



**Администрация Приморского края Российской Федерации  
Дальневосточный федеральный университет  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ  
«РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ  
В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ  
РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

**18 мая 2013 года**

*Научное электронное издание*

**г. Владивосток, 2013**

УДК 332.13

ББК 65.433

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР». 18 мая  
2013 г. Сборник статей и тезисов [Электронный ресурс] / под ред. проф. А.Б. Косолапова –  
Электрон. дан. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2013. – Режим  
доступа: <http://nauka.dvfu.ru/nirs/pdf/>. – Загл. с экрана.

В сборник включены статьи и тезисы выступлений участников международного форума  
«Развитие интеграционных процессов в туристском бизнесе Российского Дальнего Востока и  
стран АТР».

Предназначен для преподавателей, аспирантов, студентов, работников предприятий и  
организаций туристской сферы, а также для всех, интересующихся экономическими и  
социальными проблемами внутреннего и въездного туризма.

В докладах сохранен авторский стиль.

Издательский дом Дальневосточного федерального университета  
690950, г. Владивосток, ул. Октябрьская, 27.  
E-mail: [edit\\_dvgu@mail.ru](mailto:edit_dvgu@mail.ru). Тел./факс: (423) 245-75-03.

## СОДЕРЖАНИЕ

### Проблемы и перспективы внутреннего и въездного туризма: международный опыт и тенденции развития

#### Доклады и тезисы участников круглого стола

<b>Шевцова С.П.</b>	
Тенденции развития внутреннего и въездного туризма в России .....	7
<b>Глушко А.А., Остапенко А.С.</b>	
Актуальные вопросы развития внутреннего и международного туризма в Приморском крае .....	11
<b>Бурилова В.С.</b>	
Исторические предпосылки возникновения Российско-китайских отношений в сфере туризма .....	16
<b>Плоткина Н.П.</b>	
Методические подходы к комплексной рекреационно-туристской оценке территории Российского Дальнего Востока .....	22
<b>Галенко Е.В.</b>	
Проблемы развития инкаминга в индустрии туризма Приморского края .....	22
<b>Матвеева Л.В., Устименко О.А., Пенькова В.А.</b>	
Перспективы развития экотуризма в Приморском крае .....	32
<b>Егорова Е.Н., Походяев И.Н.</b>	
Определение рекреационной ценности территорий в целях формирования туристско- рекреационных объектов .....	35
<b>Гомилевская Г.А.</b>	
Модель водного туристского кластера на примере Приморского края .....	40
<b>Головко Е.В.</b>	
Формирование туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» на территории Арсеньевского городского округа .....	49
<b>Сазыкин А.М., Шабаетов А.А.</b>	
Памятники природы: экология и туризм – столкновение интересов .....	57
<b>Курюмов А.Ю.</b>	
Интеграция российской компании в международную структуру: продукт, стандарты, технологии .....	64
<b>Попова Т.Н.</b>	
Инфраструктура туризма – важный фактор развития внутреннего и въездного	

туризма .....	65
<b>Васильева Л.А.</b>	
Доминирование образно-эмоциональных средств в туристской рекламе – оптимальный путь повышения ее эффективности .....	69
<b>Мизь Н.Г.</b>	
Особенности экскурсионной работы с туристами из КНР во Владивостоке .....	73
<b>Карасёв И.Е.</b>	
Использование виртуальной экскурсии в сфере туризма .....	74
<b>Авдеевская И.А.</b>	
Многонациональность Владивостока как туристский ресурс .....	76
<b>Ильяшенко Е.С.</b>	
Объекты культурного наследия г. Владивостока: проблемы и перспективы использования для целей туризма .....	79
<b>Мизь Н.Г., Бутовец Е.Е., Васильева К.Е. Генералова К.О., Расстальной А.С., Шароха Е.С.</b>	
«Национальные» картосхемы г. Владивостока (доклад–презентация) .....	86
<b>Барашок И.В., Руденко Л.Л.</b>	
Интеграционные процессы в образовании как залог успешной разработки нового туристского продукта .....	87
<b>Овчаренко Н.П., Бакотин С.Б.</b>	
Исследование рынка азартных игр, как туристской услуги .....	90
<b>Долбина А.В.</b>	
Проблемы и перспективы развития гостиничного хозяйства г. Владивостока как основного сектора индустрии туризма .....	99
<b>Шеметова Е.В.</b>	
Конференц-услуги гостиничных предприятий г. Владивостока как базовый фактор развития конгрессного туризма .....	105
<b>Грабовенко И.А., Хабирова Л.В.</b>	
Перспективные технологии презентационной и сувенирной продукции на примере изданий «Проекта Владивосток» .....	113
<b>Kosolapov A.B.</b>	
Complex Assessment of the Recreation Potential of the Russian Far East .....	116
<b>Kostyukova O. I., Kosolapov A.B.</b>	
Recreational Activities Population of the Russian Far East .....	119
<b>Soboleva N.F.</b>	
English in the Context of the Tourism and Hospitality Industry .....	126
<b>Makartseva Y.V.</b>	
Trying to make a Tourism Business English Class More Interactive .....	129

**Доклады и тезисы магистрантов (совместно с научными руководителями)**

**Филонова Ж.Н., Руденко Л.Л.**

Состояние и перспективы развития сельского туризма в Приморском крае ..... 135

**Матвейчук С.А., Косолапов А.Б.**

Критерии оценки эффективности использования территории туристско-рекреационной особой экономической зоны «Остров Русский» ..... 143

**Подласова М.С., Карасёв И.С.**

Имидж малых городов (на примере районного поселка Большеречье Омской области) ..... 149

**Гайдамак Ю.А., Карасёв И.Е.**

Роль туристско-краеведческой деятельности в реабилитации детей с физически ограниченными возможностями ..... 152

**Доклады и тезисы студентов (совместно с научными руководителями)**

**Назаренко Н.М., Косолапов А.Б.**

Геополитические и социально-экономические предпосылки развития туризма на Дальнем Востоке России ..... 155

**Долгова А.Е., Косолапов А.Б.**

Проблемы развития внутреннего туризма в Приморском крае ..... 158

**Осипова В.И., Косолапов А.Б.**

Перспективы развития туризма в г. Владивостоке ..... 159

**Худякова А.О., Бартовщук В.И., Косолапов А.Б.**

Социологический анализ привлекательности детских экологических туров ..... 160

**Негода Н.В., Гущина М.В.**

Проектирование историко-спортивной игры для школьников, как городское мероприятие детского туризма ..... 163

**Шубина А.В., Косолапов А.Б.**

Технологии формирования клиентской базы турфирмы ..... 165

**Вышкварок Е. Ю., Овчаренко Н.П.**

Анализ рынка туристских услуг для людей с ограниченными жизненными возможностями на примере Уссурийского городского округа ..... 168

**Наумкина С.В., Барашок И.В.**

Современное состояние самодеятельного туризма в Приморском крае ..... 170

**Бакотин С.Б., Овчаренко Н.П.**

Азартные игры как туристская услуга ..... 175

<b>Шевчук А.А., Косолапов А.Б.</b>	
Персональная организация времени менеджеров турфирмы (на примере японской системы кайдзен) .....	178
<b>Шкуренко Е.А., Овчаренко Н.П.</b>	
Исследование современных тенденций экологического сервиса в средствах размещения .....	180
<b>Перепелица Е.Д., Барашок И.В.</b>	
Организация детской спортивной смены на базе отдыха «Бухта Троица» .....	182
<b>Яковец Ю.Г., Овчаренко Н.П.</b>	
Использование интерактивных методов в музее .....	185
<b>Naumkina S.V., Makartseva Y.V.</b>	
Educational Tourism .....	187
<b>Ostroushko M.V., Makartseva Y.V.</b>	
The development of excursion «Russky Island: yesterday, today and tomorrow» .....	196
<b>Viktorova A.B., Barashok I.V., Makarceva Y.V.</b>	
Cultural and historical aspects of development of new tourism product «Latin America. In the wake of Russian emigrants» .....	200
<b>Ocheredko K. D., Ovcharenko N.P., Makarceva Y.V.</b>	
The Analysis of the Training Process in the Field of Tourism and Service. Marketing Research of the Training Process .....	202
<b>Eremenko D.A., Makartseva Y.V., Barashok I.V.</b>	
Tourism for People with Disabilities .....	205
<b>Misharina E., Elyutina R.I.</b>	
Hotel and F&B department .....	208
<b>Kalashnikova A.A., Soboleva N.F.</b>	
Quick-service Restaurants Chain Expansion .....	216

