

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

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

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

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Культурно-познавательный туризм: формирование тура в Краснодарский край

Исполнитель
студент группы 434-об

Тицкая

К.А. Тицкая

Руководитель
доцент, к.г.н.

Феоктистов

С.В. Феоктистов

Нормоконтроль
инженер

Шпак

О.В. Шпак

Благовещенск 2018

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра МБЧТ

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

подпись _____ И.О. Фамилия _____
« 07 » 09 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Тимочкин Кристина Александровна

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Культурно-познавательный туризм: формирование туристского продукта в Красноярском крае.
(утверждено приказом от 26.03.2017 № 694-У)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06.2018.

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту): карты, статистические данные, материалы статей, статистические данные,

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих проработке вопросов):
Исторические аспекты культурно-познавательного туризма в туризме
Анализ европейского опыта в формировании туристского продукта в мире
Проработка культурно-познавательного тура в Красноярском крае

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.)
бакалаврская работа содержит в себе 8 рис, 8 таблиц, графики, карты, 33 иллюстрации

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

7. Дата выдачи задания 07.09.2017

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Рогов Сергей Владимирович
Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 07.09.2017 Тимоч
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 62 с., 8 рисунков, 8 таблиц, 2 приложения, 33 источника.

ТУРИЗМ, КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, РЕСУРСЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ, КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ МАРШРУТ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ ТУРПРОДУКТА

Целью квалификационной работы является раскрытие потенциала России для развития культурно-познавательного туризма, а также формирование культурно-познавательного маршрута.

Объектом исследования в квалификационной работе является культурно-познавательный потенциал Краснодарского края.

Предметом исследования квалификационной работы являются перспективы развития культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае.

Данная работа посвящена разработке тура в Краснодарский край. Тур в Краснодарский край даст возможность увидеть нечто новое и интересное, показать его красоту, разнообразие и уязвимость. Созданный туристический продукт будет удовлетворять всем потребностям и интересам туристов .

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты культурно-познавательного туризма	7
1.1 Культурно-познавательный туризм в структуре видов туризма	7
1.2 Проблемы развития культурно-познавательного туризма и пути их решения	16
2 Анализ современного состояния культурно-познавательного туризма в мире	26
2.1 Мировой опыт в развитии культурно-познавательного туризма	26
2.2 Ресурсы культурно-познавательного туризма в России	28
2.3 Место Краснодарского края в развитии культурно-познавательного туризма в России	34
3 Разработка культурно-познавательного тура в Краснодарском крае	44
3.1 Результаты анкетирования «Популярность культурно-познавательного туризма в России»	44
3.2 Культурно-познавательный маршрут «Большой Сочи»: характеристика турпродукта и программа тура	49
3.3 Калькулирование себестоимости туристического продукта «Большой Сочи»	55
Заключение	59
Библиографический список	60
Приложение А Анкета «Популярность культурно-познавательного туризма в России»	63
Приложение Б Карта туристического маршрута «Большой Сочи»	65

ВВЕДЕНИЕ

Одной из самых привлекательных черт туризма, является то, что он обеспечивает стабильный приток иностранного капитала, при этом, не требуя значительных вложений от государства. В социальной сфере туризм направлен на повышение качества жизни людей, не приводя к истощению природных ресурсов. Как заимствованная сфера, туризм самая стабильная отрасль бизнеса он в меньшей степени зависит от ситуации на мировых рынках, в сравнении с другими сферами деятельности. На сегодняшний день туризм развивается ускоренными темпами. Это та самая сфера экономики для которой характерна динамичность развития и высокая доходность. Исходя из сложившихся ситуаций все чаще идет речь о появлении и развитии новых видов туризма, которые способны удовлетворить потребности клиентов. В XXI веке специалистами туристского бизнеса наиболее перспективным направлением в туризме признается именно культурно-познавательный туризм. Именно этот вид туризма способен открыть путешественнику новое, интересное и непознанное. Необходимо подчеркнуть, культурно-познавательный туризм развивает разные формы человеческого общения, устанавливая и закрепляя взаимопонимание между людьми, уважение к многообразию культур и обычаев. Культура является фундаментом в основе процесса развития, сохранения и укрепления независимости и самобытности народов. Культурно-познавательный туризм в настоящее время представляет собой совершенно новую сферу культурного отдыха и духовного образования. Расширению культурного туризма способствуют развитие всех видов транспорта, межрегиональные и международные культурные контакты, становление и совершенствование индустрии туризма в нашей стране и в мире.

Таким образом, повышение уровня местного туризма не только значительно увеличит бюджет, но и сыграет свою роль в воспитании патриотизма среди молодежи и привлечет внимание к культурному наследию регионов нашей страны. Для развития внутреннего туризма необходимо разработать и воплотить в жизнь новые, современные формы работы

Соответственно если есть спрос, то он должен быть удовлетворен, а для того, чтобы туроператор смог предложить культурно-познавательный тур, необходимо исследовать местные ресурсы и принять меры по улучшению инфраструктуры именно этого вида туризма. В этом и заключается необходимость данного исследования.

Цель работы состоит в раскрытии потенциала России на примере Краснодарского края, а именно города Сочи, для развития культурно-познавательного туризма, а также в выяснении зарубежного опыта организации культурно-познавательного туризма.

Задачи бакалаврской работы:

- исследовать развитие культурно-познавательного туризма в зарубежных странах;
- изучить спрос на туристские услуги среди россиян;
- определить культурные ресурсы Краснодарского края;
- разработать культурно-познавательный маршрут по территории Краснодарского края.

В качестве основных методов исследования в данной бакалаврской работе использовались статистический анализ, а также анкетирование.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРНО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

1.1 Культурно познавательный туризм в структуре видов туризма

Туризм – временные выезды, граждан страны, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, оздоровительных, спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.¹

Одним из основных видов туризма в современной индустрии отдыха является культурно-познавательный туризм. Одно из понятий культурно-познавательного туризма это – различные виды путешествий, отвечающие за потребности духовного освоения и духовного присвоения культуры мира через его посещение, непосредственное постижение и переживание в различных местах и протекающие в форме организованного отдыха и экскурсионной деятельности. Можно сказать, что культурно-познавательный туризм пересекается с другими видами туризма, где турист может не только провести досуг с целью отдыха, а узнать для себя новую информацию.

Стоит отметить, что основой культурно-познавательного туризма является естественный интерес человека к истории, а так же потребность в умственном и нравственном развитии. На сегодняшний день появляются совершенно новые туристские направления: фототуры, милитари-туры, винные, кулинарные и пр. Развиваются такие виды туризма, как образовательный, событийный, экологический туризм.

Наиболее важной из задач туристской индустрии является сохранение памятников и предметов старины.

Главная цель культурно –познавательного туризма прибавление к материальным и духовным ценностям всевозможных стран и народов. Если развлекательный туризм направлен получение ярких впечатлений от культурно массо-

¹ Культурно-познавательный туризм [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн : офиц. сайт. URL : http://studbooks.net/748571/turizm/kulturno_poznavatelnyy_turizm (22.05.2018).

вых мероприятий и развлекательных объектов, то познавательный туризм помогает туристам более детально узнать культуру отдельных народов.

Культурно-познавательный туризм дает четкое понимание человеку как живут другие страны и народы, расширяет границы кругозора. Именно склонность к познанию это проявляет мощным стимулом человеческой деятельности.

Основа познания заключается в следующем, человек целенаправленно воспринимает факты внутреннего и внешнего мира, систематизирует их, находит закономерности, которые определяют явления. Результатом познания является целостная модель явления, которая позволяет человеку сознательно подходить к внешней действительности и использовать ее в своих целях. Стремление человека к познанию является мощной потребностью. Для того, чтобы потребность была проявлена более глубоко и всесторонне, необходимо зарождение этой потребности в процессе формирования человека, его воспитания и образования. Для осуществления этой потребности, необходимы явные (определенные) социальные условия. Для примера можно взять завершение холодной войны, только после него стал возможен массовый туризм, который открыл миллионам россиян культуру европейских и азиатских народов. Человек соотносит культуру своего народа с культурой других народов, в процессе познания окружающего мира, для того, чтобы удостовериться в значимости той культурной традиции, к которой он принадлежит. В целях улучшения своего уклада жизни, он стремится использовать культурные достижения других народов. На пути близкого знакомства с культурой других народов человек может удостовериться в правдивости тех знаний, которые он почерпнул из книг. Знания полученные из книг непосредственно создают представление о материальной и духовной культуре народов мира. Для того что бы об этом составить самое достоверное представление, необходимо личное восприятие их образа жизни. В процессе получения новых впечатлений об известных природных и культурных явлениях, он удовлетворяет одну из наиболее сильных своих потребностей – потребность в познании.

В познавательном туризме человек в действительности встречается с тем,

о чем он только читал или что видел по телевидению. Эта встреча с реальностью оказывается гораздо более памятной и воздействующей на его воображение, чем книги, которые он прочитал и увиденные фильмы. Те впечатления, которые человек получил, позволяют ему заново осмыслить свой жизненный путь, увидеть новые горизонты, обрести новые стимулы для творческого самовыражения.

Познавательный туризм в сфере своей может быть более или менее специализирован. По большей степени, туриста могут привлечь именитые памятники архитектуры, достопримечательности городских пейзажей. Что касается специализированного туризма, он предполагает ознакомиться с отдельными проявлениями материальной и духовной культуры. Это своего рода объекты, которые представляют интерес для туриста, это могут быть скульптуры, памятники, музеи

Неспециализированный познавательный туризм доставляет участвующим в данном туре общественные показы о том как жил народ и сущность его культуры. Предельный интерес у участников тура требуют те страны, которые достигли значительной величины в культуре и оказали важнейшее воздействие на ход мировой истории. К таким странам можно отнести страны Западной Европы, где ярко выражено развитие экономических и социально-политических отношений. В эти страны входят: Франция, Германия, Великобритания, Нидерланды, Италия. Наибольшее количество туров в эти страны показывают ознакомительные характер. Это выражается в знакомстве с известными архитектурными достопримечательностями, историческими местами, произведениями искусства. Не менее значимым объектом для интереса туриста считаются страны, оставившие памятники глубокой древности. Одним из известных памятников является Египет с его пирамидами и древними храмами. Неопишуемая красота манит туристов самых разнообразных культур и народов.

В России тоже имеются различные памятники архитектуры мирового масштаба. Такие как комплексы зодчества Санкт-Петербурга и его окрестностей, и еще архитектура городов знаменитого Золотого кольца. Ознакомившись

с памятниками, можно увидеть историческое прошлое России².

Насколько турист готов и расположен к новым знаниям, почерпнуть для себя интересную информацию, от этого и зависят его ожидания от тура и удовлетворенность. Если заранее составлена программа осмотра достопримечательностей, если турист знает не мало из книжных источников или СМИ, что он хочет познать, то соответственно отдача путешествия будет очень значительной. Но если же турист в большей степени отдает предпочтение знакомству с неизведанной для него страной, то в его воспоминаниях останутся самые сильные впечатления.

Самая важная задача туристических агентств состоит в том, что бы подготовить туриста к туру и предварительно ознакомить их с культурой страны, как материальной так и духовной. Для туристов даются назначения о том, что для лучшего восприятия информации лучше всего сделать записи об изведанных знаменитых произведениях искусства: записывать имена выдающихся, известных архитектурных памятников. Эта информация оставит полученные впечатления на длительный промежуток времени.

Экскурсионная программа это важный момент в неспециализированном познавательном туризме. В этой программе в обязательном порядке должно присутствовать знакомство с городом пребывания, его самыми главными достопримечательностями, объектами исторической славы Правила поведения должны быть озвучены организаторами экскурсий, которые следует соблюдать в общественных местах.

Что касается Специализированного познавательного туризма он ознакомляет туриста с одним из аспектов культуры. Разрабатывается особая программа, которая предусматривает осмотр интерьеров, мелкой пластики, культовых памятников. Основная функция гида в обоих случаях различна. Во-первых рассказывает о тех объектах, которые видны с первого взгляда. Здесь он делится с туристами о жителях данной страны, обычаях, материальной культуре.

² Культурно-познавательный туризм [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн : офиц. сайт. URL : http://studbooks.net/748571/turizm/kulturno_poznavatelnyy_turizm (22.05.2018).

Во-вторых от гида призывают особые знания некоторых видов искусств, коллекций крупных художественных музеев.

Культурно-познавательный туризм считается не менее значимым туризмом в нынешней индустрии отдыха. Культурно-познавательный туризм носит название экскурсионный. «По закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» экскурсантом является «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.»³ Таким образом, культурно-познавательный туризм помимо ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями может включать в себя посещение культурных мероприятий, фестивалей, музеев, театров, объектов культурного наследия, контакты с местными жителями (таблица 1).

Таблица 1 – Культурно-познавательная деятельность туриста (разделение по группам)

Знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов.	Посещение театрализованных представлений, кино, театров, музыкальных фестивалей, религиозных праздников, боя быков, концертов и оперных сезонов, выставок картин, скульптур, фотографий и т. п.	Посещение лекций, семинаров, симпозиумов, курсов иностранного языка, коммуникативных тренингов.	Участие в демонстрациях фольклора, национальной кухни и прикладного искусства на фестивалях фольклорных ансамблей и выставках национального народного творчества.
---	---	---	---

На сегодняшний день формирование культурно-познавательного туризма на прямую связано с содействием создания положительного имиджа, так же способствует увеличению образовательного и культурного уровня населения.

формирование культурно-познавательного туризма занимает особое место в решении социальных проблем. В некоторых странах благодаря туризму создается множество рабочих мест, создается значительный уровень жизни

³ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (последняя редакция). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

населения. Среда туризма, точнее ее развитие содействует росту уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, введению новых технологий по размещению информации. По средствам туризм проявляет открытый доступ к человеческим ценностям. Так же, туризм это двигатель коммуникаций, взаимоотношений между людьми и понимания, орудием формирования интеллекта.

Таблица 2 – Факторы, относящиеся к преимуществам культурно- познавательного туризма⁴

Возможность интеграции территориальных единиц (стран, округов, регионов)	Повышение привлекательности территориальных единиц, улучшение инвестиционного климата	Создание новых рабочих мест	Обеспечение более полного использования культурных потенциалов территории
--	---	-----------------------------	---

Из таблицы 2 мы видим что факторы относящиеся к преимуществам культурно-познавательного туризма это возможность интеграции территориальных единиц, а так же к ним относятся создание новых рабочих мест, что не мало важно для развития культурно- познавательного туризма.

Выделяют несколько уровней культурно-познавательного туризма:

- 1) профессиональный - основанный на профессиональных контактах;
- 2) специализированный - где удовлетворение культурных потребностей является основной целью туриста
- 3) неспециализированный - потребление культурных благ является неотъемлемой, существенной частью, но не основной целью туристской поездки;
- 4) сопутствующий - потребление культурных благ в иерархии мотивации туриста занимает более низкую позицию и, соответственно, становится дополнительной, необязательной составляющей его туристского поведения.

Что касается видов культурно-познавательного туризма, можно выделить следующие (таблица 3).

⁴ Понятие и сущность культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] // Лекции : офиц. сайт. URL : <https://lektsii.org/3-24937.html> (дата обращения : 21.05.2018).

