой Ракеты



Рисунок А.8 – Первый пуск ракеты с космодрома «Восточный» 28.04.2016 г.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Экспонаты Выставочного зала космонавтики и космодрома «Восточный»



Рисунок Б.1 – Выставочный зал космонавтики



Рисунок Б.2 – Фрагмент ступени ракеты-носителя «Союз-2.1а»



## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

### Экспонаты Выставочного зала космонавтики и космодрома «Восточный»



Рисунок В.3 – Технический комплекс

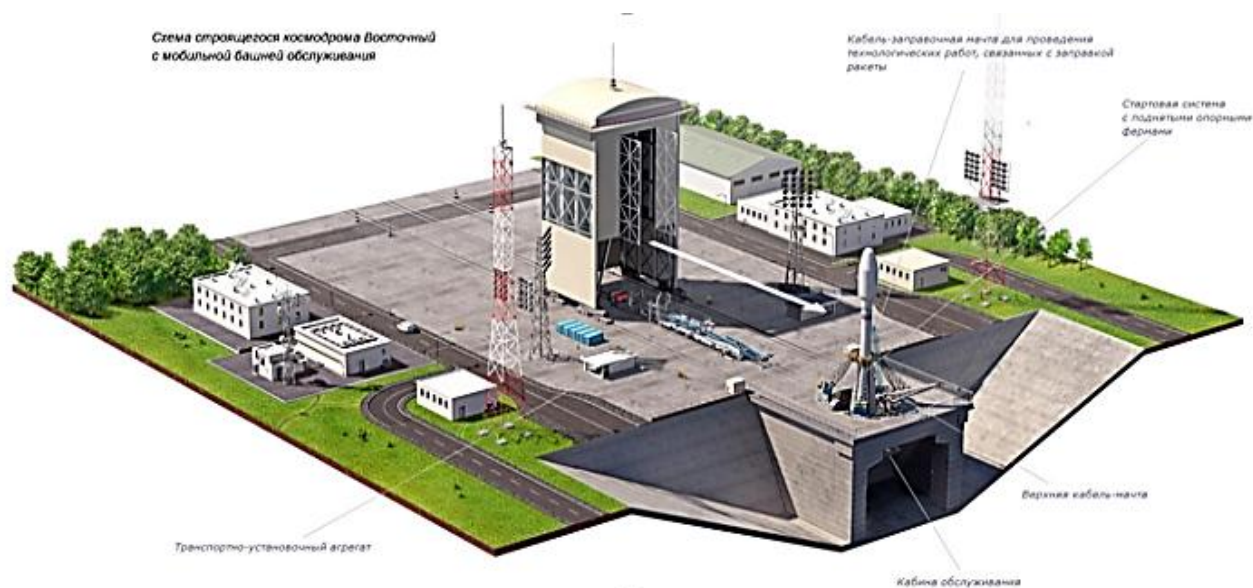


Рисунок Б.4 – Стартовый комплекс космодрома «Восточный»

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Город космонавтики на рубеже веков

#### «Прошлое»

##### Город Углегорск

- Музей истории советской космонавтики



#### «Будущее»

##### Космодром «Восточный»

- Запуски космических кораблей
- Просмотр стартового стола
- Доступ к просмотру подготовки ракеты к запуску



##### Город Циолковский

- Интерактивный музей космоса
- Парк развлечений

Рисунок В.1 – Город космонавтики на рубеже веков

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Вертикализация ракеты



«Сухой вывоз»



Рисунок Г.1 – Вертикализация ракеты

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Информационный листок к путевке туристского путешествия «Восточный – жемчужина Дальнего Востока»

#### Информация для потребителей

1. Тип маршрута – комбинированный. Вид – природно-познавательный тур. Программа тура включает в себя прибытие в город Благовещенск, затем поездку в город Углегорск, посещение музея космонавтики с виртуальным полетом в космос, посещение музея «Восточный» и размещение в гостинице города Углегорск. Также туристов ждет экскурсия по космодрому «Восточный» на технический комплекс и просмотр вертикализации ракеты, если это выпадает на планированный запуск ракеты, если нет, то показ макета. После этого туристы отправятся в гостиницу г. Углегорска, где туристов разместят в гостиничном комплексе «Космос». Помимо всего вышеперечисленного туристы посмотрят фильмы о космосе после ужина.