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

### 1.1 ДОКЛАДЫ И ТЕЗИСЫ УЧАСТНИКОВ КРУГЛОГО СТОЛА № 1

#### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Шевцова С.П.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

Туризм в России переживает в настоящее время стремительное развитие. Этому в значительной степени способствует оптимизация экономики, повышение благосостояния населения и увеличение бюджета свободного времени, как россиян, так и граждан других стран. Другими немаловажными факторами развития туризма в России остаются ее богатейшая и непростая история, разнообразные высококонтрастные географические комплексы, памятники природы, национальные парки и другие природоохранные территории, национальные поселения и даже урбанизированные территории. Совокупность перечисленных факторов способствует росту въездного туризма, однако и абсолютные показатели, и темпы его развития значительно уступают выездному туризму.

В 2012 г. за рубежом отдохнули более 40 млн россиян. Этот показатель – один из самых высоких в мире. Прогнозные оценки на ближайшие 5–10 лет свидетельствуют о дальнейшем экспоненциальном росте числа туристских выбытий [1], который описывается дифференциальным уравнением (1):

$$\frac{dx}{dt} = kx. \quad (1)$$

Решение этого дифференциального уравнения – экспонента (2):

$$X = a e^{kt}, \quad (2)$$

означающая, что для растущей величины выездного туристского потока характерна следующая особенность: чем большее значение он принимает, тем быстрее растет. Это означает, что величина зависимой переменной и скорость ее роста прямо пропорциональны. Но в отличие от

гиперболической кривой, экспоненциальная кривая туристского потока никогда не уходит в бесконечность за конечный промежуток времени.

Экспоненциальный рост в итоге оказывается более быстрым, чем любой степенной, и тем более чем любой линейный рост. Прекращение экспоненциального роста выездного туристского потока может быть связано, как с появлением конкурентных преимуществ внутреннего туризма, так и с резким ухудшением жизненного уровня населения, а также с мерами принудительного государственного регулирования.

На фоне увеличивающегося год от года выездного туристского потока число внутренних туристов остается незначительным без существенной тенденции к росту. В известной мере можно говорить о стагнации внутреннего туризма, усилившейся в конце XX века в период кризиса 1998 г. и продолжающейся до настоящего времени.

Проблемными факторами для развития внутреннего и въездного туризма остаются высокие транспортные тарифы при огромных расстояниях между туристскими центрами. Сохраняется географическая дифференциация высокой концентрации туристских объектов в центральных и южных районах России. Так, большинство наиболее известных объектов культурного наследия расположено в двух столицах – Москве и Санкт–Петербурге. Это Московский Кремль, Красная площадь, соборы и храмы Москвы, Государственный Эрмитаж, храм Спаса на Крови, Петропавловская крепость, Петродворец в Петербурге и др. На обширных территориях восточнее Уральского хребта объекты природного и культурного наследия, а также индустрия отдыха и развлечений имеет очаговый и даже точечный характер.

Въездной российский туризм, оправившись после кризиса 2008 г., постепенно возрастает. В 2012 г. в Россию прибыло более 22 млн иностранных гостей, что превысило показатели предыдущего года на 8% [2]. Для иностранных государств, направляющих своих граждан в Россию, ее рыночный туристский потенциал представляет огромные возможности. Так, широко известная компания Hilton Worldwide считает рынок России одним из ключевых в своем развитии. В период до 2016 г. в центральных регионах России будет открыто больше отелей Hilton Worldwide, чем в любой другой европейской стране.

Однако продолжающийся рост числа туристских прибытий в Россию и выбытий за рубеж не привел к позитивному изменению направления денежных потоков – в 2012 г. иностранные туристы оставили в России всего 10,1 млрд долларов, что в 3 раза меньше суммы, потраченной россиянами за границей (33,1 миллиарда долларов).

Значительные финансовые усилия Правительства России по развитию туристской отрасли, выразившиеся в строительстве объектов Саммита АТЭС в 2012 г. в г. Владивостоке, спортивных объектов Зимней олимпиады в Сочи, Чемпионата мира по футболу, XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 г. в Казани, несомненно, оптимизируют въездные туристские потоки. Однако существующий разрыв между показателями выездного и въездного туризма, как следует из вышеприведенной формулы (1), будет увеличиваться. Для изменения сложившейся ситуации предстоит многолетнее многомиллиардное инвестирование в объекты туристской и в целом социальной инфраструктуры.

Экономические преимущества высоко затратного подхода к развитию приоритетной туристской отрасли в России очевидны. Это и дополнительные рабочие места в депрессивных районах, и увеличение доходов местных и федерального бюджетов, и оптимизация социальной сферы. Рост въездных и внутренних туристских потоков будет способствовать привлечению иностранных и отечественных инвестиций, возрождению сельских (аграрных) форм туризма и в целом позволит сделать туристскую отрасль России более конкурентоспособной.

Однако высказанное заключение требует уточнения, связанного с географической разобщенностью рекреационно-туристских комплексов, особенно в восточных районах России. Здесь, в Восточной Сибири и, особенно, на российском Дальнем Востоке суровый климат, низкая плотность населения, огромные расстояния между населенными пунктами даже самого высокого ранга – областными и краевыми центрами – делают низкорентабельным использование объектов туристской инфраструктуры. Поэтому развитие въездного и внутреннего туризма в Сибири и на Дальнем Востоке должно идти, по нашему мнению, в направлении создания локальных туристских кластеров в основном вблизи транспортных коммуникаций и крупных населенных пунктов. При этом, конечно, возможны исключения, например, удаленный от крупных населенных пунктов уникальный природный объект – Долина гейзеров на Камчатке. Впрочем, интенсивность его рекреационного использования не может быть высокой (также как, например, острова Петрова в северной части Японского моря) из-за природных ограничений, поэтому для массового туристского посещения эти природные объекты не пригодны.

Возможности оптимизации въездного туристского потока из стран Юго-Восточной Азии связываются с созданием на юге Дальнего Востока – в пригороде г. Владивостока – игровой зоны, с дальнейшим развитием инфраструктуры г. Хабаровска. Однако ни в настоящее время, ни в ближайшей перспективе создать туристскую среду, которая могла бы конкурировать с аналогичной средой стран АТР (КНР, Республика Корея, Япония, Социалистическая республика Вьетнам, Малайзия), на юге Дальнего Востока России и тем более в континентальных районах Дальнего Востока и Восточной Сибири, по-видимому, нельзя.

Повышение конкурентоспособности туристской отрасли российского Дальнего Востока в среднесрочной перспективе возможно при появлении на рынке гостиничных услуг отелей с мировыми брендами, такими как Double Tree by Hilton, Hampton by Hilton, Hilton Garden Inn, Hilton Worldwide, Hilton Hotels & Resorts. Приход иностранных компаний позволит как создать новые рабочие места, так и существенно оптимизирует местную гостиничную инфраструктуру. Впрочем, в этом случае преимущественно развитие получит не природно-ориентированный туризм, а туризм деловой, конгрессный, выставочный.