Таблица 3 - Виды культурно-познавательного туризма

Виды туризма	Экскурсионный (познавательный)	Религиозный	Этнографический	Экологический
Цели поездок	Ознакомление с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно;	Поездка по святым местам	Знакомство с культурой, обычаями и нравами местных народов	Посещение не только историко-культурных, но и природных достопримечательностей

На сегодняшний день экскурсионный туризм является самым Самым востребованным видом культурно познавательного туризма. Экскурсионный сервис считается как автономной деятельностью, так и частью комплекса туристских услуг (в туристских фирмах).⁵

Существует множество классификаций экскурсий, одна из них представлена на рисунке 1.

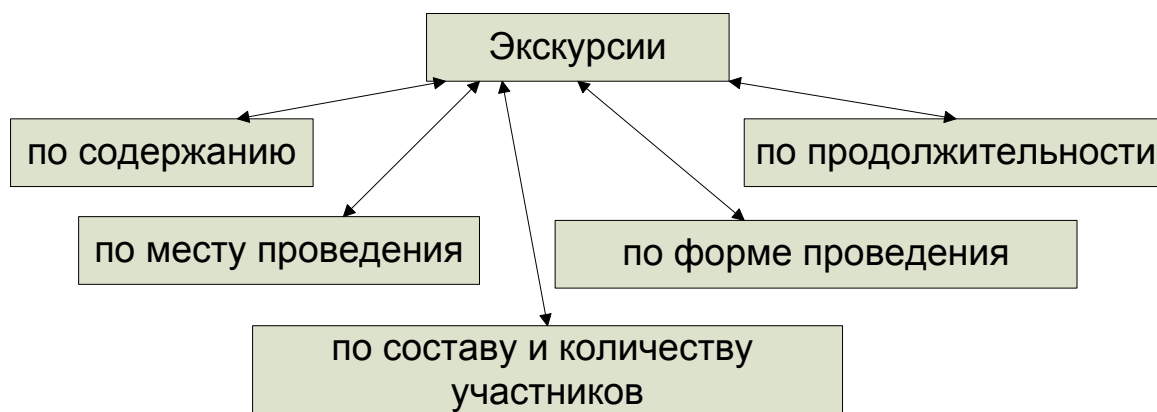


Рисунок 1 - Классификация экскурсий

Данного рода классификации несут в себе глубокий практический смысл, поскольку требуют различного в методическом отношении подхода. Проблема неоднородности туристов и выделения особо детерминированного контингента непосредственно связана с отраслью экскурсоведения, занимающейся психоло-

⁵ Разновидности культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] // Файловый архив студентов : офиц. сайт. URL : <https://studfiles.net/preview/5410547/page:16/> (дата обращения : 17.05.2018).

гией общения и работы с группой. В качестве особого контингента, требующего некоторых специальных приемов и методов работы (в т.ч. и в организационно-техническом отношении) можно указать группы религиозных паломников; детей младшего возраста; инвалидов; престарелых (экскурсии в системе социального обеспечения и объединений ветеранов); «трудных» подростков и т.д.

Таблица 4 - Виды экскурсий

<p>Обзорные экскурсии. Не случайно их называют многоплановыми. В них используется исторический и современный материал. Такая экскурсия строится на показе самых различных объектов (памятников истории и культуры, зданий и сооружений, природных объектов, мест знаменитых событий, элементов благоустройства города, промышленных и сельскохозяйственных предприятий и т.д.) В обзорных экскурсиях события излагаются крупным планом, что дает общее представление о городе, крае, области, республике, государстве в целом. Хронологические рамки такой экскурсии - время существования города с первого упоминания о нем до сегодняшнего дня и перспективы развития. У Обзорных экскурсий имеются свои особенности.</p>	<p>Тематическая экскурсия предназначена для того чтобы раскрыть данную тему, если это историческая экскурсия, то в ее основу может быть положено одно или несколько событий, объединенных одной темой, а иногда более продолжительный период времени. Если же это экскурсия на архитектурную тему, то предметом изучения могут стать наиболее интересные произведения зодчества, расположенные на улицах и площадях города, а в большом городе - архитектурные ансамбли минувших веков. Тематические экскурсии подразделяются на исторические, производственные, природо-ведческие (экологические), искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные.</p>	<p>По составу и количеству участников экскурсии подразделяются на индивидуальные, для местного населения, приезжих туристов, взрослых и школьников</p>	<p>По месту проведения экскурсии бывают: городские, загородные, производственные, музейные, комплексные.</p>	<p>По способу передвижения, пешеходные и с использованием различных видов транспорта. Преимущество пешеходных экскурсий состоит в том, что, создавая необходимый темп движения, они обеспечивают благоприятные условия для показа и рассказ - Транспортные экскурсии (в подавляющем большинстве автобусные) состоят из двух частей: анализа экскурсионных объектов (например, памятников истории и культуры) на остановках и рассказа в пути между объектами, связанного с характеристикой памятников и памятных мест, мимо которых следует группа. Некоторые экскурсионные учреждения используют для экскурсий троллейбусы</p>
--	--	---	---	--

Экскурсии по форме проведения:

- экскурсия-концерт посвящается музыкальной теме с прослушиванием музыкальных произведений в салоне автобуса;

- экскурсия-массовка. Ее участники передвигаются по маршруту одновременно на 10 - 20 автобусах, в каждом из которых работает экскурсовод. Такие экскурсии могут включать в себя массовые театрализованные представления, фольклорные праздники и т.д.;

- экскурсия-спектакль - это форма проведения литературно-художественной экскурсии, подготовленной на основе конкретных произведений художественной литературы;

- экскурсия-прогулка, совмещающая в себе элементы познания с элементами отдыха, проводится в лесу, в парке, по морю, реке;

- экскурсия-лекция (рассказ преобладает над показом);

- экскурсия-урок представляет собой форму сообщения знаний в соответствии с учебной программой того или иного учебного заведения;

- учебная экскурсия (для специальной аудитории) является формой обучения и повышения квалификации экскурсионных работников;

- показательная экскурсия - это форма учебной экскурсии, ставящая целью показать образец того или иного методологического приема на конкретном объекте, раскрыть определенную подтему;

- экскурсия-консультация;

- экскурсия-демонстрация - это наиболее наглядная форма ознакомления группы с природными явлениями, производственными процессами;

- рекламная экскурсия ⁶.

Разделение на группы экскурсий носит немного условный характер, все же, имеет существенное значение для деятельности экскурсионных учреждений. Верно подобранная классификация экскурсий обеспечивает условия для наилучшей работы (организации) гида с клиентами, облегчает специализацию,

⁶ Разновидности культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] // Файловый архив студентов : офиц. сайт. URL : <https://studfiles.net/preview/5410547/page:16/> (дата обращения : 17.05.2018).

создает основу для деятельности методических секций. Применение требований по проведению экскурсий для конкретной группы содействует тому, чтобы каждая экскурсия была готова и была результативной. Когда разрабатывается новая тема для экскурсии используются достижения отдельных областей знаний. Геолокация экскурсионных культурно-познавательных туров располагает довольно таки обширный диапазон и протягивается от района проживания туриста до самых экзотических отдаленных стран. По статистике традиционно наибольшее число экскурсионных потоков привлекает к себе Европа, что нельзя сказать про последние десятилетия, география путешествий с культурно-познавательными целями быстротечно развивается.

Наиболее популярным направление в России является культурно-познавательный туризм. Если учитывать специфику российских туристских ресурсов, то состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта будут вносить особый интерес для формирования въездного туризма в страну, а также внутреннего туризма.

В России большое количество редких природных и историко-культурных объектов культурного наследия

1.2 Проблемы развития культурно-познавательного туризма и пути их решения

За последние двадцать лет среднегодовые темпы роста числа туристских прибытий в мире составили 5,1 %, а темпы роста валютных поступлений от туризма 14 %. Прогноз Всемирной туристической организации (ВТО) показывает, что к 2020 году число международных туристских прибытий составит 1,56 млрд. чел. Также ВТО показывает, что 1,18 млрд. чел. будут путешествовать в пределах своих регионов, и только 377 млн. будут совершать путешествия в другие регионы мира.

Россия, по данным ВТО, относится к числу государств, в которых прогнозируются высокие темпы развития туризма, при условии государственной поддержке данной отрасли. Согласно этим прогнозам, к 2020 году Россия войдет в первую десятку стран как по приему туристов (47,1 млн. чел. в год), так и по

выезду туристов (30,5 млн. чел.).

Исходя из этого внутренний туризм в России обязан превысить въездной и выездной обороты.⁷ Возможность для развития внутреннего и международного туризма в Российской Федерации велика, ресурсы нашей страны санкционируют развивать почти все виды туризма, включая наиболее популярные среди потребителей, в том числе в них входит культурно-познавательный туризм. Туристский комплекс нашей страны насчитывает более 134 тысяч памятников истории и культуры, 345 исторических городов, 176 музеев, заповедников и 155 национальных парка. Историко-культурное наследие России является главным конкурентным преимуществом туристской отрасли. На территории Российской Федерации сложились как традиционные туристские центры со специализацией, чаще это экскурсионно-познавательном, виде туризма так и межрегиональные туристические продукты, и маршруты на примере: Золотое Кольцо, круизы по Волге.

К сожалению, существует ряд проблем, которые затрудняют развитие культурно-познавательного туризма в России (таблица 5).

Таблица 5 – Проблемы, препятствующие развитию въездного туризма

Проблема	Содержание проблемы
Высокая стоимость туров	Складывается из высокой стоимости транспортного и гостиничного обслуживания
Состояние инфраструктуры	Невысокое качество автомобильных и железных дорог
Отсутствие информации	Не развита реклама о России как туристкой дестинации и недостаточна информированность потребителя за рубежом
Туристские формальности	Необходимость оформления туристского въезда в Российскую Федерацию для граждан большинства стран
Неблагоприятный имидж России за рубежом	В значительной степени формируется под влиянием западных СМИ
Неблагоприятный инвестиционный климат	Отсутствие готовых инвестиционных площадок, наличие административных барьеров

С точки зрения соотношения цены и международных предложений. Сто-

⁷ Ямаев Р.Б. Туризм как фактор развития российских регионов. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2010. С. 51.

имость стандартного недельного тура, для иностранцев с визитом Москвы, Золотого кольца или Санкт-Петербурга превосходит приемлемый для большинства европейских туристов рубеж в 1,5 тыс. евро. Железнодорожное транспортное снабжение дорогое. Поясняется это в основном увеличением цен на топливо. Тем не менее в Европе эта тенденция понижается за счет низкобюджетных авиаперевозок и скоростного железнодорожного сообщения. Медленное развитие наблюдается именно в России. Не смотря на это, недостаток гостиниц уровня трех звезд, повышение эксплуатационных затрат на их содержание, коммунальные платежи и налоги ведут к ежегодному росту цен на гостиничные услуги на 15 % и более. Активизация гостиничного строительства за последнее время выросла, главным образом в отношении гостиниц бизнес-класса и малых отелей.

Большая доля туроператоров, в большинстве развитых стран занимается внутренним и въездным туризмом, так как в России их число составляет более 5 тысяч. Туроператоров, входящих в федеральный реестр насчитывается только около 1,5 тысяч. Можно сделать вывод, что основная часть российского турбизнеса занимается выездным туризмом, потому что работать в данной сфере проще, чем на внутреннем российском рынке, или же заниматься приемом иностранных туристов.

Основной этап перехода к современному социально ориентированному типу экономического развития страны является обеспечение качества и доступности услуг. В дальнейшем это приведет к увеличению конкурентоспособности российской туристической отрасли. Что содействует совершенствованию и диверсификация существующего турпродукта, формирование новых перспективных видов туризма, количественного и качественного развития туристских кластеров.

Культурно-познавательный туризм считается одним из самых популярных и перспективным видов туризма нашего времени, взяв во внимание достижения прошлых лет, он поддерживает взаимопонимание между людьми, зарождает уважение к разнообразию культур и умножает интеллектуальный и

духовный уровень населения. Человек интересующийся происхождением различных регионов, делает этот вид туризма наиболее популярным. В процессе экскурсий турист обретает верную и развёрнутую информацию о том, что его интересует. В настоящее время все больше людей путешествуют, пытаясь познать наш мир. Культурно-познавательный туризм дает возможность получить нам ответы на многие вопросы, такие как исторические, географические, культурные, религиозные и многие другие. С учетом сложности взаимоотношений с Западом и введении санкций против России, необходимо предложить новый внутренний Российский турпродукт. С другой стороны, используя данную ситуацию, Россия может возродить на новой основе утраченное качество экскурсионного обслуживания, которое в тот период было достаточно высокое и обеспечивалось за счёт необходимой методической базой доведения до экскурсантов информации о культурных ценностях. Население России должно иметь доступ к культурным ценностям страны, без ущерба для своего кошелька. Вот почему развитие культурно-познавательного туризма в России особенно актуально именно сейчас.

Не менее важная сторона в этом вопросе – это вопрос образования и воспитания. В настоящее время чрезвычайно остро стоит проблема поиска национальной идеи. На сегодняшний день новых подходов к идеологии развитие познавательного туризма становится необходимым в деле воспитания молодого поколения. Если взять во внимание вышеизложенное, можно выделить наиболее серьезные проблемы в развитии культурно- познавательного туризма в России и пути решения, а именно: для развития культурно-познавательного туризма в России важно определить проблемы, которые являются барьером для развития. Одной из этих проблем является недостаточно развития инфраструктура, затрудняющая доступность граждан к культурным ценностям. По статистическим данным Министерство транспорта Российской Федерации надеется, что до 2020 года объем вложений в развитие транспортной инфраструктуры России составит около 12,3 трлн. руб. Из которых государственные инвестиции – 7,3 трлн. руб., средства, привлеченные за счет различных механизмов внебюджет-

ного финансирования государственно-частного партнерства – порядка 5 трлн. руб.⁸

Вторая не менее важная проблема на пути развития- это незнание турпродукта среди туроператоров и турагентов (внутренний и въездной туризм). Не способность продвигать внутренний туризм, из-за нехватки знания турпродукта по внутреннему туризму.

Так же существует такая проблема как низкая прибыль по продажам туров по России. Это говорит о том, что туристическим агентствам просто не выгодно продавать туры по России. Время, которое потрачено на реализацию рекламы и продажу тура является одинаковым как по России, так и по зарубежным направлениям. Комиссия за продажу тура по внутреннему туризму соответственно в разы ниже, чем продажа тура за границу. В продажах турагентств растет доля внутрироссийских туров и это снижает их прибыль, такие туры менее доходны

Так же нельзя оставить без внимания завышение цены на размещение в отелях и авиаперевозки, которые привели к снижению турпотока на российские курорты, особенно организованного. В конце 2016 года, когда стартовала договорная кампания на сезон 2017, курортные отели повысили цены в среднем на 12 – 15 %, в свое время некоторые увеличили ценны на 20 – 30 %. Оценив ситуацию на туристическом рынке, отельеры попытались вернуть назад сложившуюся ситуацию, зачастую опуская цены ниже прошлогоднего уровня. К тому времени большинство российских граждан приняли решение отдохнуть на турецких и европейских пляжах, чему в дополнении способствовало и снижение курса валюты. Кроме того, нет четкой государственной системы, которая позволит бесплатно получать культурно-познавательные экскурсии для граждан России. Но существует на сегодняшний день маркетинговый ход многих экскурсионных бюро, которые предлагают бесплатные пешеходные экскурсии по Москве. Эта форма «бесплатного» предполагает под собой то, что в конце каж-

⁸ Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации : офиц. сайт. URL : // <https://www.russiatourism.ru> (дата обращения 28.03.2018).