2. Проживание в гостинице «Дружба» в 5 двухместных номерах и в одном одноместном (первый и третий день). Необходимо всего 6 номеров. Проживание в Гостиничном комплексе «Космос» в 5 двухместных номерах и одном одноместном (второй и третий день).

3 Космодром «ВОСТОЧНЫЙ» построили в междуречье рек Зеи и Большой Пёры в 8 тысячах километрах от Москвы и в 180-ти километрах от Благовещенска. Его площадь около 700 квадратных километров. Протяженность с юго-запада на северо-восток: 18 километров, а с юго-востока на северо-запад: 36. Почему здесь? Трассы запусков над водой и малонаселенными районами Дальнего Востока, то есть – безопасность для людей и жилья. Здесь уже есть дорожная инфраструктура: БАМ, трасса Чита-Хабаровск. Относительно рядом морские порты, большой запас электроэнергии, производимой в регионе.

4. Перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату:  
– питание за свой счет;

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

### Информационный листок к путевке туристского путешествия

#### «Восточный – жемчужина Дальнего Востока»

- посещение агрограда в селе Ивановка. (Заезд по желанию);
  - прокат на макете ракеты в музее космонавтики. (стоимость для вз.200р, стоимость для детей до 13 лет 100 руб.);
  - продажа сувенирной продукции на территории музея.
5. В гостиничном комплексе «Космос» имеется бесплатная парковка для автомобилей (кол-во парковочных мест – 30).
  6. Место начала путешествия: ж\д вокзал г. Благовещенска.
  7. Тур рекомендован для взрослого населения и школьников.
  8. Необходимо взять с собой: фотоаппарат, удобную обувь для экскурсий, теплые вещи.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Памятка туристу от туроператоров на экскурсионные выезды

#### ПЕРЕД ОТЪЕЗДОМ ПРОВЕРЬТЕ НАЛИЧИЕ ДОКУМЕНТОВ

1. Паспорт РФ.
2. Ксерокопии паспортов РФ (могут пригодиться при утрате паспортов и в случае иных непредвиденных обстоятельств).
3. Авиабилеты или маршрут/квитанции электронного билета;
4. Ваучер;
5. Страховой медицинский полис;
6. Доверенность на вывоз ребенка (если сопровождающий один, или если ребенок едет один).

#### СОБИРАЯ БАГАЖ

Рекомендуем взять с собой в ручную кладь на борт самолета: документы, деньги, сотовые телефоны, фотоаппараты, книги. В багаж следует упаковать все металлические острые и режущие предметы (маникюрные ножницы, пилочки для ногтей, перочинный ножик и т.п.), любые жидкости, гели и аэрозоли (за исключением, если в этом есть необходимость, детского питания и лекарств) – проносить подобные предметы на борт воздушного судна в ручной клади ЗАПРЕЩЕНО или регламентировано особыми правилами.

#### АПТЕЧКА ТУРИСТА

Рекомендуем перед поездкой сформировать «Аптечку ТУРИСТА». В этом случае во время путешествия Вы сможете оказать себе оперативную помощь при легких недомоганиях. Вам не придется в незнакомой стране тратить время на поиски пунктов продажи лекарственных средств, и решать проблему, как растолковать продавцу название лекарства, которое в его стране носит совсем другое название.

Жаропонижающие, от головной боли, болеутоляющие, от болезни органов дыхания, при расстройстве желудка, на случай аллергии, сердечнососуди-

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Памятка туристу от туроператоров на экскурсионные выезды  
стые средства, успокаивающие средства, антисептики наружного действия, средства, применяемые при поражении глаз и ушей, средства для снятия усталости и отечности ног, от «морской болезни» и укачивания в транспорте, солнцезащитные кремы и средства по уходу за кожей после пребывания на солнце, при солнечных ожогах и кожных аллергических реакциях на солнце, перевязочный материал, средства от укусов насекомых. Термометр (не ртутный), небольшие ножницы, пинцет (данные инструменты перевозить в ручной клади при авиаперелете нельзя).

### В РОССИЙСКОМ АЭРОПОРТУ ВЫЛЕТА/ПРИЛЕТА

Рекомендуем заблаговременно, не позднее, чем за три часа до вылета рейса, прибыть к месту регистрации пассажиров для прохождения процедур регистрации на рейс.