Таким образом, перспективы развития внутреннего и въездного туризма в России связаны в большей степени с дальнейшим освоением центральных районов. Что касается российского Дальнего Востока, то он никогда не был и не будет регионом высокого туристского спроса в силу рассмотренных социальных и природных «ограничителей», поэтому основное значение локальных рекреационно-туристских комплексов будет связано

преимущественно с удовлетворением оздоровительных и познавательных потребностей местного населения.

### **Литература**

1 Медоуз Д., Рандерс Й., Медоуз Дж. Пределы роста. 30 лет спустя. Учебное пособие для вузов. М.: ИКЦ «АКАДЕМКНИГА», 2007. 342 с.

2 Федеральная служба государственной статистики. Российский статистический ежегодник, 2012 г. – [Электронный ресурс] // URL: [http:// www.gks.ru/ bgd/regl/b12\\_13/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/Main.htm) (дата обращения 15.05.2013 г.).

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ**

**Шевцова С.П.**

Рассмотрены среднесрочные тенденции развития внутреннего и въездного туризма в России и в том числе, на российском Дальнем Востоке. Сделан вывод об отсутствии конкурентных преимуществ у туристско-рекреационной среды восточных районов России по сравнению со странами Юго-Восточной Азии. Следствием существующих конкурентных ограничителей основное значение локальных рекреационно-туристских комплексов будет связано преимущественно с удовлетворением оздоровительных и познавательных потребностей местного населения.

#### **TRENDS IN DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA**

**Shevtsova S.P.**

We consider the medium-term trend of domestic and inbound tourism in Russia, including the Russian Far East. It is concluded that there is no competitive advantage in tourism and recreational environment eastern regions of Russia as compared with countries in South-East Asia. The consequence of the existing competitive constraints fundamental importance of local recreation and tourist complexes is mainly due to the appreciation of health and educational needs of the local population.



**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО  
И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

**Глушко А.А., Остапенко А.С.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Приморский край, как «точка» с высоким потенциалом экономического развития, занимает особое место на географической карте России. Разместившись в крайнем юго-восточном углу российской территории, Приморье обладает важными свойствами, которые обусловлены его экономико-географическим положением («UG»). Ещё в 1970-е годы известный советский географ И.М. Маергойз отмечал некоторые моменты экономико-географического положения дальневосточных территорий (приморское, приокеаническое, приграничное, соседское), указывая на их значение для развития хозяйства [1]. Представляется, что взгляд из центра России на дальневосточные окраины требует уточнения с учётом современных реалий. Несмотря на то, что многим дальневосточным территориям присущи свойства ЭГП, выделенные И.М. Маергойзом, не везде они реализованы как фактор социально-экономического развития и продолжают сохранять потенциальный характер. Приморский край представляет пример активного использования преимуществ ЭГП в первую очередь в развитии туризма – международного и внутреннего.

Приграничный туризм – одна из самых перспективных форм международного сотрудничества. Развивается он в соседствующих районах стран, обладающих общей границей. Туристские поездки на небольшие расстояния, как правило, краткосрочные и относительно недорогие, характерны для всех главных туристских стран и регионов мира. В том числе для европейских и североамериканских государств, имеющих значительный туристский опыт. При этом европейские туристы посещают преимущественно страны, составляющие относительно однородное социально-экономическое и культурологическое пространство, т.е. европейские. Большая часть туристских поездок в США и Канаде также совершается в пределах одной культурно-исторической области.

Приграничный туризм Приморского края имеет другие особенности. С точки зрения географической структуры международный туризм мало чем отличается от других регионов. Так, главным направлением въездного и выездного международного туризма в Приморье остаётся Китай. Но познавательный аспект мотива поездки в соседнюю страну представляется более мощным стимулом в сравнении с поездками, например немецкого или датского туриста, в пределах интегрирующегося европейского пространства. И даже в условиях социально-экономического кризиса в России 1990-х гг., поездки жителей Приморья в соседнюю страну с целью приобретения товаров для собственного употребления и для мелкой розничной торговли, как правило, дополнялись познавательным интересом к стране, являющейся носителем иных, «восточных» культурных традиций, обычаев. В то же время Приморский край в силу историко-

географических особенностей освоения, заселения и развития представляет значительный познавательный интерес как территория, имеющая тесные связи с цивилизацией Запада. Существовавшие до начала 1990-х гг. ограничения на посещение Владивостока – военно-морской базы СССР на Тихом океане, усилили европейский акцент городской среды столицы Приморья. В то время как в городах мира, далёких от Китая, появлялись и росли многочисленные «чайна-тауны», в Приморье и его административном центре сохранялось единство формы и содержания: западный город, европейский облик, европеоидные лица жителей.

Несмотря на то, что приграничные поездки между Приморским краем России и территориями Китая уже стали традиционными, их потенциал не исчерпан. Более того, он определяется таким свойством взаимного географического положения как контрастность. Этим свойством обладают контактные зоны, формирующиеся как на границах разных природных сред (например, суша-море, - этот момент географического положения также присущ Приморью), а также вдоль государственных границ. Государственная граница – наиболее стабильная и многофункциональная географическая граница. Нередко по обе стороны разделяющего государства рубежа располагаются территории, которые можно отнести к достаточно однородному цивилизационному пространству, например в Северной Африке или Западной Европе. Для туризма, в том числе в приграничных районах, лучшие условия формируются в том случае, когда государственная граница разделяет территории, относящиеся к разным культурно-историческим областям. Это в полной мере относится к приграничным районам Приморского края России и Китая.

Следует добавить, что именно приграничное и соседское географическое положение Приморья способствовало формированию международного туризма как новой отрасли в его хозяйственном комплексе и важной сферы занятости населения. К 1997 г. в Приморском крае было зарегистрировано 180 туристских компаний, в настоящее время их число составляет около 300. Число занятых в туристской индустрии выросло с 920 чел. в 1997 г. до 10 тыс. человек в 2011 г., а к 2017 г., по оценкам, достигнет 60 тыс. человек [2]. Растут налоговые поступления в бюджет края от туризма. В то же время представляется, что вклад туризма в экономику Приморья не соответствует его потенциалу. В 2011 г. туристских услуг было оказано в объёме, который составляет лишь 1,5% от общей суммы платных услуг в 99,4 млрд. рублей [3]. Заслуживают внимания другие географические аспекты развития международного туризма в Приморском крае.

Международный туризм в Приморье носит ярко выраженный внутрирегиональный характер. В большей степени это присуще выездному туризму: 99% убытий из Приморья направлено в страны Азии и Тихого океана (КНР, Республика Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Сингапур, Филиппины, Индонезия, Малайзия). Выездной туристский поток, доминируя над въездным туризмом, максимальных показателей достиг в 2008 г. – около 1,14 млн. убытий (из которых 975 тыс. составили поездки в Китай), что составило более половины населения Приморья. Такая высокая мобильность лишь отчасти имела отношение к туризму, а

скорее к приграничной торговле. Как только были введены ограничения в этой сфере деятельности (2009 г.), число туристских поездок из Приморья за рубеж сократилось в 3 раза и составило 386 тыс., из них около 352 тыс. (91%) в Китай. В настоящее время число убытий из Приморья превышает 650 тыс., что свидетельствует о достаточно высокой туристской активности населения края. Так, в 2011 г. отношение числа зарубежных туристских поездок к общей численности населения составило около 32%; для сравнения туристская активность Японии составляет 14%, Китая 5%. Безусловно, определённую лепту в снижение объёмов выездного потока в 2009-2010 гг. внёс мировой экономический кризис.

Доминирование КНР в выездном туризме Приморья обусловлено не только взаимно удобным географическим положением, но и высокой транспортной доступностью, наличием нескольких пограничных переходов, привлекательностью Китая как территории многофункционального посещения (отдых, лечение, образование, покупка товаров).