дой экскурсии оставляет чаевые гида, который проводил данную экскурсию. Исходя из своего туристического опыта, туристы оставляют минимум от 200 до 300 рублей с человека. При группе 15 человек, гид может получить таким образом около 4500 рублей с одной группы туристов.

После того как мы выявили данные проблемы, необходимо найти пути решения по развитию культурно- познавательного туризма в России. В целях улучшения развития культурно-познавательного туризма необходимо усилить финансирование со стороны государства на строительство инфраструктуры позволяющей принимать туристов как на внутреннем направлении, так и на въездных турах (для иностранцев).

Также ведение контроля за исполнением работ (на примере Крымского моста). Не менее важным остается необходимость подготовки кадров по внутреннему и въездному туризму. Проведение турфирмой бесплатных информационных туров для менеджеров туроператорских и турагентских агентств так же являются необходимой мерой. Следовательно, это поспособствует увеличению продаж того или иного направления. Финансовая прибыль, полученная за турпродукт необходимо приравнять с минимальной прибылью по зарубежным направлениям. Соответственно для этого необходимо повысить комиссию от проданных туров до 15 % за счет программ раннего бронирования и возможности бронирования турпродукта по предоплате 50 %. Для иностранцев можно допустить повышение цены на турпродукты. Отслеживать низкий уровень цен для граждан РФ. Необходимо увеличить поддержку со стороны государства. Создать бесплатные тур поездки для граждан РФ. Заинтересовать потребителей с помощью Министерства Культуры РФ (к примеру – съемки исторических фильмов и дальнейшее внедрение культурно-познавательного тура).

Плюсы в данном направлении будут заключаться в том, что будет возрастать воспитательная роль патриотизма, произойдет существенное увеличение бюджета страны за счет увеличения продаж въездных туристов, будут повышены показатели школьных знаний (история, география, литература, музыка и т.д.), возрастет безопасность внутри страны.

Значимость культурного наследия растет со времени. Скорее всего это связано с его физическим старением, изменением, разрушением и утратой. Массовый туризм приобретает разрушающий характер и содействует видоизменению культурного наследия народов в силу его коммерческого применения.

Факторы и причины разрушения и уничтожения культурного наследия ⁹:

- натуральный(естественный) уход из жизни поколений людей – извечных носителей материальной и нематериальной культуры;
- безграмотная государственная политика в сфере культурного наследия или отсутствие такой политики совсем;
- принудительное разрушение объектов материальной культуры в результате туристского вандализма;
- коммерциализация культурного наследия из-за развития международного туризма и роста спроса на различные объекты и явления культуры в составе культурного турпродукта;
- рост массового туризма с резким повышением нагрузки на объекты культурного наследия ввиду роста их посещаемости;
- межнациональные и межкультурные конфликты.

Можно сказать, коммерциализации культуры и культурного наследия, обладает как отрицательными, так и положительными сторонами, с позиции сохранения и возрождения культурного наследия народов и народностей.

В частности, постановочные и стилизованные культурные мероприятия, которые образуют основу для культурно-событийного туризма, с одной стороны, могут служить возрождению народных традиций, обычаев, ритуалов и праздников, а с другой стороны, велика опасность, что эти постановочные «события» искажают культуру, ломают традиции, модернизируют их в угоду коммерциализованному спросу и глобализации.

На сегодняшний день из за несовершенства законодательства приостановлен процесс частных вложений в восстановление и ремонт объектов культурного наследия посредством их приватизации, и передачи их в аренду.

⁹ Шаповал Г.Ф. История туризма. Мн. : Экоперспектива, 2014. С. 30.

Из-за не точности собственника определенного объекта культурного наследия Неопределенность собственника каждого конкретного объекта культурного наследия, отвечающего за его содержание и сохранение, приведет в скором времени к утрате многих объектов, являющихся историческим и культурным достоянием народов России. Для того что бы сохранить культурное наследие, нужно что бы это стало главной задачей каждой страны было, в том числе Российской Федерации. Как раз именно целостность исторических и культурных ценностей является крепкой базой в формировании культурно-познавательного туризма.

Факторы сдерживающие развитие въездного и внутреннего туризма:

1) совершенствование туристской инфраструктуры мало развито в некоторых регионах страны, недостаток гостиничных комплексов размещения туристского класса с современным уровнем комфорта;

2) высокие цены размещения в гостиницах, питания, транспорта и иных услуг, предлагаемых туристам, что существенно превышает европейский уровень;

3) преграды для привлечения вложений в туристскую инфраструктуру, это выражено в отсутствии готовых инвестиционных площадок, наличия административных барьеров, нерентабельных условий земельной аренды;

4) нехватка квалифицированных кадров, это непосредственно приводит к низкому качеству обслуживания во всех секторах туристской индустрии;

5) прежде сложившиеся стереотипы восприятия образа России, формируемые отдельными зарубежными СМИ, а так же недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны как на зарубежных направляющих рынках, так и внутри страны, что соответственно затрудняет деятельность по целенаправленному формированию позитивного имиджа России как страны, благоприятной для туризма, что связано с односторонним бюджетным финансированием;

б) неупрощенный порядок по выдачи российских виз туристам. Берутся дополнительные сборы за экстренность оформления визы, что порождает обос-

нованное недовольство и ведет к уменьшению въездного туристского потока.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что проблема заключается в том что возможность формирования туристического рынка, будет недостаточной для повышения уровня жизни и увеличения занятости населения. То там, то здесь возникающие межнациональные и межгосударственные конфликты вдоль границ Российской Федерации, тоже не добавляет привлекательности государству для посещения туристами. Примерами могут стать вооруженный конфликт 2014 года в Украине, война 1992 - 1993 гг. в Абхазии и так далее.

Перспективные направления развития культурно-познавательного туризма в России.

Рассмотрение конкурентных преимуществ и слабостей Российской Федерации на туристском рынке въездного и внутреннего культурно-познавательного туризма, изображает необходимость активных действий, преимущественно со стороны государства, устремленных на создание условий для его устойчивого развития в России.

Для России, в данный момент актуально формирование эффективного современного туристического рынка, конкурентоспособного и обеспечивающего расширение возможностей для удвоения потребностей как иностранных, так и российских граждан. Повышение занятости населения в сферах туристического бизнеса и величины доходов населения.

Для того что бы достигнуть назначенной цели, необходимо внедрение новых стимулов, для успешного формирования въездного и выездного туризма, как одного из элементов экономического роста, упрочения международного авторитета страны и роста качества жизни населения посредством решения следующих задач:

- улучшение нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- формирование и улучшение туристской инфраструктуры, а так же сопутствующей транспорт, общественное питание.
- организация новых приоритетных туристских центров;
- продвижение России как страны в сфере рекламы и имиджа благоприят-

ной для туризма, на мировом и внутреннем туристских рынках;

- увеличение качества туристских и сопутствующих услуг;

- улучшение визовой политики, упрощение в оформлении и условий въезда в нашу страну туристов из стран.

- обеспечить безопасность туристов¹⁰.

Повышающаяся заинтересованность к культурному туризму на сегодня, как никогда раньше, актуализируют проблему межкультурной коммуникации, охватывающей все сферы жизни рецептивного сообщества. Преимущественно, требуется просвещение принимающего сообщества, направленное на воспитание уважения, терпимости и духа гостеприимства по отношению к туристам иных культур.

Самым значимым моментом является верная организация продвижения туристского продукта.

Пути решения данной проблемы:

- создание неизменных пресс-туров для журналистов, рассказывающих о туризме, и информационных туров для организаторов туризма;

- организация интернациональных мероприятий с участием крупнейших компаний, функционирующих на рынке культурного туризма;

- формирование региональных взаимоотношений.

Нужно ввести систему туристской символики SIS, широко употребляемой во всем мире, преимущества заключаются в том, что она удобна для восприятия, непредвзята и существенно облегчает пребывание туриста, в частности особенно иностранного. Для Российского туризма, как самостоятельного объекта туристского интереса планируется создание отдельного собственного бренда в целях обновления позиционирования региона в рамках создания единого туристического пространства страны. Основой данной работы становится ребрендинг территории в целях избавления от общественного мнения о дороговизне туристских услуг. В столичном регионе разрабатываются новые программы и туры, основанные на богатейшем культурном наследии региона.

¹⁰ Шаповал Г.Ф. История туризма. Мн.: Экоперспектива, 2014. С. 23.

2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ КУЛЬТУРНО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В МИРЕ

2.1 Мировой опыт в развитии культурно-познавательного туризма

Главными задачами организаторов культурно-познавательных туров является обеспечение необходимых условий для въезда туристов, их пребывания на территории страны в культурно-познавательных целях, при гарантии полной безопасности¹¹. Для этого необходимо изучать потребности рынка культурно-познавательных туристических услуг, тонко чувствовать предпочтения клиента, уметь правильно преподать особенности своего продукта, иметь представительства в других странах или сотрудничать с развитой сетью туроператоров. Прогнозирование прибыли от нового культурно-познавательного тура является задачей инновационного менеджмента¹².

Реклама является неотъемлемым фактором культурно-познавательной туристической деятельности, в ее задачи входит заинтересовать клиента. Для этого создаются яркие брошюры, видеоролики с видами достопримечательностей и условий размещения.

Роль государства в процессе развития культурно-познавательного туризма – максимально упростить процедуру въезда и выезда туристов¹³, посещающих страну в культурно-познавательных целях, при этом, не пренебрегая безопасностью¹⁴.

Для привлечения внимания со стороны туристов, в сфере культурно-познавательного туризма в стране устраиваются крупномасштабные акции, такие как ежегодный парад русалок в Нью-Йорке, традиционный карнавал в Бразилии, имеющий глубокие исторические корни бег быков по улицам города в Памплоне в Испании. Правительства по средству не коммерческой рекламы создают привлекательный образ для культурно-познавательных посещения, про-

¹¹Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2015. С. 92.

¹²Долматов Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы. Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. С. 65.

¹³Изотова М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме. М. : Экономика, 2016. С. 144.

¹⁴Дехтярь Г.М. Индустрия туризма: Правовые акты: Туристская деятельность. М. : Норма, 2015. С. 54.

изводят вливание бюджетных средств в развитие инфраструктуры.

Для расширения своего влияния на рынке культурно-познавательного туризма, его владельцы укорачивают сроки пребывания в стране, снижают стоимость туров, создают альтернативные места размещения транспорта. Владельцы авиалиний расширяют количество низкобюджетные пассажирских перевозок¹⁵.

По данным всемирной туристической организации «World Tourism Organization UNWTO»¹⁶, существуют более двух десятков мест мира, экономика которых напрямую зависит от туризма в целом, в том числе от культурно-познавательного. В экономике множества государств издержки туристов на размещение, питание, транспорт, посещение общественных достопримечательностей и другие расходы составляют весомую долю, повышая при этом степень занятости населения и перспективы для последующего становления¹⁷. Страны Европы, такие как Швейцария, Австрия, Франция, Болгария, основную часть своего благосостояния основали на доходах от культурно-познавательного туризма. В внутреннем валовом доходе Австрии 8,6 % составляют прямые доходы от культурно-познавательного туризма и 15 % – доходы с учетом мультипликативного эффекта, Испании – 6,8 и 18,2 % соответственно, Франции – 4,1 и 10,9 % (таблица 6)¹⁸.

Таблица 6 – ТОП-25 стран, больше всего зарабатывающих на культурно-познавательном туризме

Страна	Поступления от культурно-познавательного туризма на душу населения, долл. США.	Население	Средние затраты одного туриста, долл. США
1	2	3	4
Британские Виргинские острова	17 621	24 000	1 285
Макао	16 797	557 400	9000

¹⁵ Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск : Новое знание, 2014 г. С. 56.

¹⁶ Вардорян Н. Проблемы мирового туризма // Tourism and Poverty Alleviation. 2017. № 3. [Электронный ресурс] // Media.unwto.org : офиц. сайт. URL: <http://media.unwto.org/ru> (дата обращения : 28.03.2018).

¹⁷ Международный туризм: Правовые акты / сост. Н.И. Волошин. М. : Финансы и статистика, 2014. С. 61.

¹⁸ Вардорян Н. Проблемы мирового туризма // Tourism and Poverty Alleviation. 2017. № 3. [Электронный ресурс] // Media.unwto.org : офиц. сайт. URL: <http://media.unwto.org/ru> (дата обращения : 28.03.2018).

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4
Аруба	14 771	01 484	1 445
Виргинские острова	12 466	106 405	2 495
Теркс и Кайкос	12 420	44 493	1 885
Каймановы острова	12 042	55 456	1 995
Люксембург	7 909	511 800	4 170
Багамские острова	6 288	353 658	1 205
Бермудские острова	5 451	64 237	1 305
Ангилья	5 319	15 236	1 280
Антигуа и Барбуда	4 947	86 295	1 375
Палау	4 842	21 000	1 020
Острова Кука	3 396	17 791	865
Кипр	2 904	838 897	960
Сент-Китс и Невис	2 652	54 000	875
Полинезия	2 076	274 000	2 610
Мальта	1 990	417 617	1 090
Сент-Люсия	1 985	166 526	1 090
Австрия	1 876	8 452 835	790
Швейцария	1 417	7 952 600	1 405
Гонконг	1 313	7 103 700	660
Египет	1 275	82 240 000	245
Греция	1 209	10 787 690	96
Хорватия	1 523	4 290 612	865

Из приведенных выше данных мы можем сделать вывод, что доходы от культурно-познавательного туризма благотворно влияют на экономику страны. Наиболее развит культурно-познавательный туризм в тех странах мира, где нет благоприятных условий для развития других экономических сфер. Еще одним, казалось бы, противоречивым, но благоприятным условием для развития культурно-познавательного туризма является отдаленность региона в сочетании с его доступностью.

Для обеспечения доступности своего региона для культурно-познавательного туризма правительство ряда стран принимает активное участие в разработке мер, направленных на увеличение пропускной способности границ, развития гостиничной инфраструктуры и т.д.

2.2 Ресурсы культурно-познавательного туризма в России

В нашей стране только начинает формироваться понимание того, что культурно-познавательный туризм может стать очень весомой сферой эконо-

мики, привнести значительные выгоды для развития как страны в целом, так и ее регионов.

Меры, предпринятые Ростуризмом для развития культурно-познавательного туризма в нашей стране, позволяют убедиться в перспективности этой отрасли для нас. Уже сейчас, разработанные новые туристические маршруты вызывают неподдельный интерес у зарубежных граждан¹⁹. Каждая улочка России пропитана духом истории. Природные, культурно-исторические ее ценности в сочетании с моментом неизведанности привлекает особое внимание искушенных зрителей, заставляет проникнуться новизной и самобытностью, возникающей перед глазами картины, затягивает и восторгает.