Если документы для тура не были выданы в офисе, Вам необходимо получить их у представителей туроператора.

### РЕГИСТРАЦИЯ НА РЕЙС И ОФОРМЛЕНИЕ БАГАЖА

Регистрация пассажиров на рейс и оформление их багажа производятся на основании авиабилета или распечатанной на бумажном носителе маршрут/квитанции электронного билета, а также заграничного паспорта пассажира.

При регистрации пассажиру выдается посадочный талон, который необходимо сохранять до момента возможного предъявления авиакомпании претензий по качеству предоставленных услуг авиаперевозки.

Регистрация на рейс заканчивается за 40 минут, а посадка в воздушное судно за 20 минут, – до времени вылета рейса по местному времени. Пассажиру, опоздавшему ко времени окончания регистрации или посадки в воздушное судно, может быть отказано в перевозке.

Каждому пассажиру предоставляется право перевозки 20 килограмм

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Памятка туристу от туроператоров на экскурсионные выезды багажа бесплатно и 5 килограмм ручной клади, провозимой в салоне самолета. За провоз багажа сверх установленной нормы бесплатного провоза, взимается дополнительная плата по тарифу, установленному перевозчиком.

В багаж необходимо убрать все колюще – режущие предметы, косметические средства и лекарства (за исключением тех, которые могут понадобиться на борту во время полета).

Перед сдачей багажа его можно пометить яркой лентой для того, чтобы выделить его среди других одинаковых чемоданов/сумок.

#### В АЭРОПОРТУ ПРИЛЕТА

По прибытии в аэропорт Вы должны последовательно: заполнить иммиграционные карточки печатными буквами на английском языке, приобрести визовую марку (если таковые требуется), пройти паспортный контроль, получить свой багаж на магнитной ленте, сверху которой на электронном табло будет написан Ваш номер рейса, пройти таможенный контроль, выйти из здания аэропорта, найти встречающего гида с табличкой

Вашего туроператора или принимающей стороны, предъявить гида туристский ваучер, а затем пройти в автобус, в который Вас направят.

#### В ГОСТИНИЦЕ

По приезде в отель туристам необходимо заполнить карточку отдыхающих на английском языке (латинскими буквами), после чего получить ключи и заселиться в номер.

В номере необходимо все проверить и выявить все недочеты. Если таковые имеются, то сообщить об этом на ресепшн. Их либо устроят, либо предоставят другой номер соответствующей категории.

#### В КОНЦЕ ОТДЫХА

За 1 день до обратного выезда необходимо подойти на ресепшн и уточнить

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е



## Памятка туристу от туроператоров на экскурсионные выезды

время выезда из отеля и обратного вылета на информационной доске Вашего туроператора!

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### График загрузки туристского предприятия

Таблица Ж.1 – График загрузки на сентябрь-декабрь

Номер заезда	Дата начала	Дата окончания
1 заезд	07.09	14.09
2 заезд	14.09	21.09
3 заезд	21.09	28.09
4 заезд	28.09	05.10
5 заезд	05.10	12.10
6 заезд	12.10	19.10
7 заезд	19.10	26.10
8 заезд	26.10	02.11
9 заезд	02.11	09.11
10 заезд	09.11	16.11
11 заезд	16.11	23.11
12 заезд	23.11	30.11
13 заезд	30.11	06.12
14 заезд	06.12	13.12
15 заезд	13.12	20.12

## ПРИЛОЖЕНИЕ К

### Калькулирование себестоимости турпродукта

Таблица К.1 – Калькуляция программы экскурсии в 3 дня на группу 10 человек+1

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в процен- тах	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на 1 чел.
Страховка		-	-
Визы		-	-
Транспортные расходы		17500	1750
Расходы на проживание		69100	6910
Расходы на питание		-	-
Расходы на экскурсионную программу		29700	2970
Итого прямых затрат		114100	-
Косвенные расходы туроператора	10	11410	-
Полная себестоимость		125510	12551
Прибыль	20	25102	2510,2
Продажная цена		150612	15061,2