Въездной туризм с точки зрения финансовых результатов развития международного туризма является предпочтительной категорией. Однако в Приморском крае его успехи незначительны и даже сомнительны, если принять во внимание динамику показателей въезда. Если вести отсчёт с начала 1990-х гг., то прогресс очевиден: в 1994 г. въездной поток составил 36 тыс. прибытий, в 2011 г. – более 82 тыс., т.е. вырос в 2,3 раза. Однако в 2004 г. показатели въездного потока превысили 190 тыс. прибытий, т.е. больше современного потока в то же количество раз.

Географическое положение также сказывается на структуре въездного туризма Приморья. Большая часть иностранных туристов в Приморье – граждане КНР (61 тыс. прибытий или 74% общего туристского потока в 2011 г.). К числу основных туристских партнёров Приморского края России можно отнести Республику Корея (7,5 тыс.) и Японию (3,2 тыс.). При этом, сравнивая доли главных туристских партнёров Приморья в 1994 и 2011 гг., отметим, что за 17 лет удельный вес Китая во въездном потоке снизился с 83% (в 2000 г. было даже 93%) до 74%, позиции Республики Корея укрепились (с 0,6% в 1994 г. до 9% в 2011 г.), а Японии – ослабили почти вдвое – с 7,5% в 1994 г. до 4% в 2011 г. Не помог существенно въездному туризму проект, направленный на преодоление проблемы низкой транспортной доступности Японии и Республики Корея. Они являются «обладателями» такого неблагоприятного для развития туризма свойства географического положения как относительная изолированность. Япония – островное государство, а Республика Корея «заперта» своим единственным сухопутным соседом – КНДР в южной части Корейского полуострова. В такой ситуации организация морского паромного сообщения между Приморским краем России – с одной стороны, Японией и Республикой Корея – с другой повышает доступность для туристов всех стран. Паром DBS Cruise Ferry вышел на линию Владивосток (Россия) – Донхэ (Республика Корея) – Сакаи-Минато (Япония) летом 2009 г. В это же время на приморском рынке авиаперевозок начались регулярные рейсы Korean Air, что также повысило взаимную транспортную доступность Приморья и Республики Корея. Представляется однако, что эффект был односторонним и жители Приморского края получили

новую возможность для посещения Южной Кореи как в прямом направлении (развлекательный, медицинский туризм), так и в транзитном потоке, отправляясь в Сингапур или Новую Зеландию. Отметим устойчивый рост в Приморье туристов из США - 3,7 тыс. в 2010 г. против 1,9 тыс. в 2006 г.; среди американцев немало бизнес-туристов.

В целом сокращение доли китайских посетителей на туристском рынке Приморья и рост доли туристов из других стран с 17% до 26% (1994-2011) следует оценить как отрядный факт, свидетельствующий о том, что туристский рынок Приморья стал более диверсифицированным. Основными мотивами посещения Приморья иностранными туристами являются экскурсионно-познавательные туры, а также экологические и приключенческие маршруты

Что касается внутреннего туризма в Приморском крае, его масштабы и особенности сложно оценить вследствие недостатков в организации статистических исследований. Данные об объеме внутреннего и самодеятельного туризма в Приморском крае, полученные в Департаменте международного сотрудничества и туризма Администрации Приморского края, позволяют сделать вывод о динамичном развитии внутреннего туризма. Объем внутреннего туристского потока в 2010 г. достиг 524 тыс. человек, что почти в 8 раз превышает объемы въездного туризма и в 2,4 раза больше, чем показатели 2004 г. (216 тыс.). При этом в 2010 г. 213 тыс. чел. (или 41%) – это жители России, прибывшие из-за пределов Приморья с целями туризма и отдыха, возможно, среди них немало тех, кто навещал родственников. Этот показатель очень устойчив: в 2004 г. (91 тыс. прибытий) он составлял 42%. С этой категорией внутренних туристов сопоставима доля неорганизованного туризма – 41% (2010) при абсолютном объеме потока – 220 тыс. человек. В сравнении с 2004 г. абсолютный показатель объема самодеятельного туризма вырос в 2,8 (с 78 тыс.), а его доля в общем объеме внутреннего туризма - на 5%. Это можно расценивать как неблагоприятную тенденцию. Ведь часть туристского потока минует туристские фирмы, что сказывается на экономических результатах всей отрасли и сумме поступлений в региональный бюджет. Причиной этого, вероятно, следует считать высокие цены на внутренних туристских маршрутах, главным образом за счёт транспортной составляющей. Отказ части туристов от организации отдыха туристскими компаниями влечёт ряд последствий: не обеспечивается должная безопасность на природных маршрутах, наносится вред памятникам природы и культуры в результате нерегулируемого туристского потока. Возможности же развития внутреннего туризма несоизмеримо шире, например, с позиций достижения разных туристских целей. Так, пляжный отдых и его разнообразные составляющие – как пассивные (sea-sun-sand), так и активные (дайвинг, снорклинг, яхтинг), не имеющий перспектив как международное направление, востребован на внутреннем рынке. Отметим, однако, что жители Приморского края, встающие перед выбором направления и места путешествия, всё чаще предпочитают зарубежные поездки. Доля тех, кто отдыхает путешествуя по Приморью в 2010 г. - 11%, в то время как ещё в 2004 г. она составляла 14%.

Вопросам развития туризма в Приморье и проблемам его туристской привлекательности посвящено немало рабочих встреч, конференций, «круглых столов». Разрабатываются

специализированные программы, строятся планы, связанные с той ролью, которую Приморский край должен играть в Азиатско-Тихоокеанском регионе, представляя Россию. В этих планах важное место отводится деловому и событийному туризму. Уже накоплен немалый опыт организации и проведения региональных, всероссийских и международных мероприятий, привлекающих специалистов и туристов. Среди них: Тихоокеанский экономический конгресс, международный конгресс рыбаков, международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого», международный правовой форум стран АТР, международный молодежный форум по сохранению тигра на Земле, международный экологический форум «Природа без границ», международная туристская выставка RITE, международные спортивные соревнования. Однако ограниченный круг значительных событийных мероприятий регионального и международного уровней не обеспечивает активного роста туристского потока.

Событие международного или регионального масштаба, в силу своей значительности и известности, уже обладает высокой туристской привлекательностью. Многие подобные события давно включены в календарь туристского бизнеса. В то же время превратить событие местного уровня в туристский ресурс – нелёгкая задача. Её решение может быть осуществлено в несколько этапов: выявление событий, которые обладают потенциалом туристского ресурса; классификация событий по видам (типам), периодичности, сезонности, степени аттрактивности и даже оценочным расходам, которые потребуются, например, для продвижения события на рынок; разработка комплекса мероприятий по поводу события (программы, экскурсии, туры и проч.); наконец, завершающий этап - продвижение событийного тура на рынок.

Туризм в Приморском крае имеет объективные возможности для развития, обусловленные благоприятным географическим положением, относительно развитой туристской инфраструктурой, аттрактивным природно-рекреационным потенциалом, наличием кадров и системой их подготовки, а также устойчивым туристским спросом. При условии преодоления существующих негативных факторов туризм имеет все шансы стать своеобразным полюсом экономического роста региональной экономики.

### **Литература**

1. Маергойз, И.М. Уникальность экономико-географического положения советского Дальнего Востока и некоторые проблемы его использования в перспективе / Маергойз И.М.// Вестник Моск. Ун-та. Сер. V. География, 1974. - № 4. – С. 3-8.
2. Краевая целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае" на 2011-2016 годы. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rg.ru/2011/11/18/primorie-prog-turizm-reg-dok.html>, дата 20.04. 2013.
3. Социально-экономические показатели Приморского края. Ежегодник. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.primstat.ru:81/bgdeveryear/Main.htm>, дата 20.04. 2013.