Наш язык является самым сложным для изучения. Наш быт, даже в самых прогрессивных городах остается недоступным для понимания, открытость наших людей, простор, размах и великодержавие присутствуют во всем – в литературе, в архитектуре, в песнях и плясках.

По мере того, как к в мире остается все меньше и меньше изученных уголков, наша страна так и остается загадкой для большинства. В России еще много малодоступных и не исследованных мест.

России есть что предложить искателям нового. Формирование культурно-познавательного туризма получило наибольший процент в Центральной части страны и северо-западном регионе, где собраны главные достопримечательности. Наиболее распространенной из разновидностей культурно-познавательного туризма является автотуризм, где расширятся потенциалы для знакомства со страной. Главные экскурсионные центры России - Москва с царственным архитектурным ансамблем Кремля, дворцовый Санкт-Петербург, античные города Золотого кольца – известные во всем мире²⁰. Помимо них есть ещё и иные уникальные территории, и интересные места, посетив которые любой россиянин или же житель другой страны получит свежие запоминающиеся эмоции.

Москва – столица России, деловой, научный, культурный и туристский

¹⁹ Усыскин Г.Н. Очерки истории российского туризма. СПб.: Герда, 2016. С. 224.

²⁰ Рапопорт А.Д. Золотое кольцо. Путеводитель. М.: Вокруг света, 2016. С. 264.

центр России. Первые упоминания о Москве найдены в летописях в 1147 году. Основателем города является Юрий Долгорукий. Подходящее географическое местонахождение на скрещении основных торговых путей, в междуречье Оки и Волги, содействовало быстрому его развитию и росту, на сегодняшний день он является крупнейшим городом России.

Именно в Москве совместились талант и опыт массы архитекторов. Москва самый живописный и красивейший город мира. Ее вид неотделим от Московского Кремля, дивных куполов собора Василия Блаженного, возрожденного храма Христа Спасителя, Свято-Данилова монастырей, дворцово-парковых ансамблей Коломенске, Кусково, Останкино.

Самый известный театр в столице России это Большой, вообще их насчитывается около 60. Большое число произведений искусства находятся всего в сотне музеев, наиболее известные из которых - Третьяковская картинная галерея и Музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. Москва - центр Деловых взаимоотношений, где проводятся самые солидные конгрессы, форумы, фестивали, индустриальные выставки и ярмарки. Так же здесь проходит Московский национальный кинофестиваль и международная туристическая выставка МИТТ²¹.

В Московской области насчитывается и охраняется около 2,2 тысяч культурных, исторических и природных памятников. Ради них туристы стремятся попасть в старинные подмосковные города Сергиев Посад, Звенигород, Серпухов, Коломну и живописные усадьбы Архангельское, Марфино, Абрамцево и пр. Именно монастыри притягивают гостей региона, издревле считающиеся центрами русской православной духовности. Среди них неповторимые по красоте архитектурные комплексы Троице-Сергиевой лавры, Ново-Иерусалимского и Иосифо-Волоколамского монастырей.

«Золотым кольцом России» называют кольцо древнерусских городов, которое очерчивают на северо-востоке города: Сергиев Посад, Переславль Залес-

²¹Культурное наследие Российского государства : сборник статей РАН. Ин-т истории материальной культуры. ВООПИ и К / отв. ред. А.И. Кирпичников. СПб. : Вести, 2015. С. 134.

ский, Ростов Великий, Углич, Кострома, Суздаль, Владимир и другие. Десятки памятников архитектуры, культуры и истории XII - XVII вв. доносят до туристов колорит Древней Руси. Ряд из них - ансамбль Троице-Сергиевой лавры, шедевры белокаменной архитектуры Владимира и Суздаля - включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Города Золотого кольца привлекательны и изделиями старинных русских народных промыслов. О русском быте расскажет Музей деревянного зодчества и крестьянского быта в Суздале. Есть еще и Малое Золотое кольцо - оно включает в себя историко-культурные памятники Владимирской области, среди которых уникальное творение древнерусских зодчих - белоснежный храм Покрова на Нерли.

Санкт-Петербург, наверное, самый романтичный город России. С этим согласится каждый россиянин. Старинные набережные и разведенные мосты в закатной розовой дымке придают ему загадочность и тонкое очарование. Белые ночи превращают его в город влюбленных, гуляющих до рассвета по Дворцовой площади и Невскому проспекту, вздыхающих на скамейках старинных парковых аллей Царского Села и в Летнем саду. Когда в Петродворце открываются скульптуры и оживают фонтаны, каждого охватывают радость и восхищение перед этим чудом мысли и рук человеческих. С весны и до осени несколько поездов каждый день отправляются из Москвы в Питер, чтобы открыть туристам чудесный город, называемый поэтично Северной Венецией. Знакомство с Мариинским театром оперы и балета, Эрмитажем, Аничковым мостом и многочисленными дворцами радует каждого культурного человека²².

На северо-западе страны находится третье экскурсионное «кольцо» – «Серебряное кольцо России», охватывающее древнерусские города Новгород, знаменитый кремлем XI - XV веков, и Псков с музеем-заповедником «Пушкинские горы», а также города Ивангород, Гдов и Порхов с их старинными крепостями. Туристы преодолевают тысячи километров, чтобы увидеть Кижский погост и Валаамский монастырь в Карелии. Купола деревянной церкви в Кижях украшены 22 главами. Валаамский монастырь - один из духовных центров Рос-

²²Усыскин Г.Н. Очерки истории российского туризма. СПб. : Герда, 2016. С. 224.

сии, возникший в XIV веке.

Жемчужиной Беломорья и гордостью Русского Севера называют Соловецкие острова. За свою долгую историю превратились в интереснейшие экскурсионные центры севера России города Вологда, Архангельск и Каргополь, а также знаменитый Кирилло-Белозерский монастырь с ценнейшей коллекцией икон XV-XVIII веков.

Поволжские города – Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань – крупнейшие туристские центры. Нижний Новгород, много веков назад основанный на месте слияния Волги и Оки, известен как крупнейший торговый, научный и культурный центр. Здесь проходит знаменитая Нижегородская ярмарка. Эта земля славится своими народными промыслами - хохломской и городецкой росписью, а также городецкой резьбой. Казань - столица республики Татарстан, где христианские архитектурные памятники (Казанский кремль) веками сосуществуют рядом с мусульманскими, а национальные традиции русского и татарского народов сплетаются в причудливый узор. В среднем течении матушки Волги взгляд туриста притягивают набережные старинных волжских городов Самары, Саратова, Ульяновска. В нижнем течении Волги «центрами притяжения» любознательных туристов становятся Волгоград (Сталинград), известный величественным Мамаевым курганом в честь защитников Сталинграда, и древняя радушная Астрахань, приют гонимых и беглецов с XIII века. Исторический центр города расположен на волжском острове, который венчает белокаменный кремль начала XVII века.

Сибирь – это, прежде всего Красноярский край. Его столица – Красноярск – уникальна множеством оригинальных фонтанов. В этом же городе находится местный краеведческий музей с богатой коллекцией сибирских древностей, признанный в 2001 году лучшим провинциальным музеем России. Старейший в Восточной Сибири город Енисейск, основанный в 1619 году, привлекает своими архитектурными памятниками, деревянными кружевными украшениями старинных деревянных домов²³.

²³Шаповал Г.Ф. История туризма. Мн.: Экоперспектива, 2014. С. 303.

Несомненными конкурентными преимуществами России являются политическая стабильность и повышение уровня безопасности в стране, рост доходов граждан на душу населения, стабильность национальной валюты.

Вместе с тем следует отметить, что уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристского предложения.

В мире имеется ряд примеров исключительно успешных в развитии туризма стран, обладающих природными или культурными ресурсами, относительно сравнимыми с Россией, но вместе с тем имеющих развитую качественную туристскую инфраструктуру.

В большинстве своем туристские предпочтения как иностранных туристов, так и отечественных, связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества.

Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться предпочтительными при выборе культурно-познавательных туристских поездок. Общей тенденцией является поляризация туристских предпочтений, с одной стороны, характеризующаяся укреплением позиций массового культурно-познавательного туризма в развитых туристских странах, а с другой, увеличением спроса на индивидуальный или специализированный культурно познавательный туристский продукт. Оценка способности разных регионов России принимать туристов в рамках культурно-познавательных программ раскрыта в таблице 7²⁴.

Проанализировав таблицу 7, мы можем сделать вывод, что большинство регионов России представляющих наибольший интерес для туристического культурно-познавательного бизнеса не обладают необходимым уровнем развития сферы услуг для использования всего своего культурно-познавательного

²⁴Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации : офиц. сайт. URL: <https://www.russiatourism.ru>. (дата обращения : 28.03.2018).

потенциала.

Таблица 7 – Распределение потенциала России для культурно-познавательного туризма по экономическим районам в 2017 г.

Экономические районы	Емкость культурно-познавательных ресурсов		Емкость природных ресурсов (заповедников, заказников)		Возможность размещения туристов (гостиницы, общественное питание)	
	млн. чел./дн. в год	процент	млн. чел./дн. в год	процент	млн. чел./дн. в год	процент
Северный	8,1	3,1	27,3	8,0	49,6	4,0
Северо-Западный	42,1	15,9	15,6	4,6	92,6	7,8
Прибалтийский	1,8	0,7	2,6	0,8	14,6	1,2
Центральный	102,0	38,5	38,0	11,3	291,9	24,4
Волго-Вятский	13,6	5,1	13,7	4,0	54,0	4,5
Центрально-Черноморский	13,8	5,2	2,5	0,7	36,6	3,1
Поволжский	14,4	5,4	23,5	7,0	100,9	8,4
Северо-Кавказский	36,5	13,8	55,2	16,4	211,7	17,7
Уральский	10,3	3,9	30,2	9,0	123,4	10,3
Западно-Сибирский	9,7	3,6	24,4	7,2	91,9	7,7
Восточно-Сибирский	8,6	3,2	47,9	14,2	64,2	5,4
Дальневосточный	4,4	1,7	55,6	16,5	66,2	5,5
Итого	205,3	100,0	336,5	100,0	1198	100

Вывод: в мире существует большое количество стран, экономика которых завязана на получении прибыли от культурно-познавательного туризма. У России есть огромный потенциал в сфере развития культурно-познавательного туризма, развитию которого необходимо способствовать.

2.3 Место Краснодарского края в развитие культурно-познавательного туризма в России

Места отдыха Краснодарского края не в зависимости от времени и пользуются спросом у российских туристов. По статистическим данным, до 45 % туристических поездок, совершаемых гражданами РФ, осуществляются в Краснодарский край. Важнейшие направления, характеризующая формирование туристической отрасли Краснодарского края, обуславливается постоянным ростом российского туристического рынка в целом. На сегодняшний день в Краснодарском крае наибольшим спросом пользуется пляжный туризм. Официаль-

ная информация предоставленная ВЦИОМ указывает, что только для 25 % туристов из России пляжный туризм является предпочтительным видом отдыха. Познавательный туризм пользуется успехом среди россиян и распространенность этого вида отдыха стабильно возрастает.

При условиях стабильного роста доходов граждан и повышения затрат на отдых образовывается стремление туристов из России к диверсифицированным туристическим предложениям, охватывая экскурсионные туры. Из-за большого наличия объектов историко-культурного наследия Краснодарский край занимает ведущее положение. Но на нынешнем этапе формирования индустрии туризма историко-культурный потенциал региона применяется в недостаточной мере. Большая часть объектов не входит в экономический оборот, соответственно не рассматривается возможность развития новых туристических направлений.

Сохранение за положением Краснодарского края, лидирующих позиций на рынке внутреннего туризма и увеличения вклада отрасли туризма в экономику региона требует больших мер, сосредоточенных на диверсификацию туристического предложения. Формирование и применение историко-культурного потенциала региона и расширение на этой основе познавательного туризма формирует такую возможность.

Рост историко-культурных возможности Краснодарского края уменьшит негативное влияние фактора сезонности на развитие туристической отрасли в регионе, повысить расходы туристов во время отдыха, пробуждать интерес у туристов и привлекать их неоднократно. В результате этого, повышение доходов от туристической отрасли будет стимулировать к увеличению валового регионального продукта, и в следствии, увеличению государственных расходов на сохранение культурных объектов и формирование связанной с ними инфраструктуры.

Для того что бы разработать меры, устремленные на применение историко-культурного потенциала Краснодарского края, необходимо освоить текущее состояние объектов, дать оценку степени развития инфраструктуры и объем

дополнительных вложений, требуемых для создания туристического продукта на основе того или иного объекта. Для того что бы освоить наиболее перспективные объекты требуется ясная система критериев, которая позволит сполна оценить их потенциал, выявить недостающие характеристики для благополучного функционирования объектов и предоставить назначения по вовлечению объектов в экономический оборот.

Представленная ниже критерии вводят наиболее важные характеристики объектов с экономической точки зрения. Данные характеристики можно условно поделить на две группы: Инфраструктурные критерии совмещают в себе характеристики, которые к объекту не относятся, но в большой степени определяют спрос объекта для туриста.

Критерий отдаленности разрешает обозначить объекты, размещённые в пределах часовой доступности от мест массового размещения туристов. Общее значение этих критерий имеется при принятии туристом решения о посещении нового или малоизвестного объекта. Кроме удаленности, значительную роль играет наличие удобного транспорта на дальние расстояние и положенное состояние автомобильных дорог. Под дополнительными услугами понимается наличие рекламно-информационных материалов об объекте и сувенирных лавок, расположение в прямой доступности от объекта организаций общественного питания, туалета. Инвестиционными критериями данного объекта, непосредственно связанные с ним и оказывающие влияние на большой объем инвестиций, необходимый для включения объекта в экономический оборот или повышения его туристической привлекательности.

Целостность объекта - это его физическая сохранность на данный момент времени. Во время проведения экспертизы состояния объекта учитывается его возраст, дата проведения конечной реставрации или реконструкции, объем и сложность необходимость реставрационных работ. Посещаемость это критерий, который в полной мере отражает популярность и степень использования туристского объекта.

Туристский имидж - это оценочный критерий, формирование которого

происходит под действием информации об объекте, приобретаемой из СМИ или же переходящей от человека к человеку. Прямая связь этого критерия взаимосвязана с популярностью и посещаемостью объекта, а также с развитием неизменного образа объекта, сложившийся с течением времени.

Важно отметить, имидж объекта в туризме может не иметь взаимосвязи с его уникальностью или культурно-историческими референциями, но зависит от ассоциативного ряда, возникающий у людей при посещении тех или иных городов или стран. В частности, Париж вызывает ассоциаций с Эйфелевой башней, Египет с пирамидами. Данные примеры подтверждают, что сформированный имидж дает гарантии и высокий уровень посещаемости объектов.

Тематичность это комплексный критерий, демонстрирующий принадлежность объекта к исторической теме или грандиозному культурному событию. Что бы удовлетворить данный критерий, требуется глубокая историко-культурная проработка объекта, выявить факты или событий, интересных и захватывающих внимание туристов. Главным из моментов в оценке «тематичности» объекта, считается наличие специфической инфраструктуры, вовлекающей туристов в ретроспективный ход изображаемых событий. Посетители наблюдающие за Объектами и динамичными представлениями, небольшие спектакли, демонстрацию костюмов, обычно очень популярны среди туристов.