**ПРИЛОЖЕНИЕ Л**

**Анкетирование населения по новому туристическому продукту**

Номер вопроса	Вопрос и варианты ответа
1	2
<b>1</b>	<b>ОПРЕДЕЛИТЕ ПОЛ И ВОЗРАСТ.</b> А) мужской                                 1) менее 35 лет Б) женский                                   2) более 35 лет.
<b>2</b>	<b>К КАКОЙ ГРУППЕ РАБОТНИКОВ ВЫ СЕБЯ ОТНОСИТЕ?</b> А) Рабочий, включая сельское хозяйство Б) Военнослужащий в армии, органах внутренних дел, включая милицию и ФСБ В) Бизнесмен, предприниматель Г) Специалист с высшим образованием на производстве Д) Служащие (секретарь, офисный работник, продавец) Е) Учащийся, студент
<b>3</b>	<b>ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ОТДЫХА ВЫ:</b> А) обратитесь в туристическую фирму Б) самостоятельно организуете свой отдых
<b>4</b>	<b>ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ ПРОВЕСТИ СВОЙ ОТДЫХ В КРУГУ:</b> А) семьи Б) друзей В) самостоятельно
<b>5</b>	<b>КАКИМ КРИТЕРИЕМ ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ПРИ ВЫБОРЕ МЕСТА ОТДЫХА:</b> А) отзывы и рекомендации знакомых Б) популярность места отдыха В) интенсивность рекламы Г) другое
<b>6</b>	<b>КАКИМ ВИДОМ ТРАНСПОРТА ВЫ БЫ ПРЕДПОЧЛИ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ:</b> А) Авиа Б) Железнодорожный В) Автобус Г) Личный автотранспорт
<b>7</b>	<b>КАКАЯ СУММА ВАМ КАЖЕТСЯ БОЛЕЕ ПРИЕМЛЕМАЯ ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЯ «ВОСТОЧНОГО»:</b> А) 5 – 10 тыс. руб. Б) 10 – 20 тыс. руб. В) 20 – 30 тыс. руб. Г) более 30 тыс. руб.
<b>8</b>	<b>КАКИЕ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ НА ВРЕМЯ ПУТЕШЕСТВИЙ?</b> А) Хостелы Б) Гостиницы В) Гостевые дома

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Л

9	<b>ЗНАКОМЫ ЛИ ВЫ С ПОНЯТИЕМ КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ?</b> А) Да Б) Нет
10	<b>ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ ТУРФИРМЫ КУДА МОЖНО ОБРАТИТЬСЯ А ПОМОЩЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРА НА КОСМОДРОМ?</b> А) Нет Б) Да (укажите название)
11	<b>ПОСЕЩАЛИ ЛИ ВЫ КОСМОДРОМ «ВОСТОЧНЫЙ»?</b> А) Да Б) Нет
12	<b>РАССМАТРИВАЕТЕ ЛИ ВЫ КОСМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ВИД ТУРИЗМА?</b> А) Да Б) Нет
13	<b>УКАЖИТЕ ПРИЧИНЫ, КОТОРЫЕ МЕШАЮТ ВАМ ПОСЕТИТЬ КОСМОДРОМ «ВОСТОЧНЫЙ». Либо впишите свой вариант ответа:</b>
	А) Удаленность от места моего проживания Б) Плохое транспортное сообщение В) Недостаток денежных средств на поездку Г) Недостаток времени Д) Это место не кажется мне интересным и привлекательным для досуга <b>Другое:</b>
14	<b>КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ СПОСОБОВ, НА ВАШ ВЗГЛЯД, ПОМОГУТ СДЕЛАТЬ ПОЕЗДКИ НА «ВОСТОЧНЫЙ» БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ТУРИСТОВ? Либо впишите свой вариант ответа. (не более трех вариантов ответа)</b> А) Развитие инфраструктуры (кафе, гостиницы и т.д.) Б) Повышение качества предоставляемых услуг В) Развитие транспортного сообщения Г) Активная рекламная кампания и продвижение <b>Другое:</b>
15	<b>ХОТЕЛИ БЫ ВЫ ПРОВЕСТИ СВОЙ ВЫХОДНОЙ С ПРОГРАММОЙ ТУРА НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКЕ КОСМОДРОМА «ВОСТОЧНЫЙ»?</b> А) Да Б) Нет
Благодарим за потраченное время и спасибо за помощь в исследовании!	