**АННОТАЦИЯ**  
**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО  
И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

**Глушко А.А., Остапенко А.С.**

В международном туризме Приморского края доминирует выездной туризм. В то же время позиции въездного и внутреннего туризма остаются слабыми. С начала 1990-х гг. география международного туризма в Приморье не изменилась. Основной поток туристов прибывает в край из стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Во внутреннем туризме растёт доля самостоятельного (неорганизованного) туризма. Это имеет ряд отрицательных для регионального туризма последствий экономических и экологических. Перспективы развития внутреннего и международного туризма в Приморском крае могут быть связаны с деловыми и событийными поездками. Для этого в крае создаются необходимые условия.

**ABSTRACT**  
**CURRENT ISSUES OF THE DEVELOPMENT  
OF DOMESTIC AND INTERNATIONAL TOURISM IN PRIMORSKY KRAI**

**Glushko A.A., Ostapenko A.S.**

The outbound tourism is dominates in Primorye. At the same time position of inbound and domestic tourism remain unconvincing. Since the beginning of the 1990 years the geography of international tourism of Primorye has not changed. Most tourists arrive in Primorye from the Asia-Pacific region. One of the problems in the tourist industry is the development of amateur tourism. This leads to several problems: economic, environmental. The prospects of regional tourism can be associated with business travels and events. The necessary for those conditions are created in Primorye.

**ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ  
РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**Бурилова В.С.**

**Владивостокский государственный университет экономики и сервиса**

Влияние факторов определявших взаимоотношения России и Китая в конце XIX – начале XX вв. во многом определили становление и развитие межгосударственных связей Китая и Приморья в конце XX – начале XXI веков. Но кроме влияния геополитического положения, торговли, добычи природных ресурсов, расселения, культурном и экономическом обмене, миграции на первый план выходят и отношения в сфере туристского обмена. Анализ

въездных туристских потоков в Приморский край за последние 20 лет показывает, что Китай является основным стратегическим партнером Китая. Например, в 2011 году китайские туристы составили 89% въездного международного туристского потока в Приморский край.

Современная концепция развития туризма в Российской Федерации рассматривает кластерный подход в качестве оптимальной модели стимулирование развития въездного и внутреннего туризма. Этот подход использован при разработке Государственной программы «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013 – 2017 годы. Наиболее перспективными в с точки зрения стимулирования роста въездных туристских потоков из КНР можно выделить следующие туристско-рекреационные кластеры: «Находкинско-Партизанский», «Владивосток – центр делового туризма» и «Хасанский» [1].

Формально современное состояние пограничных отношений России с Китаем можно датировать с 1858 г., когда был подписан договор о разграничении по Приамурью, и 1860 г. – о Южно-Уссурийском крае (Айгунский и Пекинский договора соответственно). В целях поощрения развития торговли 26 марта 1860 года были изданы временные правила «Для поселения русских и иностранцев в Амурской и Приморской областях», порты Японского моря – Дуэ, Де-кастрн, Ольга и Владивосток получили право беспошлинной торговли. В 1862 г. правительство России было вынуждено пойти на установление порто-франко, т.е. режима беспошлинной торговли на Дальнем Востоке с соседними государствами для успешной экономической и политической интеграции со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, а также для улучшения обеспечения первых переселенцев предметами первой необходимости, включая продовольствие. Введение беспошлинной торговли по обе стороны границы с Китаем имело большое значение для взаимопроникновения торгового капитала и заселения территории Приморья и Маньчжурии.

Во второй половине XIX в. значительную роль в освоении юга Дальнего Востока России играла миграция населения, причем наиболее массовый характер приобрела иммиграция из Китая и Кореи. По целям пребывания в Приморье в XIX в. китайцы подразделялись на отходников и колонистов. Деятельность китайцев – промышленников, ремесленников, сельскохозяйственных работников российской администрацией на данном этапе была признана полезной для развития области.

Китайский капитал, быстро осваивал различные сферы бизнеса во Владивостоке, так в 1887 г. из 133 частных предприятий 50% принадлежало иностранным подданным и 70% из них были собственники китайцы, которые владели харчевнями с китайской кухней, постоянными дворами, портняжными мастерскими и др.[2]. Китайскому населению было строго запрещено открывать игорные дома, питейные заведения, приносить и иметь при себе оружия. Во Владивостоке для поселения им было отведено место на Семеновском покосе. Из-за большого скопления людей этот квартал назывался Миллионкой. В 1910 г. там проживало 50 тыс. человек, из которых только одна треть была зарегистрирована.

В конце XIX в. наблюдалась и миграция населения из России в Китай, что связано было с экспансией России в Северо-Восточный Китай: строительство КВЖД, Военно-морской базы

Порт-Артур. Русские по существу основали Харбин, как одноименную станцию КВЖД и к 1920 г. население его составляло уже 200 тыс. жителей 50 тыс. из которых являлись российскими гражданами [3].

В постсоветской истории многие тенденции, определявшие взаимоотношение между странами в прошлом определили развитие на современном этапе. В начале 90-х годов XX в. взаимоотношения Китая и Приморья развивались в основном в сфере торговли, миграции, взаимопроникновения капиталов и лишь к концу XX в. у китайцев для посещения Приморья появляются туристские цели и межкультурные коммуникации, в том числе тяготение населения к восточной кухне. Так в 2011 г. в Приморском крае зарегистрировано 1100 предприятий общественного питания и 33% из них специализируются на китайской кухне и лишь 5% - на русской.

В настоящее время по мотивации китайцев в России можно разделить на несколько групп. Во-первых, это туристы, приехавшие на короткий срок. В результате успешных экономических реформ в Китае стало довольно много состоятельных граждан и организаций, и, естественно, многие жители захотели поехать за рубеж посмотреть мир. При туристических поездках чаще всего используется коллективная виза. Во-вторых, это рабочие, официально приглашаемые на строительные, сельскохозяйственные и другие работы по квотам субъектов Федерации. В-третьих, это бизнесмены. В-четвертых, это студенты, часть которых в действительности занимается бизнесом. Все эти группы трудно назвать иммигрантами в полном смысле, но это 90% китайцев, находящихся в России.

Китайский капитал в последние два года активно осваивает туристический рынок России. Увеличение числа китайских туристов способно не только принести значительные доходы в местные бюджеты, но и привлечь частные капиталы в модернизацию туристической инфраструктуры, как в известных туристических центрах, так и в отдаленных местах.

В разные годы были разработаны крупные проекты, направленные на выход сотрудничества между Китаем и Россией на новый качественный уровень, и возвращение Приморью и Владивостоку в частности его исторической стратегической роли. Это проекты «Туманган», «Большой Владивосток», «Ли Фа», «Стратегический план развития Приморского края».

Проект «Туманган» - наиболее известный из всех существующих проектов, в концентрированном виде выразивший геостратегические цели его перспективных участников. Проект «Туманган» впервые стал рассматриваться с 1990 г, когда на международной конференции в г. Чаньчуне с участием представителей стран Северо-Восточной Азии была выдвинута идея проекта. В проекте принял участие Институт развития Японии, Ассоциация поддержки малого и среднего бизнеса (Япония), исследовательский центр «Восток - Запад» (г. Гонолулу, США). Окончательно международный статус проекту придало участие Программы развития ООН (ПРООН). Затем в проект втянулись Монголия и Северная Корея, чему способствовало проведение международных конференций по проекту в 1991 г. в Улан-Баторе и в Пхеньяне [4].