Краснодарский край является главной дестинацией (географической территорией) внутреннего туризма. На сегодняшний день желающих посетить край более 6 млн. российских туристов из России. Огромный туристический потенциал данного региона, высокая транспортная доступность, наличие международных аэропортов Краснодара, Сочи, Анапы, так же сеть железных и автомобильных дорог, наилучшая и крупная по своей вместимости туристическая инфраструктура, а так же политическая и социально-экономическая устойчивость края, что не менее важно, систематическое проведение на курортах края интернациональных встреч, в которых принимают участие первые лица государства (в Сочи находится одна из резиденций российского Президента) позволяют ему претендовать на лидирующие позиции и среди направлений отече-

ственного въездного туризма²⁵.

Отличительной чертой Краснодарского края являются уникальные климатические условия, возможность сочетания горнолыжного, оздоровительного, делового, экстремального и традиционного пляжного отдыха.

Развитие туризма в Краснодарском крае набирает большие обороты. В городах курортах все больше нового и интересного. Краснодарский край занимает лидирующие позиции по количеству привлекаемых для туристов, отечественных и иностранных вложений, наибольшая доля которых направлена в формирование курортного сектора экономики. По большим темпам модернизации гостиничного фонда, воспроизводству новых средств размещения, дифференциации туристического продукта Краснодарский край является лидером. Реализацию инвестиционных проектов, которые направлены на привлечение туристов а так же привлекательности края, осуществляет администрация края

Существует «Программа развития горных районов Кубани» она предлагает создание в 100 км от Краснодара в Гуамском ущелье совершенно нового круглогодичного горного курорта. Планируется строительство автомобильной дороги, новых гостиниц, создание горнолыжной инфраструктуры. Воплощаются в жизнь проекты новых автомобильных и железнодорожных магистралей, увеличивающих доступность черноморских курортов и Красной Поляны. На стадии зарождения находятся проекты создания туристического центра в Приморско-Ахтарске, бизнес-центра в крупнейшем порте России – Новороссийске, туристического освоения Таманского полуострова.

По результатам опроса туроператоров, Сочи самое популярное место среди всех туристических маршрутов в Краснодарском крае. Объекты туризма, расположенные в Сочи отличаются разнообразием не только на территории Краснодарского края, но и всей России в целом. Именно здесь собраны все виды культурно-исторических памятников, археологических раскопок и природно-рекреационных объектов. Отличительными чертами туристских объектов

²⁵ Климова Н.В. Туризм в краснодарском крае: потенциал, экономическое значение и перспективы развития // Научный журнал КубГАУ. 2014. № 100(06). [Электронный ресурс] // Киберленинка : офиц. сайт. URL : turizm-v-krasnodarskom-krae-potentsial-ekonomicheskoe-znachenie-i-perspektivy-razvitiya (дата обращения : 22.05.2018).

является их наибольшая посещаемость и продвижение со стороны туристических компаний, а так же ведение рекламных компаний, размещение информации в СМИ, вложение средств в развитие инфраструктуры и поддержание нынешнего состояния объектов.

Туристы, желающие посетить Сочи, в большей степени нацелены на пляжный и санаторный отдых, но в силу природного богатства региона, довольно часто посещают и разнообразные природные памятники. Наибольшим спросом пользуются экскурсии, направление на детей.

Самыми востребованными и продвигаемыми местами экскурсий являются природные объекты: гора Ахун, различные водопады (наиболее популярны Агурские водопады, Орлиные скалы, тисосамшитовая роща в Хосте, Красная поляна, парк субтропической растительности «Дендрарий»). Небольшая часть которая наиболее разрекламирована, на сегодняшний день находится в запущенном состоянии и сохраняет ощущение разочарования у туристов (парк «Ривьера», парк «Южные культуры», Дендрарий); объекты (в частности аквапарки) также являются широко разрекламированными, но не всегда оправдывают ожидания посетителей²⁶.

Административное деление Сочи на четыре района (Лазаревский, Центральный, Хостинский и Адлерский) выделяет четыре туристические зоны прямо внутри Сочи, и организывает экскурсионные маршруты в соответствии с лучшими с точки зрения логистики критериями.

В Центральном районе основными предлагаемыми туристам достопримечательностями являются Дендрарий, мемориальный музей Н.А. Островского, Собор Архангела Михаила (конец 19 в.), Ореховский водопад.

Основные достопримечательности Хостинского района представлены в основном природными объектами и включают Агурские водопады, Орлиные скалы, гору Ахун, Воронцовские пещеры, пещеры хребта Алек.

Основные достопримечательности Адлерского района включают Красную

²⁶ Экскурсии Сочи [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <https://www.turysochi.com/blog> (дата обращения : 13.05.2018).

поляну, парк «Южные культуры» (в запущенном состоянии), Долину нарзанов в верховьях р. Мзымты, Дзыхринское ущелье и его водопады, Ахштырскую пещеру (памятник палеолита).

Несмотря на то, что протяженность Сочинского Причерноморья (Большого Сочи) составляет 145 км, все туристские объекты удовлетворяют критерию доступности посредством автомобильного транспорта в течение 2 – 3 часов. Наличие наиболее развитой в России сети объектов размещения, даёт туристам возможность выбора любой интересующей экскурсионной программы максимально близко к месту их пребывания на побережье. Кроме того, в Сочи наиболее высокий процент объектов размещения, работающих круглогодично, поэтому большая часть экскурсионных маршрутов работает также вне сезона. Исключения составляют только некоторые из природных объектов, которые закрыты зимой в силу объективных причин (заснеженность в горах, непроходимость дорог и т.д.).

Слабыми сторонами экскурсионных объектов района является недостаточное развитие новых объектов для привлечения туристов, наличие ряда объектов требующих больших капитальных вложений для реставрации, и запущенное состояние популярных объектов.

Практически все объекты историко-культурного наследия, существующие на территории района Сочи, уже вовлечены в туристический оборот. Направления их дальнейшего развития связаны с повышением и поддержанием их качества и презентабельности, поскольку многие объекты находятся в запущенном состоянии и не отвечают ожиданиям туристов, а также объединением их по тематическим направлениям. Примерами таких тематических направлений могут быть доисторический период, античность, а также известные личности, чья жизнь или деятельность связана с Сочи. Кроме того, опрос экспертов показывает, что перспективным направлением тематического туризма может быть восстановление и развитие коневодства и индустрии конного спорта (в том числе ипподромы).

В настоящее время Ейск имеет имидж курорта для недорогого семейного

и детского пляжного и оздоровительного отдыха. Расценки на отдых в Ейске являются самыми низкими в Краснодарском крае. Небольшая глубина моря, пологое дно и мелкий песок являются привлекательным фактором для дальнейшего развития имиджа города как детского и семейного курорта.

По результатам опроса туристических фирм, экскурсионный туризм на территории Ейского района в настоящее время развивается в основном в направлении экотуризма и спортивного туризма²⁷.

Наибольшей популярностью пользуются экскурсионные маршруты, связанные с посещением природных объектов, а также экскурсии по городу Ейску. Однако только экскурсии в Ейске являются круглогодичными, все остальные маршруты работают с апреля по сентябрь. Наблюдается тенденция вывоза туристов на экскурсии за пределы Ейского района (Ростов-на-Дону, Геленджик, Анапа, Сочи), в то время как существующие внутренние маршруты не пользуются успехом. По статистике Ейских туристических агентств, самыми популярными экскурсионными маршрутами в Ейске являются:

- Ханское озеро (40 км. от Ейска; позиционируется как зона рекреации, охоты и спортивного рыболовства);
- нагорье Лагонаки;
- станция Должанская (коса Долгая) (40 км. от Ейска; экскурсия может включать отдых на природе, целебные грязи, посещение музея природы, знакомство со станичным бытом, дегустация вин и меда).

В программу некоторых экскурсий включен народный музей в станице Ясенской.

Продолжительность всех этих маршрутов составляет около одного дня. Среди отдыхающих, останавливающихся в Ейске, также популярна экскурсия в Сочи, занимающая три дня. Всего в городе существует более 15 экскурсионных маршрутов. Средняя цена экскурсии составляет 300 рублей, однако есть и более дорогие: путешествие на Лагонаки стоит 800 рублей. Туроператоры отмечают,

²⁷ Экскурсии Сочи [Электронный ресурс] : офиц. сайт. URL : <https://www.turysochi.com/blog> (дата обращения : 13.05.2018).

что проблем с кадрами нет; все экскурсоводы профессиональны и прошли предварительные курсы.

Учитывая небольшие размеры Ейского района, а также наличие автодорог к местам расположения туристских объектов, важно отметить, что подавляющая часть существующих и потенциальных туристских объектов удовлетворяет требованию о досягаемости в течение 2 – 3 часов от места размещения. Среднее время в пути к объекту составляет 1 час, среднее время продолжительности экскурсии - 5 часов.

Экспертные опросы показывают, что в настоящее время в Ейском районе культурный и познавательный туризм не развит, однако потенциал для его развития существует. Этому способствует активно развивающийся автотуризм - наличие автомобиля повышает мобильность отдыхающих. С точки зрения вовлечения в туристический оборот наиболее перспективными представляются объекты, относящиеся к культуре казачества, поскольку работа по повышению их туристической привлекательности уже ведется.

Также перспективными являются памятники археологии (курганы), в настоящее время не вовлеченные в туристический оборот. С точки зрения сохранения культурного наследия и повышения привлекательности курорта интерес представляет также историческая застройка г. Ейска. Менее перспективным, но возможным направлением является развитие темы Великой отечественной войны.

Темрюкский район (Таманский полуостров) в настоящее время позиционируется как курорт для недорогого спокойного семейного и детского отдыха (группы со средним уровнем дохода). Также развивается автотуризм и «дикий отдых», расширяется инфраструктура кемпингов и мест для установки палаток. Значительный потенциал имеет развитие дайвинга (Черноморское побережье Таманского полуострова), ориентированного на молодых людей со средним и высоким уровнем дохода.

По опросам туристических агентств и потребителей, Темрюкский район уже обладает имиджем района, располагающего наиболее богатым историко-

культурным наследием на территории Краснодарского края. В связи с этим потенциал развития культурного туризма в этом районе представляется высоким.

3 РАЗРАБОТКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

3.1 Результаты анкетирования «Популярность культурно-познавательного туризма в России»

В целях выяснения степени популярности культурно-познавательного туризма в России и выявления потребности в создании культурно-познавательного тура в Краснодарский край было проведено анкетирование (приложение А).

Участие в опросе приняли, прежде всего, стали студенты АмГУ, а также случайные прохожие. Всего приняли участие 87 человек, из которых 46 женщин и 41 мужчина, проживающие на территории Амурской области. Участие в опросе приняли, прежде всего, стали студенты АмГУ, а также случайные прохожие.

В результате опроса, были изображены диаграммы с анализом ситуаций.

На диаграмме представленной ниже, 4 возрастных категории, из которых люди в возрасте от 20 лет и выше.

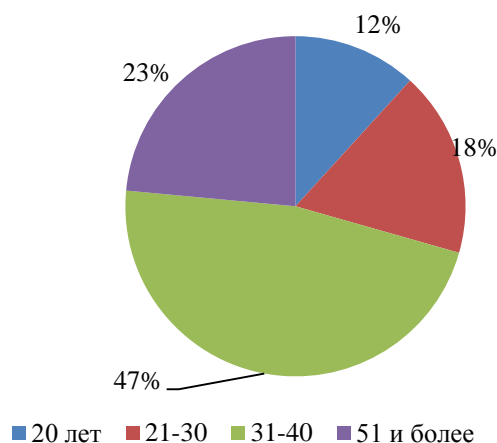


Рисунок 1 – Результаты ответа на вопрос: «Ваш возраст?»

В ходе опроса выяснилось, что большинство респондентов (47 %) это люди в возрасте от 31 - 40 лет, наименьший процент это люди в возрасте 20 лет (12 %).

Из диаграммы на рисунке 2 видно, что 45 % опрошенных проявляют интерес к культурным особенностям не только своей страны, но и других регионов (наглядно видно на диаграмме), чуть меньший процент у опрошенных был ответ ответили «иногда», самый низкий показатель у людей с ответом «нет».

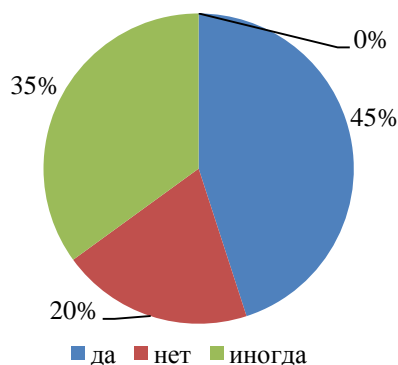


Рисунок 2 – Результаты ответа на вопрос: «Интересуетесь ли Вы культурными особенностями вашей страны и ее регионов?»

Исходя из данных, приведенных в диаграмме (рисунок 3), стоит отметить, что из всех опрошенных наибольший показатель это люди интересующиеся культурно–историческим туризмом(46 %). Второе место занимает культурно-антропологический (14 %), а за ним следует культурно-событийный туризм (11 %). Наименьшее предпочтение отдали культурно-этнографическому туризму всего 6 % (что говорит о неявном интересе к этнической культуре).

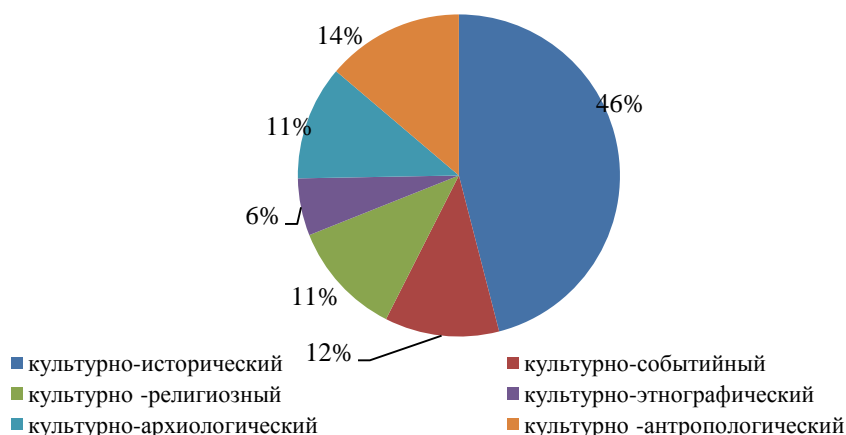


Рисунок 3 – Результаты ответа на вопрос: «Какой вид культурно-познавательного туризма Вам наиболее интересен?»

На диаграмме (рисунок 4) видно, что большинство опрошенных знают о существовании культурно-познавательных туров, соответственно разработка нового культурно–познавательного тура, будет интересна потенциальным клиентам и даст возможность покупателю получить новые эмоции, знания.

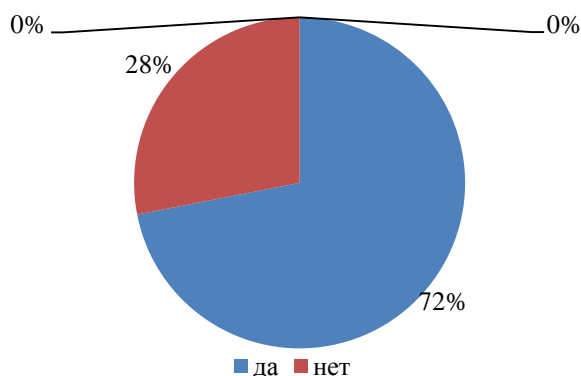


Рисунок 4 – Результаты ответа на вопрос: «Знаете ли Вы о существовании культурно-познавательных туров?»

Исходя из данных приведенных ниже в диаграмме (рис 5.)можно сделать вывод о том, что большинство опрошенных осуществляли поездки с культурно-познавательными целями.

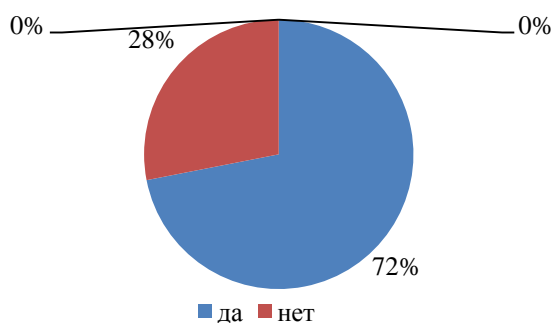


Рисунок 5 – Результаты ответа на вопрос: «Совершали ли Вы поездки с культурно-познавательными целями?»

Исходя из данных диаграммы на рисунке 6 можно сделать вывод что наибольшее число респондентов ответили, что «да» они действительно хотят отправиться в культурно–познавательный тур по России, это говорит о том, что

опрошенные проявляют интерес к данному направлению, совсем маленький процент ответило «нет», скорее всего это может быть связано с недостатком информации и знаний о таком виде туризма как культурно - познавательный, поэтому люди были категоричны в своем ответе.

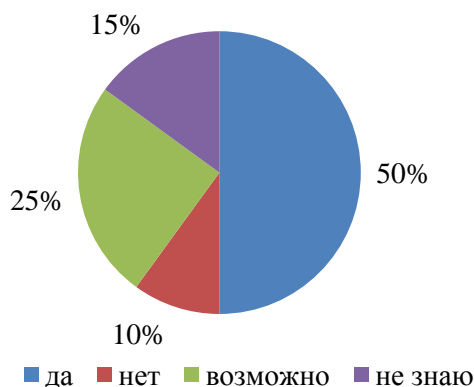


Рисунок 6 – Результаты ответа на вопрос: «Хотели бы Вы отправиться в культурно-познавательный тур по России?»

Из диаграммы на рисунке 7 следует, что самый большой процент (65 %) респондентов отдали свое предпочтение Краснодарскому краю. Самый развитый в туристическом плане регион нашей страны - это Краснодарский край. В этом регионе представлены различные виды исторических памятников, народные промыслы, музеи. По (10 %) опрошенных хотели бы посетить Амурскую область и другие регионы Дальнего Востока, остальные (15 %) – Центральную Россию.

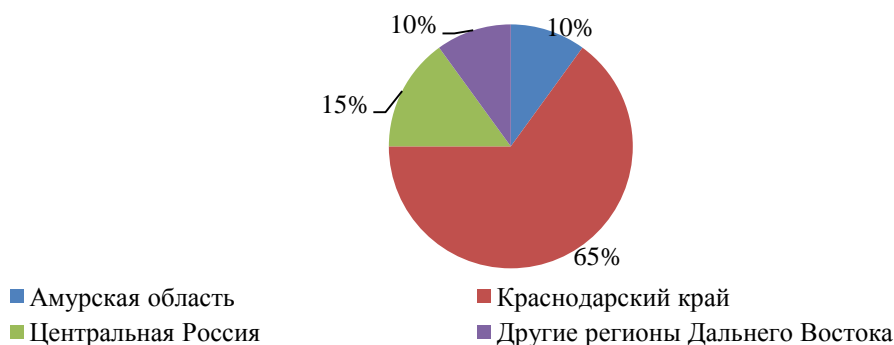


Рисунок 7 – Результаты ответа на вопрос: «Какие регионы в России вы хотели бы посетить с культурно-познавательными целями?»

И результаты ответов на не менее важный вопрос относящийся к ценовой политике тура мы можем посмотреть на диаграмме (рисунок 8), где отчетливо видно что наибольший процент (33 %) опрошенных готовы заплатить за тур сумму от 26000 до 45000 р, и совсем маленький процент (5 %) это люди не готовые платить за тур продукт сумму 55000 и более.

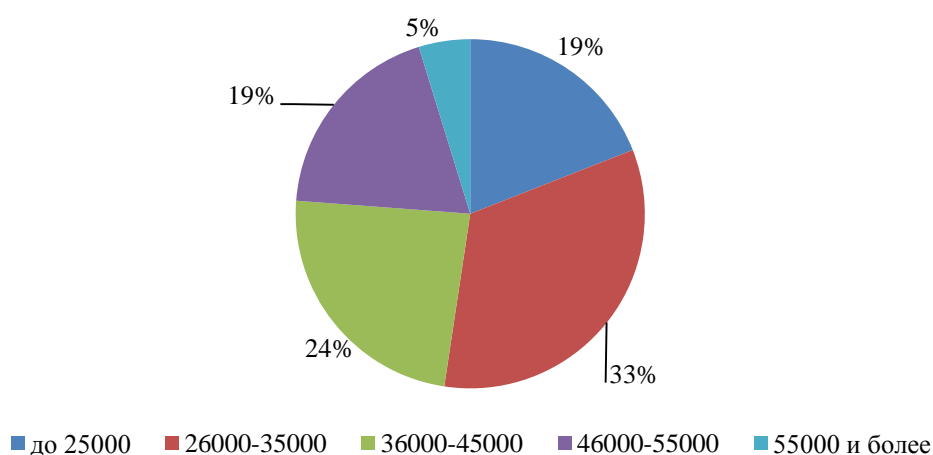


Рисунок 8 – Результаты ответа на вопрос: «Какую сумму Вы готовы потратить на культурно-познавательный тур?»

Подведя итоги исследования, можно сделать вывод: что не малый интерес среди туристов вызывает культурно-познавательный туризм, так как культура является результатом преобразующей деятельности человека.

В процессе познавательного туризма, охватываются все аспекты путешествия, посредством которого человек узнает о жизни, культуре, обычаях другого народа.

Следовательно, при дальнейшем развитии, культурно познавательный туризм может стать достаточно востребованным на туристском рынке.

Исходя из данных анкетирования, можно сделать вывод, что наиболее привлекателен Краснодарский край для людей среднего возраста, так же в возрасте 51 и более, скорее всего это связано с теплым климатом, ведь Краснодарский край является одним из самых красивых и интересных курортных регионов России. Так же этот регион славится известными историческими памятни-

ками архитектуры, и множеством интереснейших культурно-познавательных экскурсий. Что касается стоимости тура, то наиболее предпочтительным оказался диапазон от 26 до 35 тыс. руб.

3.2 Культурно-познавательный маршрут «Большой сочи»: характеристика турпродукта и программа тура

Как упоминалось ранее, Краснодарский край это солнечный регион на юге России, который славится своими достопримечательностями и ежегодно принимает тысячи туристов.

В разработке тура «Большой Сочи» предлагается совершить поездку в город Сочи, с посещением известных исторических мест и достопримечательностей города, а так же обзорных экскурсий.

Длительность тура составляет 5 дней 5 ночей, так как это является оптимальным количеством времени для осуществления подобного маршрута.

Трансфер по всей территории города Сочи осуществляется транспортной компанией Арго. В данной компания предложены комфортабельные туристические автобусы, вместимостью до 20 мест, с кондиционером и удобными креслами.

В стоимость туристической путевки включено: трансфер, размещение, экскурсионная программа, перелет, а также услуги гида.

До начала экскурсии по городу, в обязательном порядке должна быть проведена краткая экскурсия по мерам безопасности. Она состоит из перечня основных правил, таких как:

- внимательно слушать гида или сопровождающего на объектах;
- не покидать группу на далекое расстояние;
- не покидать объекты экскурсии самостоятельно и т.д.

Программа мистического маршрута «Большой Сочи»:

День 1.

07:55 – 12:30 Отправление из аэропорта «Игнатьево» г. Благовещенска на транзитном рейсе компании «Уральские Авиалинии», откуда туристы направляются в «Домодедово» г. Москва, так как отсутствуют прямые рейсы между Бла-

говещенском и Сочи (продолжительность полета 11 часов 30мин).

19: 40 Полет из Москвы в Сочи составит 2 часа 35 минут.

22:15 Прибытие в аэропорт «Международный аэропорт Сочи» Трансфер в гостиницу «Хостел Централ Сочи».

Подробная карта маршрута представлена в приложении Б.

День 2.

10:00 – Завтрак.

11:30 – 13:30 Экскурсия по городу «достопримечательности города». С посещением «Сочинского маяка» уникальная городская достопримечательность, которая позволяет вернуться в прошлое и почувствовать дух старины в современном мире. Сочинский маяк – действующий, в темное время суток его свет виден на расстоянии 17 миль. Находится маяк на оживленной Приморской набережной у Морского вокзала, и днем его вряд ли можно назвать заметным, так как перед ним расположены торговые здания.

О создании первого в Сочи маяка для навигации пароходов заговорили еще в 1874 году. Ранее для ориентирования использовался обычный фонарь на высоком берегу: в нем зажигали белый огонь и подавали сигналы парходам. С инициативой возвести настоящий надежный маяк выступил предприниматель Анастасиди. В результате и началось строительство маяка на берегу высотой 35 метров, работы оплачивало Русское общество пароходства и торговли.

Возведение маяка затянулось из-за русско-турецкой войны и связанным с ней недостатком финансирования. Впервые сигнальный огонь на маяке зажгли в 1880 году: фонарь для него был изготовлен во Франции (об этом напоминает сохранившаяся бронзовая табличка).

Также экскурсанты посетят самый старый православный храм Северного Кавказа, собор Михаила Архангела, его купол отлично виден с берега Черного моря. Возвели храм в ознаменование победы в Кавказской войне в 1864 г. и освятили во имя архистратига Михаила, предводителя небесного воинства в борьбе с Сатаной. Таким образом, он стал еще и памятником русскому оружию.

13:00 Обед.

14:00 – 16:30-Художественный музей Сочи.

Основу коллекции Художественного музея Сочи составляют произведения русского искусства XIX-XXI веков: среди самых известных экспонатов полотна Поленова, Серова, Айвазовского, Клодта, Шишкина. Также есть залы, посвященные античному серебру, холодному оружию, древнерусским иконам. В музее постоянно проводятся временные выставки.

Художественный музей Сочи сравнительно небольшой, довольно стандартный и похожий на многие провинциальные собрания, однако его сотрудники пытаются идти в ногу со временем и создают интерактивные экспозиции, используют мультимедийные технологии. Музей заинтересует прежде всего ценителей живописи и маленьких посетителей, для которых проводятся специальные программы. В течение года в музее проводится около тридцати выставок, фестивалей, форумов. Постоянно ведется лекционная деятельность, устраиваются вернисажи и творческие встречи, студенты имеют возможность получить абонемент в лекторий «Шедевры Третьяковской галереи». Посетить мероприятия или выставочные залы может каждый желающий. Деятельность музея состоит не только в формировании коллекций, но и проведении различных мероприятий. Для этих целей в учреждении используют современное оборудование, например брайлевские дисплеи, 3D-кинооборудование, уличные светодиодные экраны, информационные киоски с сенсорными экранами и многое другое.

16:30 – 19:00 Свободное время.

19:30 Заселение в гостиницу «Хостел Централ Сочи».

20:30 Ужин.

Подробная карта маршрута представлена в приложении Б.

День 3.

9:00 Завтрак

10:30 Обзорная экскурсия по «Олимпийскому парку» Наиболее популярный экскурсионный маршрут, возможность провести вечер в Олимпийском парке – месте проведения Олимпийских Игр 2014. Возможность узнать много

интересного и нового, а так же увидеть знаменитые спортивные центры: «Шайба», Ледовый дворец «Большой», «Айсберг», «Куб», «Адлер-Арена», Олимпийскую деревню, центральный стадион «Фишт», побываете в Музее Олимпийской Славы, Медиа – центре, Комплексе «Формулы – 1», так можно сфотографироваться или снять видео у свето-музыкального фонтана. Олимпийский парк Сочи имеет свою особенность для города. Несомненно, курортная столица России стала известна всему миру, как столица Олимпийских игр, благодаря Олимпийскому парку. В парке находятся главные спортивные сооружения Олимпиады, именно в этом месте проходили соревнования по фигурному катанию, конькобежному спорту, хоккею керлингу и другим видам спорта. И Олимпийская деревня, где жили спортсмены, тренеры и сопровождающие команды, также находится здесь, на территории парка, как и стадион «Фишт», на котором проходили беспрецедентные по масштабу и зрелищности церемонии открытия и закрытия XXII Олимпийских игр. По площади парк очень большой и для удобства можно взять напрокат ролики, велосипеды, сигвеи и электрокары (электромобили). Вечерний Олимпийский парк это то место где в сезон практически ежедневно проводятся массовые развлекательные мероприятия – концерты, шоу и т.д.

16:00 Возвращение в гостиницу.

16:30 – 20:00 Свободное время.

20:00 Ужин.

Подробная карта маршрута представлена в приложении Б.

День 4.

9:00 Завтрак.

10:00 – поездка в музей «Дача Сталина».

Сочинская дача Сталина – одна из 18 загородных резиденций вождя (точное число, правда, не известно, но к этой цифре склоняется большинство историков). Считается, что Сталин питал к черноморскому побережью особую привязанность и любил свою дачу в Сочи больше остальных. Сейчас дачу превратили в музей, но со времён сталинской эпохи тут мало что изменилось. Внеш-

ний облик комплекса, интерьеры, окружающий сад – всё осталось таким, каким это видел советский вождь, разве что деревья подросли. Первое, что бросается в глаза, – отсутствие роскоши, которое проявляется практически во всех деталях. Ни ценных картин, ни изысканной мебели, всё строго и аскетично: говорят, именно такую обстановку предпочитал Сталин. Фасад здания покрашен в неброский тускло-зеленый цвет, чтобы хуже просматриваться с воздуха.

13:00 Обед.

14:00 Музей спортивной славы.

Музей спортивной славы Сочи включает в себя несколько экспозиций, посвященных спортивным успехам нашей страны. Музейные экспонаты рассказывают об истории олимпийского движения в России, раскрывают особенности подготовки к московской Олимпиаде 1980 г. и представляют макет олимпийского Сочи. Целая экспозиция посвящена заслуженным спортсменам-сочинцам, многократно становившимся победителями международных соревнований. В коллекции представлены редкие фотографии, документы, личные вещи чемпионов. Так, здесь можно увидеть часы Евгения Кафельникова, футбольный мяч с подписями спортсменов ЦСКА, собрание значков «Москва – столица летних XXII Олимпийских игр», заявку Сочи на участие в играх и ручку, которой был подписан контракт. В Музее спортивной славы Сочи (филиале Музея истории города-курорта Сочи) хранится около 300 экспонатов, посвященных победам спортсменов-уроженцев этого города и истории Олимпийских игр.