Реализация проекта предполагала:

- формирование «международной» или «национальной» свободной экономической зоны в районе р. Туманной или в ином близлежащем районе;
- формирование мощного инфраструктурного узла для обслуживания зоны с созданием железнодорожной линии по направлению северо-восточных районов Китая;
- открытие границы и создание пограничного перехода;
- создание на территории СЭЗ мощного торгового центра;
- строительство международного морского порта на территории свободной экономической зоны, т.е. формирование нового полномасштабного «треугольника роста» в Северо-Восточной Азии, геостратегическое преимущество в котором будет принадлежать Китаю, но который одновременно в той или иной степени будет выгоден всем его потенциальным участникам.

Проект «Большой Владивосток». Проект появился лишь немногим позже, чем «Туманган», также в виде глобального международного проекта. В декабре 1991 г. японская «Ассоциация инженерно-консалтинговых фирм» под эгидой Организации международного развития ООН (ЮНИДО) сформулировала основные положения проекта свободной экономической зоны, которая стала бы, по мнению авторов проекта, «переходным пунктом» для создания проекта более высокого порядка - международной СЭЗ типа Сингапура. Тип создаваемой СЭЗ определялся как «экспортно-импортная производящая зона» по аналогии с другими зонами или «треугольниками роста» в Азиатско-Тихоокеанском регионе [5]. Проект изначально предусматривал:

- создание свободной экономической зоны с центром во Владивостоке;
- реконструкцию порта Владивосток и превращение его в международный порт;
- создание международного аэропорта;
- демилитаризацию территории свободной экономической зоны;
- создание мощного инфраструктурного узла с устремлением железнодорожных линий и нефтепроводов по направлению к КВЖД и Транссибу;
- открытие границы с Китаем и создание свободного перехода на российско-китайской границе.

Дальнейшая история проекта «Большой Владивосток» связана с инициативой Владивостокского городского Совета, который в 1992 г. образовал группу по детальной проработке проекта. Эта группа разработала ряд концептуальных документов, ни один из которых не вышел за рамки первоначальной японской идеи.

3. Проект «Ли Фа». Проект стал достоянием общественности в феврале 1994 г., когда в виде предложения китайской компании «Ли Фа» был направлен в администрацию г. Владивостока. Суть проекта:

- формирование небольшой (около 200 кв. км или более) «международной» свободной экономической зоны под Владивостоком;
- создание крупного «чайна-тауна» в этой зоне;

- формирование мощного инфраструктурного узла для обслуживания зоны с созданием международного аэропорта и мощной железнодорожной линии по направлению СЭЗ Суйфэньхэ - Хасанский район;

- открытие границы и создание пограничного перехода;
- создание на территории СЭЗ мощного торгового центра;
- строительство международного морского порта на территории СЭЗ.

Проект предусматривал полное финансирование всех работ китайской стороной [14, С. 108].

4. Проект «универсального транспортного узла». В России первоначально был выдвинут ассоциацией «Владивосток» в 1993 г., однако основным разработчиком и спонсором проекта являлись южнокорейский концерн «Хендэй», а также другие южнокорейские компании. Суть проекта:

- создание особой экономической зоны в пригородах г. Владивостока;
- строительство в зоне международного аэропорта;
- создание мощной транспортной инфраструктуры и железнодорожных линий, примыкающих к КВЖД и включающих ее (равно как и Транссиб) в инфраструктурную схему зоны;
- строительство огромного международного морского торгового порта.

Проект предусматривал полное финансирование южнокорейской стороной. Сравнение четырех вышеописанных проектов дает поразительный результат. Если отбросить «национальный колорит» или идею «международности», то выяснится, что все четыре проекта имеют одни и те же параметры:

- создание свободной экономической зоны на территории Приморья, Северной Кореи или Китая;
- реконструкция или создание морского порта на территории этой СЭЗ и превращение его в международный;
- создание мощного инфраструктурного узла с устремлением железнодорожных линий и нефтепроводов по направлению к КВЖД и Транссибу;
- открытие границы с Китаем и создание свободного перехода на российско-китайской границе.

В течение постсоветского периода состоялось более 20 российско-китайских встреч на высшем уровне как на официальном, так и на неофициальном уровнях.

К настоящему времени подписано более 180 межправительственных и межведомственных соглашений практически во всех областях двустороннего сотрудничества.

Жители КНР с большой активностью селились на Дальнем Востоке, но всегда существовали и существуют проблемы китайской диаспоры в России. Стратегическая уязвимость российского Дальнего Востока, связанная с его удаленностью от центра, малой хозяйственной освоенностью и малонаселенностью, заставляла власть и в царское, и в советское время предпринимать усилия по экономическому и демографическому освоению

региона, поэтому сфера туризма является наиболее оптимальной для развития экономики Приморского края во взаимодействии с китайскими партнерами.

### **Литература**

1. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013 – 2017 годы. Постановление администрации Приморского края от 7 декабря 2012 г. № 396-па.
2. Бурилова, В.С. История Формирования территориально-промышленных структур Приморского края в середине XIX – начале XX вв. – Владивосток: Дальнаука, 2003. – 128 с.
3. Хисамутдинов А.А. Следующая остановка – Китай: из истории русской эмиграции. – Владивосток, Издательство ВГУЭС, 2003. – 244 с.

**АННОТАЦИЯ**  
**ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ**  
**РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**  
**Бурилова В.С.**

Рассматриваются ключевые факторы, под влиянием которых формировалась история российско-китайских взаимоотношений в Приморье в конце XIX – начале XX вв. и получивших свое развитие на современном этапе в сфере туризма. Проводятся исторические параллели и делается попытка обобщения позитивного исторического опыта.

**ABSTRACT**  
**THE HISTORICAL BACKGROUND**  
**OF THE RUSSIAN-CHINESE RELATIONS IN THE TOURISM FIELD**  
**Burilova V.S.**

Covers the key factors that influenced the formation of the Russian-Chinese relations history in Primorye Region in the end of XIX - the beginning of XX century and developed at the present stage in the tourism sector. The author conducted a historical parallel and summarized the positive historical experience.



**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОЙ  
РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКОЙ ОЦЕНКЕ ТЕРРИТОРИИ  
РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА**

**Плоткина Н.П.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Дальний Восток России, и особенно его южные районы (Приморский, Хабаровский край, юг Сахалинской области), обладают богатыми рекреационными ресурсами. Однако их эффективное использование возможно после комплексного изучения рекреационного потенциала территории и разработки схемы развития и размещения объектов туризма и отдыха с учетом экономических, социальных и природно-экологических аспектов. Это определяет актуальность всесторонней оценки рекреационных факторов Дальнего Востока, выступающих как в качестве самостоятельного объекта исследования, так и во взаимном сочетании с факторами социальной инфраструктуры. Известно большое число, посвященных анализу отдельных аспектов рекреационного освоения Дальнего Востока, особенно Приморского края [1–9]. Однако до настоящего времени комплексная системная оценка туристских ресурсов (природных, в т.ч. бальнеологических инфраструктурных, социальных, популяционных – демографических, медико-биологических и др.) ни в теоретическом, ни в прикладном плане не проводилась.

Комплексное изучение рекреационно-туристского потенциала Дальнего Востока, предпринятая нами в качестве пилотного исследования, направлена на выявление приоритетов дальнейшего рекреационного развития отдельных административных и ландшафтных районов. В теоретическом плане предстояло реализовать возможность создания методики комплексной оценки многообразных факторов и условий, благоприятствующих и препятствующих рекреационной деятельности населения с учетом индивидуально–личностных и бизнес-ориентированных коллективных потребностей в отдыхе и оздоровлении. Развитие данного научного направления, по нашему мнению, должно быть ориентировано в территориальном плане не на весь регион, а на модельные территории юга и севера Дальнего Востока, имеющие все виды и типы рекреационных ресурсов, присущих России в целом. Это означает, что теоретические и прикладные результаты работы могут быть использованы в качестве методологической основы и методической базы на других территориях, перспективных для рекреационного освоения (Восточной и Западной Сибири, Урала и др.).