Посетители Музея спортивной славы могут увидеть олимпийские факелы, изготовленные для Игр в Сочи и в Москве, Олимпийский и Паралимпийский флаги, макеты спортивных объектов, построенных к 2014 году и многое другое – экспозиция постоянно растет. Возможность узнать о технологиях, помогавших строителям, а вашим детям покажут мультфильм об олимпийских талисманах.

Музей очень маленький, много времени там провести не удастся, однако интересующимся спортом или строительством посетить его любопытно.

Посетителям предлагают экскурсии «Спортивная слава Сочи», «Сочи Олимпийский. Взгляд в будущее» и «Исторические вехи Олимпиады».

16:00 – 17:00 свободное время.

17:30 Размещение в гостинице «Хостел Централ Сочи».

20:00 Ужин.

Подробная карта маршрута представлена в приложении Б.

День 5.

10:00 Завтрак.

10:30 Экскурсия в «Воронцовские пещеры» на экскурсионном автобусе (время поездки 1 час 7 мин).

Воронцовские пещеры – это настоящее подземное чудо, созданное природой миллионы лет назад. Красота и величие пещер привлекают огромное количество туристов, приезжающих на отдых в Сочи. Расположены пещеры в Хостинском районе Сочи и добраться до них сегодня может любой желающий.

Среди всех известных в России пещер Воронцовские занимают шестое место в классификации длиннейших пещер. Общая длина системы – 11720 метров. В состав Воронцовских пещер входят ранее считавшиеся самостоятельными Воронцовская пещера (4 км), Лабиринтовая (3,8 км), Кабанья (2,3 км) и Долгая (1,5 км). Все они соединены между собой сифонами. Всего в пещерном комплексе существует 14 выходов.

16:00 Возвращение в гостиницу (дорога обратно занимает 1 час 7 мин).

19:00 Трансфер в аэропорт «Международный аэропорт Сочи».

20:35 Вылет из аэропорта г. Сочи на чартерном рейсе до г. Москва (полет составит 2 часа 35 мин).

23:25 вылет из аэропорта г. Москва на прямом рейсе до г. Благовещенск

11:00 Прибытие в Благовещенск (полет составит 11 часов 35 мин).

Подробная карта маршрута представлена в приложении Б.

Основные технологические показатели туристического путешествия по маршруту «Большой Сочи»:

– продолжительность путешествия: 5 дней 5 ночей;

- вид маршрута: линейный;
- протяженность маршрута: 335 км
- число туристов в группе: 9 человек + 1 сопровождающий;
- стоимость путевки на человека: 74 216 рублей.

3.3 Калькулирование себестоимости туристического продукта «Большой Сочи»

Туристический маршрут «Большой Сочи», рассчитан на группу из 10 человек: 9 туристов и 1 сопровождающий, продолжительностью 5 дней, 5 ночей, Гид не включен в состав группы, так как выделяется собственный экскурсовод, практически на каждом объекте экскурсии,.

Определение стоимости туристического продукта «Большой Сочи» рассчитано по методу калькуляции полной себестоимости туристического продукта.

Транспортные расходы включают в себя себестоимость авиабилетов компании «Уральские Авиалинии» по маршруту Благовещенск – Москва – Сочи.

Стоимость билетов «Уральские Авиалинии» составляет – 24 340 рублей на человека. Общая стоимость авиаперелета на одного человека составляет 48 680 рублей, на группу $48\,680 \times 10 = 486\,800$ рублей, $486\,800 : 9 = 54\,088,8$ рублей на одного туриста.

В транспортные расходы включена стоимость трансфера помимо авиаперелетов, и все автобусные перевозки в течение всего тура.

На территории г. Сочи автоперевозки осуществляет транспортная компания «Арго». Цены на аренду автобусов у данных транспортных компаний идентичны – 1100 рублей час, 25 рублей – 1 км по межгороду.

Трансфер от аэропорта «Международный аэропорт Сочи» до гостиницы «Хостел Централ Сочи» составит 500 рублей на группу, 50 рублей на туриста.

В общем, все транспортные расходы в течение туристического маршрута составили 2 152 рубля на человека, $2\,152 \times 10 = 21\,520$ рублей на группу, $21\,520 : 9 = 2\,391,1$ рублей на одного туриста. В полученную стоимость включена почасовая аренда автобусов на экскурсиях, а также переезды по межгоро-

ду.

В расходы на проживание включены ночевки в двухместных и индивидуальных номерах.

Гостиница «Хостел Централ Сочи «1 ночь в двухместном номере 900 рублей с человека. Таким образом, общая стоимость проживания на одного человека составит 4 500 рублей, на группу из 10 человек: $4\,500 \times 10 = 45\,000$ рублей, $45\,000 : 9 = 5\,000$ рублей на туриста.

Услуги гида обойдутся 900 рублей за час.

Таким образом, суммируя все экскурсионные часы, получается $900 \times 18 = 16\,200$ на группу, $16\,200 : 9 = 1\,800$ на одного туриста.

Услуги сопровождающего на 5 дней:

$800 \times 5 = 4\,000$ на группу туристов;

$4\,000 : 9 = 444,4$ рубля с туриста.

Общая стоимость гида и сопровождающего на группу $16\,200 + 4\,000 = 20\,200$ рублей. На одного туриста $20\,200 : 9 = 2\,244,4$ рубля.

Прямые затраты на одного туриста, суммируя транспортные перевозки, проживание и услуги гида, сопровождающего составили:

$54\,088,8 + 2\,391,1 + 1\,800 + 5\,000 + 444,4 = 61\,335,5$ рублей.

Прямые затраты на группу составили:

$486\,800 + 21\,520 + 45\,000 + 16\,200 + 4\,000 = 573\,520$ рублей.

Косвенные расходы предприятия насчитывают 10 % от общей суммы всех прямых затрат. Из этого следует:

$61\,335,5 \times 10 : 100 = 6\,133,55$ рублей на человека.

$573\,520 \times 10 : 100 = 57\,352$ рубля на группу.

Полная себестоимость туристического продукта определяется путем суммирования прямых и косвенных расходов предприятия.

Таким образом: $61\,335,5 + 6\,133,55 = 67\,469,05$ рублей на одного туриста.

$573\,520 + 57\,352 = 630\,872$ рубля на группу туристов.

Прибыль предприятия составляет 10 % от себестоимости туристического продукта.

Прибыль от одного туриста:

$$67\,469,05 \times 10 : 100 = 6\,746,9 \text{ рублей}$$

Прибыль от туристической группы:

$$630\,872 \times 10 : 100 = 63\,087,2 \text{ рублей.}$$

Стоимость обслуживания группы равна сумме полной себестоимости туристического продукта и прибыли предприятия:

$$630\,872 + 63\,087,2 = 693\,959$$

Стоимость одной туристической путевки:

$$67\,469,05 + 6\,746,9 = 74\,215,95 \approx 74\,216 \text{ рублей.}$$

Далее в таблице 8 представлены результаты калькулирования тура «Большой Сочи».

Таблица 8 – Результаты калькулирования себестоимости туристического продукта «Большой Сочи»

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в процен-тах	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на человека
Авиатранспорт		486 800	54 088,8
Автотранспорт		21520	2 391,1
Расходы на проживание		45000	5000
Услуги гида и сопровождающего		20200	2 244,4
Итого прямых затрат		573 520	61 335,5
Косвенные расходы предприятия	10	57 352	6 133,5
Полная себестоимость		630 872	67 469,05
Прибыль	10	630	5 622,5
Продажная цена туристической путевки		693 959	74 216

Оплата питания в стоимость тура не входит.

В результате разработки культурно – познавательного маршрута «Большой Сочи» мы получили турпродукт, который, если верить данным проведенного анкетирования, будет пользоваться спросом среди туристов, так как в России культурно-познавательный туризм набирает обороты Тур «Большой Сочи» соответствует стандартам и качественным характеристикам. Обеспечивает возможность получения не только основных, но и дополнительных услуг, так как

туристам дается немало свободного времени для самостоятельного изучения интересующих их объектов.

К тому же, тур достаточно эргономичен, так как соответствует физическим характеристикам человека:

– продолжительность тура 5 дней 5 ночей – оптимальное количество времени, для отдыха, за которое тур не успеет наскучить туристам;

– протяженность туристического маршрута составляет примерно 335 км, данное расстояние легко преодолевается на автобусах с кондиционерами и комфортными сидениями.

Ко всему прочему данный тур является привлекательным, так как соответствует дополнительным требованиям удобства для туристов (использование надежных авиакомпаний, комфортабельное проживание, трансфер).

Программа обслуживания учитывает потребности клиентов и тематику маршрута.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В XXI в. Культурно-познавательный туризм может стать основой для укрепления интеллектуального и нравственного объединения человечества, укрепить существующие связи между народами глобального и локального значения. Благодаря приобщению к образу жизни иных обществ, человеку проще стать более лояльным, воспитать в себе уважение к отличному от своего мировоззрению, идеалам, образу жизни.

Основываясь на результатах международных статистических данных, мы можем сделать вывод, что, если в России, привести состояние туристической структуры на мировой уровень, укрепить и стабилизировать материальную базу, это позволит принимать до 40 миллионов иностранных туристов в год. По данным ВТО, Россия в ближайшие годы может с уверенностью ожидать притока зарубежных туристов в поисках культурно-просветительной информации.

Специфика туристской деятельности, и в том числе культурно-познавательного туризма, накладывающая отпечаток на применяемые методы анализа и способы программного планирования. Многими исследователями отмечается усиление позиции сферы услуг в структуре современной экономики России. По данным маркетингового исследования, проведенного в рамках данной работы, можно сделать вывод, что граждане России действительно интересуются культурно-познавательным туризмом и готовы платить деньги за посещение различных экскурсий и посещение исторических мест, а грамотная разработка культурно-познавательных туров позволит привлечь как можно больше поклонников данного вида туризма. Предлагаемый тур «Большой Сочи», соответствует всем стандартам и характеристикам и вызывает не малый интерес у граждан.

Таким образом, культурно-познавательный туризм требует особого внимания по поиску новых идей, интересных мест и необычных объектов; разработке новых маршрутов, а также необходимости постоянно изучать международный опыт и перенимать наиболее эффективные направления данной сферы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аренда автобусов в Сочи [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://al-arenda-sochi.ru/avtobusov>. – 16.05.2018.
- 2 Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. - СПб. : Питер, 2016. – 251 с.
- 3 Биржаков, М.Б. Индустрия туризма / М.Б. Биржаков. – СПб. : Герда, 2016. – 352 с.
- 4 Бронирование авиа билетов [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.uralairlines.ru>. – 15.05.2018.
- 5 Вардорян, Н. Проблемы мирового туризма // Tourism and Poverty Alleviation. 2017. № 3. [Электронный ресурс] // [Media.unwto.org](http://media.unwto.org) : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://media.unwto.org/ru>. – 28.03.2018.
- 6 Дехтярь, Г.М. Индустрия туризма : правовые акты : туристская деятельность. – М. : Норма, 2015. – 203 с.
- 7 Долматов, Г.М. Международный туристический бизнес : история, реальность и перспективы / Г.М. Долматов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 366 с.
- 8 Зорин, И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, В.А, Квартальнов. – М. : Норма, 2013. – 256 с.
- 9 Изотова, М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме / М.А. Изотова. – М. : Экономика, 2016. – 243 с.
- 10 Индустрия сервиса в XXI веке : тезисы докладов и выступлений Второй международной конференции. – М. : МГУ сервиса, 2015. – 405 с.
- 11 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск : Новое знание, 2014. – 286 с.
- 12 Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 431 с.
- 13 Климова, Н.В. Туризм в краснодарском крае: потенциал, экономическое значение и перспективы развития // Научный журнал КубГАУ. 2014. №

100(06). [Электронный ресурс] // Киберленинка : офиц. сайт. – Режим доступа : turizm-v-krasnodarskom-krae-potentsial-ekonomicheskoe-znachenie-i-perspektivy-razvitiya. – 22.05.2018.

14 Культурное наследие Российского государства : сборник статей РАН. Ин-т истории материальной культуры. ВООПИ и К / отв. ред. А.И. Кирпичников. СПб. : Вести, 2015. – 594 с.

15 Культурно-познавательный туризм [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн : офиц. сайт. – Режим доступа : http://studbooks.net/748571/turizm/kulturno_poznavatelnyy_turizm – 22.05.2018.

16 Кямель, М. Современный туризм: теория и практика / М. Кямель. – Каир : Пальмира, 2015. – 221 с.

17 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 441 с.

18 Международный туризм : правовые акты / сост. Н.И. Волошин. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 254 с.

19 Николаев, С.В. Особо ценные территории природного и природно-историко-культурного наследия народов Российской Федерации / С.В. Николаев, Н.В. Максаковский. – М. : Центрполиграф, 2017. – 118 с.

20 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (последняя редакция). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

21 Папирян, Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства, отели и рестораны / Г.А. Папирян. – М. : Экономика, 2016. – 213 с.

22 Понятие и сущность культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] // Лекции : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://lektsii.org/3-24937.html>. – 21.05.2018.

23 Разновидности культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] // Файловый архив студентов : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://studfiles.net/preview/5410547/page:16>. – 17.05.2018.

24 Рапопорт, А.Д. Золотое кольцо. Путеводитель / А.Д. Рапопорт. – М. :

Вокруг света, 2016. – 264 с.

25 Сапрунова, В. Туризм: Эволюция. Структура. Маркетинг / В. Сапрунова. – М. : Норма, 2015. – 310 с.

26 Сенин, В.С. Организация международного туризма : учебник / В.С. Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 361 с.

27 Соколова, М.В. История туризма : учебное пособие / М.В. Соколова. – М. : Мастерство, 2015. – 352 с.

28 Усыскин, Г.Н. Очерки истории российского туризма / Г.Н. Усыскин. – СПб. : Герда, 2016. – 224 с.

29 Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.russiatourism.ru>. – 28.03.2018.

30 Холловой, Дж. К. Туристический бизнес / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. – К. : Знания, 2017. – 256 с.

31 Шаповал, Г.Ф. История туризма : учебное пособие / Г.Ф. Шаповал. – Мн.: Экоперспектива, 2014. – 303 с.

32 Экскурсии Сочи [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.turysochi.com/blog>. – 13.05.2018.

33 Ямаев, Р.Б. Туризм как фактор развития российских регионов / Р.Б. Ямаев. – Петрозаводск : КарНЦ РАН, 2010. – 290 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета «Популярность культурно-познавательного туризма в России»

Уважаемый респондент! Просим вас пройти анкетирование, ответить на данные вопросы в целях разработки туристического продукта.

1. Укажите ваш пол:

Мужской Женский

2. Укажите Ваш возраст :

а) до 20 лет б) 21-30 в) 31-40 г) 41-50 д) 51 и более

3. Интересуетесь ли Вы культурными особенностями вашей страны и ее регионов?

а) Да б) Нет в) Иногда

4. Какой вид культурно-познавательного туризма Вам наиболее интересен? (расставьте баллы в зависимости от предпочтений: 0-не интересен, 1- интересен, 2- очень интересен)

а) культурно-исторический (посещение исторических памятников)_____

б) культурно-событийный (участие в праздниках, фестивалях)_____

в) культурно-религиозный (интерес к религиям страны)_____

г) культурно-археологический (посещение раскопок, памятников древности)_____

д) культурно-этнографический (интерес к этнической культуре)_____

е) культурно-антропологический (посещение страны с целью знакомства с современной «живой культурой»)_____

ж) культурно-экологический (участие в культурно-экологических программах)_____

5. Знаете ли Вы о существовании культурно-познавательных туров?

а) Да б) Нет

6. Совершали ли Вы поездки с культурно-познавательными целями?

а) Да б) Нет

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

Анкета «Популярность культурно-познавательного туризма в России»

7. Хотели бы Вы отправиться в культурно-познавательный тур по России?

- а) Да б) Нет в) Возможно г) Не знаю

8. Какие регионы в России вы хотели бы посетить с культурно-познавательными целями?

- а) Амурская область
б) другие регионы Дальнего Востока
в) Краснодарский край
г) Центральная Россия
д) _____ свой вариант

9. Какую сумму Вы готовы потратить на культурно-познавательный тур?

- а) до 25 000 б) 26 000 – 35 000
в) 36 000 – 45 000 г) 46 000 – 55 000
д) 55 000 и более

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Карта туристического маршрута «Большой Сочи»

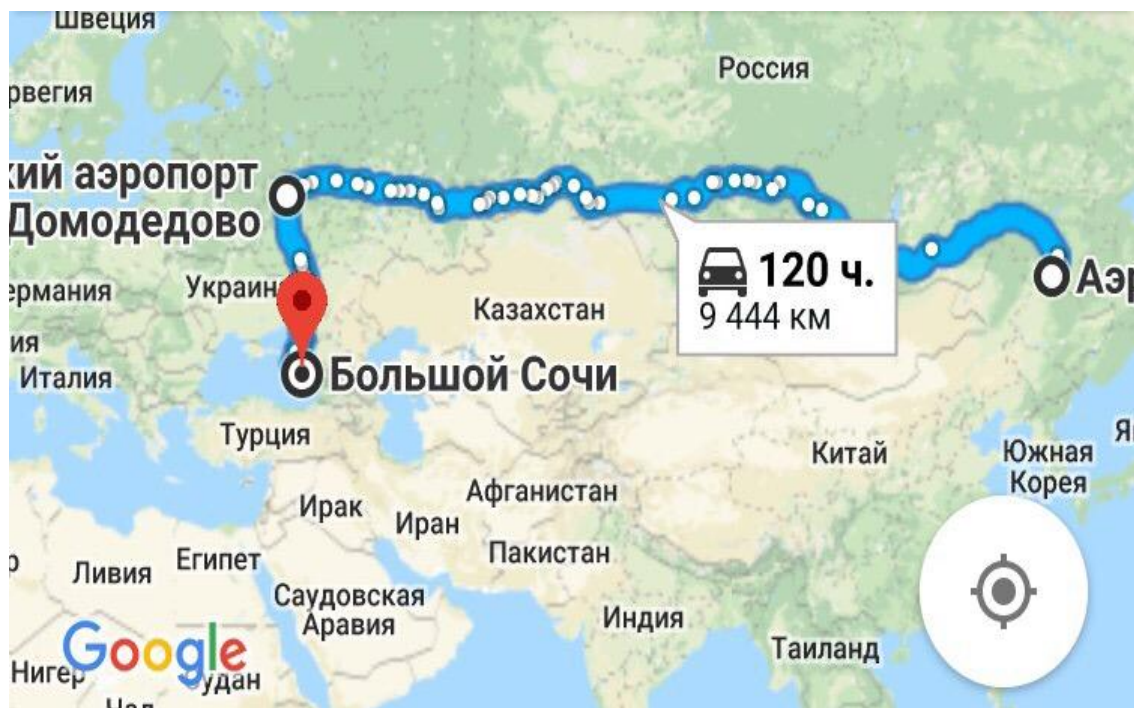


Рисунок Б.1 – Маршрут. День 1

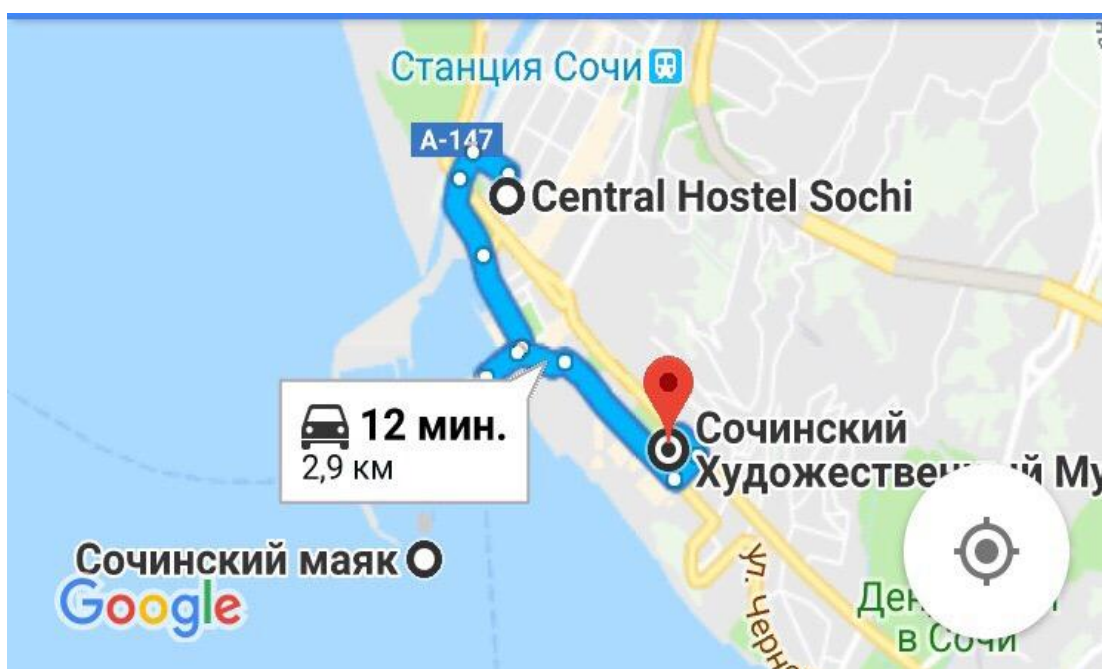


Рисунок Б.2 – Маршрут. День 2

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Карта туристического маршрута «Большой Сочи»

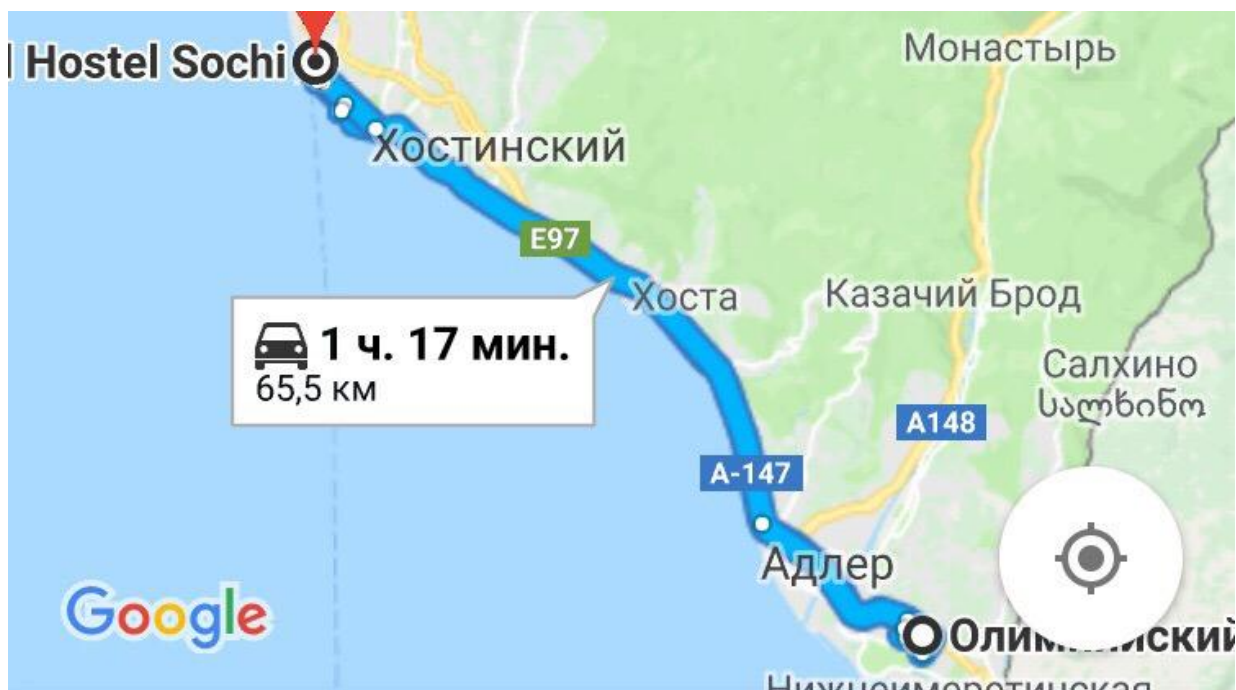


Рисунок Б.3 – Маршрут. День 3

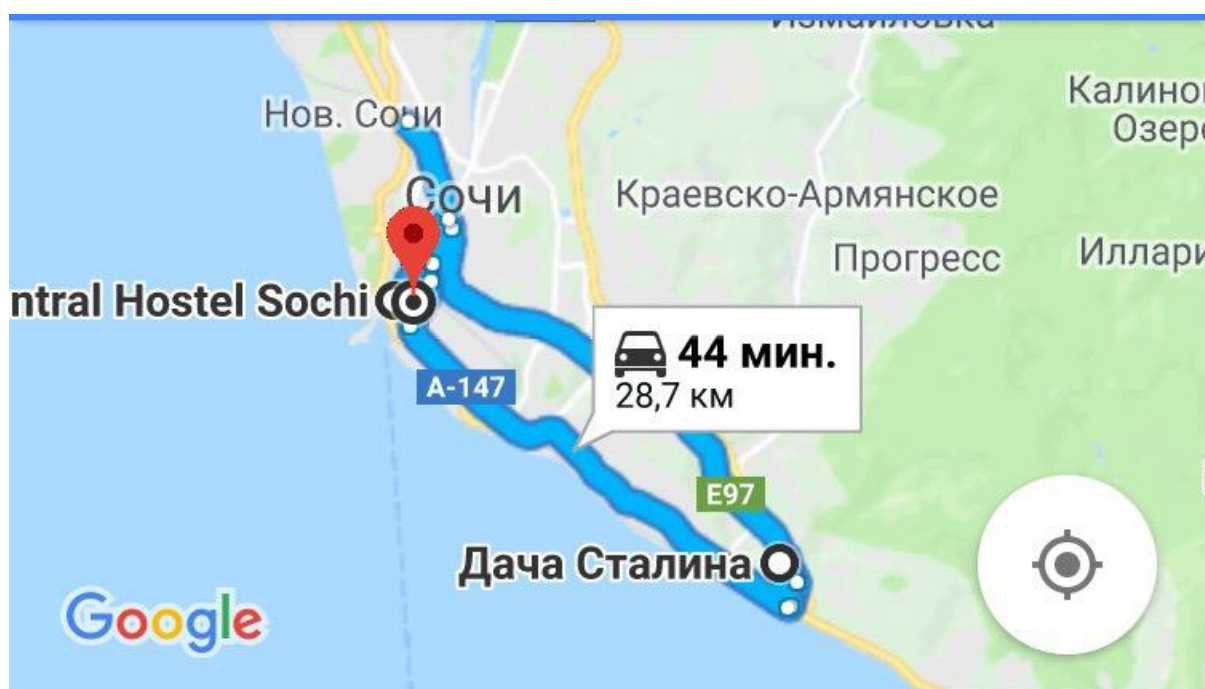


Рисунок Б.4 – Маршрут. День 4

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Карта туристического маршрута «Большой Сочи»

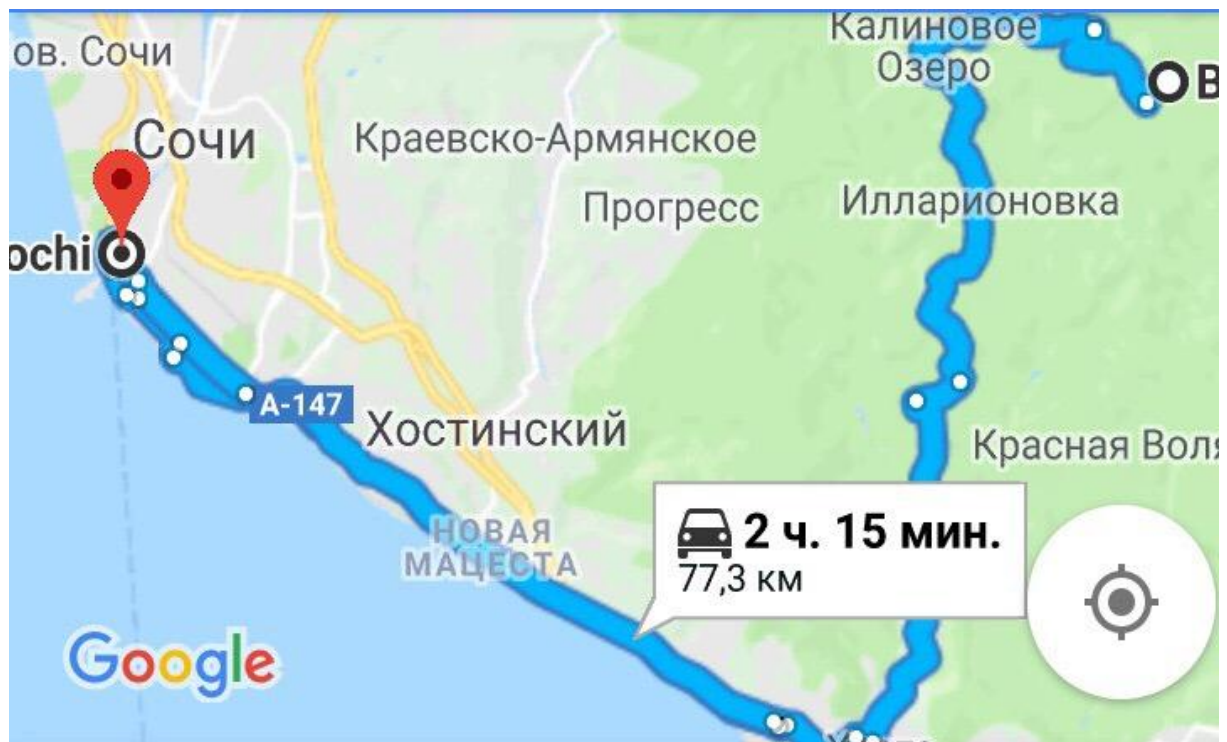


Рисунок Б.5 – Маршрут. День 5