В соответствии с изложенными положениями были поставлены следующие цели:

1. Разработка методологии и методов оценки рекреационно–туристских ресурсов, как изолированных, так и в пределах природно-территориальных комплексов крупного региона (на примере модельных территорий Дальнего Востока).
2. Получение новых данных о процессах природного саморегулирования в условиях

измененной рекреационной среды.

3. Изучение организационных основ рекреационно–туристской деятельности на Дальнем Востоке и поиск путей их оптимизации.

Сформулированные цели предопределили решение следующих задач:

1. Разработать методику комплексной рекреационной оценки территории и на ее основе провести типизацию и зонирование (районирование) южных и северных рекреационных районов Дальнего Востока.

2. Выявить тенденции развития рекреационных территорий и акваторий Дальнего Востока.

3. Разработать рекомендации по эффективному развитию рекреационно-туристской сферы на Дальнем Востоке с учетом комплекса социальных (антропогенных, урбанистических, демографических) факторов и территориальных экономических приоритетов.

Выявление и описание рекреационных ресурсов – достаточно сложная задача. До сих пор не выработано даже единое определение этого понятия, что по нашему мнению связано с употреблением его в разных областях знания и для решения разных задач. По нашему мнению, природные рекреационные ресурсы следует рассматривать как социально-экономическую категорию, зависящую не только от объективных характеристик, но и от общественной потребности в них. Потребность эта определяется, в частности, социально-демографическими, региональными, историческими и другими особенностями отдельных групп населения, для которых планируется рекреационная деятельность, а также возможной в данных условиях технологией рекреационного природопользования.

При таком подходе природные рекреационные ресурсы можно оценивать не в изолированном, самостоятельном виде, а в сочетании с многообразными формами рекреационной активности населения, которые могли бы быть организованы на рассматриваемой территории. Такое множество может включать, например, все принципиально возможные или все реальные на данной территории формы рекреационного обслуживания. Количественной мерой природных рекреационных ресурсов может служить нормативная фактическая или максимально возможная вместимость или пропускная способность рекреационной территории.

Повышенные рекреационные нагрузки на окружающую среду приводят к деградации природных ресурсов, снижают качество отдыха населения. Концепция рекреационных нагрузок была сформулирована еще в 40-х годах XX столетия. На ее основе нами разработаны классификация и методика оценки рекреационной емкости территории. Под этим термином нами понимается пространственная взаимосвязь и функционирование учреждений туризма и отдыха, природных и социальных факторов, благоприятствующих удовлетворению (как организованному, так и стихийному) рекреационных потребностей населения [4].

Можно выделить четыре направления, по которым следует анализировать рекреационную емкость территории: физическое, экономическое, экологическое и социальное. Физическая предельная величина рекреационной емкости территории определяется как

максимальное число единиц – пользователей (людей, машин, судов), которое может физически аккумулироваться на территории. Экономическое направление анализа рекреационной емкости территории предусматривает определение экономической эффективности использования одних и тех же участков территории под разные виды деятельности (в том числе рекреационные). Экологическая емкость определяется как максимальный уровень рекреационного использования экосистемы, при котором еще не начинаются необратимые изменения. Социальная емкость связана с воздействием на рекреантов других ресурсов территории, используемых в сочетании с рекреационными ресурсами.

Оценку рекреационной емкости территории целесообразно производить по пятиступенчатой схеме:

1. Получение соответствующей информации о физико-географической и социально-экономической среде.
2. Выделение главных видов рекреационной деятельности.
3. Установление реальных рекреационных нагрузок (оценка сезонных потоков, доли участия в рекреации разных пользователей ресурсов).
4. Имитационное статистическое моделирование спроса на рекреационные ресурсы.
5. Определение размеров территорий и их рекреационной емкости, необходимых для осуществления основных видов рекреационной деятельности.

Мерой выражения рекреационной емкости территории является итоговый индекс, складывающийся из суммы баллов, скорректированных поправочными коэффициентами. При этом величина коэффициентов соответствует степени проявления отдельных рекреационных факторов (наличия, интенсивности, аттрактивности, ценности и т.д.).

Изложенные теоретические подходы к анализу рекреационных ресурсов позволили провести обзорную оценку территории Дальнего Востока с точки зрения возможностей ее использования для туризма, отдыха, оздоровления и лечения населения.

Природный рекреационный потенциал Дальнего Востока и особенно его южных районов значительно выше, чем в целом по России. Наиболее благоприятные рекреационные территории занимают 16% от всей площади Приморья, тогда как в России - 10%, благоприятные - 23% и 20%, менее благоприятные - 49% и 33%, мало пригодные - 13% и 37% соответственно. Однако освоенность рекреационных ресурсов Дальнего Востока остается низкой, не превышая 15% [3].

Развитие рекреационного хозяйства Дальнего Востока значительно отличается в его южных и северных районах. В соответствии с этим можно выделить две рекреационные зоны, характеризующиеся специфическим набором рекреационных факторов и различной мощностью рекреационных объектов. Южная зона включает территорию Приморского края, Амурской области, юга Сахалинской области и Хабаровского края. Северная зона занимает остальную территорию Дальнего Востока.

Рекреационный комплекс северной зоны Дальнего Востока характеризуется слабым развитием предприятий оздоровительного типа (дома отдыха, пансионаты и туристские базы).

Характерный признак северной зоны – практически полное отсутствие рекреационных систем рангом выше отдельного предприятия. За исключением детских оздоровительных лагерей, почти все рекреационные учреждения сосредоточены вблизи районных центров.

В южной зоне Дальнего Востока, как и в северной зоне, преобладает очаговый характер освоения рекреационных ресурсов, но вследствие большей хозяйственной освоенности ее территории размещение рекреационных предприятий здесь не ограничивается только пригородными районами административных центров. В Приморском и Хабаровском краях представлены рекреационные системы всех основных функциональных типов, хотя наибольшее распространение получили учреждения санаторной и оздоровительной направленности. Для южной рекреационной системы характерно сочетание рекреационных функций отпускного и выходного циклов.

В целом для рекреационного хозяйства Дальнего Востока характерна значительная неравномерность в размещении рекреационных предприятий. Так, в зонах отдыха восьми городов и поселков городского типа, население которых составляет немногим более 50% от числа жителей Приморского края сосредоточено более 80% рекреационных предприятий. Более того, в санаторно-курортной зоне г. Владивостока находится около 50% всех рекреационных предприятий, предназначенных для взрослого населения. Такое размещение обусловлено с одной стороны условиями комфортности отдыха, а с другой - привязанностью рекреационного хозяйства к центрам формирования рекреационного спроса. Первый фактор является определяющим при выборе мест для размещения таких рекреационных предприятий как санатории. Второй фактор преобладает при организации баз отдыха, профилакториев, пансионатов; их сеть распределена более равномерно и имеет конкретную привязку ко всем крупным и средним городам Приморского края.

Расчеты показали, что для 100%-ного удовлетворения рекреационных потребностей населения юга Дальнего Востока при организации, например, длительного (более 7 дней) и кратковременного (1–6 дней) отдыха необходимо около 55 тыс. га специально оборудованных и благоустроенных рекреационных территорий, 210-230 га морских пляжей и примерно 180 га речных и приозерных пляжей. Общая потребность в санаторно-курортных учреждениях по данным Департамента здравоохранения Приморского края составляет 7,4 тыс. мест, из них около 2,1 тыс. мест - детских санаторных учреждений. Емкость учреждений детского летнего отдыха должна составлять не менее 4-5 тыс. мест и т.д. Фактически в 2011-2012 гг. потребность населения юга Дальнего Востока в различных видах рекреационной деятельности по экспертным данным удовлетворялась не более чем на 35%.

Изучение организационных основ рекреационно-туристской деятельности на Дальнем Востоке показало, что механизмы ее эффективного рыночного регулирования в настоящее время не только не внедрены, но и окончательно не разработаны. Об этом в частности свидетельствует отсутствие взаимосвязей между отдельными управляющими звеньями в территориальных органах управления. Ограничимся упоминанием некоторых из них, работающих в наиболее освоенном Приморском крае без совместной стратегии рекреационного

природопользования. Это Федеральная служба по надзору в сфере природопользования, Департамент природных ресурсов и охраны окружающей среды Приморского края, Приморский краевой центр Роспотребнадзора, различные ассоциации, бюро, агентства, занимающиеся организацией туризма и др. В результате рассогласованности в координирующей управленческой деятельности возникает психолого-экономический вакуум, связанный с непониманием очевидных экономических преимуществ ускоренного развития на юге Дальнего Востока рекреационной суботрасли.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы.

1. Разработанная методика комплексной оценки рекреационных ресурсов Дальнего Востока позволяет получать обобщенные и детализированные характеристики отдельных рекреационных районов и проводить рекреационное районирование местности.

2. Рекреационная оценка территорий Дальнего Востока, используемых для отдыха и оздоровления, показывает выраженную дигрессию природных комплексов, слабое развитие туристской инфраструктуры и как следствие – снижение рекреационной привлекательности многих районов традиционного рекреационного использования.

3. Рекреационное районирование территории юга Дальнего Востока позволило выделить 6 рекреационных районов в основном совпадающих с естественными орографическими границами климатических районов, 25 рекреационных подрайонов и 42 микрорайона. Такая территориальная дифференциация рекреационных функций упрощает возможность использования научно-обоснованных рекомендации при осуществлении эффективного рекреационного природопользования на уровне районных администраций.

4. Развитие рекреационных территорий и акваторий Дальнего Востока целесообразно посредством перераспределения рекреационных нагрузок для сохранения уникальных природных комплексов, привлечения дополнительных средств для развития малых и средних населенных пунктов, расположенных вблизи перспективных рекреационных объектов.

5. Разрабатываемый научно-справочный и учебный реестр основных рекреационных ресурсов территории юга и севера Дальнего Востока и картосхема рекреационного районирования дальневосточных территорий позволяют оптимизировать развитие туристской сферы, планировать перераспределение туристских потоков, вводить административные ограничения на использование истощимых рекреационных ресурсов, т.е. содействовать оптимальному развитию рекреационного природопользования на Дальнем Востоке.

Повышение экономической и социальной эффективности рекреационного освоения территории Дальнего Востока может быть достигнуто при частичной переориентации выездных туристских потоков на внутренние (экологические, познавательные, краеведческие, религиозные и др.). Это позволит уменьшить вывоз валютных средств за пределы Российской Федерации и улучшит экологическую обстановку за счет регулируемого туризма.

### **Литература**

1. Бакланов П.Я., Преловский В.И., Качур А.Н., Романов М.Т. Предпосылки и возможности развития экологического туризма на Дальнем Востоке // Мат-лы региональной научно-практич. конференции «Дальтур». Владивосток: Изд-во ДВГАЭУ, 2003. С.21-25.
2. Гуремина Н.В. Ландшафтная характеристика и рекреационное освоение островов залива Петра Великого (Японское море). Авт.реф. дисс. ... канд. геогр. наук, Владивосток, 2005. 24 с.
3. Косолапов А.Б., Лозовская С.А., Плоткина Н.П., Назаренко Н.М. Туристский бизнес Приморского края в условиях мирового экономического кризиса. Фундаментальные исследования. – 2012. – № 11 (4). – С. 995- 998.
4. Косолапов А.Б., Плоткина Н.П., Шевцова С.П. Рекреационное природопользование в Приморском крае. Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2012. – 148 с.
5. Мир водопадов / Сост. П.Ф. Бровко, Ю.Г. Калинин, Б.В. Филимонов и др. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2005. – 184 с.
6. Преловский В.И. Экологический туризм: концепция, содержание основного понятия и некоторые проблемы развития //Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. Мат-лы науч.-практической конференции. – Владивосток: Изд-во ДВГАЭУ, 2003. – С. 278-288.
7. Сазыкин А.М. Перспективы развития туризма Дальнего Востока // Туризм и устойчивое развитие регионов. Материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции. Тверь, 2005.- С.188-191.
8. Теория и практика экологического туризма /Сост. В.И. Бартовшук, А.Б. Косолапов, С.А. Лозовская, О.В. Женжера. – Владивосток: ФОС «Взморье», 2003. – 80 с.
9. Тернейский район. Серия Приморье: природа и ресурсы /Сост. П.Ф. Бровко, М.В. Игнатов, Е.Г. Коновалов и др. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2002. – 170 с.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОЙ РЕКРЕАЦИОННО–ТУРИСТСКОЙ ОЦЕНКЕ ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА**

**Плоткина Н.П.**

Предложен метод многоступенчатой оценки рекреационно-туристских ресурсов крупного региона, основанный на учете информации о физико-географической и социально-экономической среде, выделении главных видов рекреационной деятельности, установлении реальных рекреационных нагрузок, спроса на рекреационные ресурсы и определения размеров территорий и их рекреационной емкости.

Выявлены тенденции развития рекреационных территорий и акваторий Дальнего

Востока. Разработаны рекомендации по эффективному развитию рекреационно-туристской сферы на Дальнем Востоке с учетом комплекса социальных (антропогенных, урбанистических, демографических) факторов и территориальных экономических приоритетов.

**ABSTRACT**  
**APPROACHES TO A COMPREHENSIVE EVALUATION**  
**OF TOURISM RECREATION AND THE RUSSIAN FAR EAST**  
**Plotkina N.P.**

The method of a multistage assessment of recreational and tourist resources of the large region, based on the accounting of information on the physiographic and social and economic environment, allocation of the main types of recreational activity, establishment of real recreational loadings, demand for recreational resources and determination of the sizes of territories and their recreational capacity is offered.

Tendencies of development of recreational territories and water areas of the Far East are revealed. Recommendations about effective development of the recreational and tourist sphere in the Far East taking into account a complex social (anthropogenous, urban, demographic) factors and territorial economic priorities are developed.

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНКАМИНГА**  
**В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

**Галенко Е.В.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

Динамично развивающаяся туристская отрасль Приморского края сравнительно молодая, чему способствовал ранее закрытый статус Приморья. Поэтому туристический бизнес и его инфраструктура не были ориентированы на прием иностранных туристов, что снижало привлекательность края.

Сегодня совершенная туристическая инфраструктура, которая наиболее развитая в столице Приморья – Владивостоке, продолжает развиваться быстрыми темпами, чему способствует государственная поддержка, а также принятые федеральные и краевые программы развития туризма. Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае стало объектом специальной краевой долгосрочной целевой программой, рассчитанной до 2016 г. [1].

В 2012 г. в крае зарегистрировано 237 туристских организаций, функционируют в режиме международного сообщения 18 пунктов пропуска. На территории края работают 16 консульств зарубежных стран. По уровню развития туристской инфраструктуры и концентрации культурно-исторических объектов край занимает ведущее место в Дальневосточном федеральном округе [2].

Одной из проблем развития въездного международного туризма в Приморском крае является отсутствие инкаминга.

Инкаминг представляет собой деятельность, направленную на создание туристического пакета из туристических услуг работающих на территории России поставщиков и доведение его до иностранных потребителей [3].

Поставщиками туристических услуг работающих на территории Приморского края являются:

- коллективные средства размещения Приморского края, которые в 2012 г. составили около 350 предприятий, в том числе более 177 баз отдыха, турбаз и пансионатов. Гостиничное хозяйство края насчитывало 168 гостиниц с номерным фондом 5088 ед.;

- предприятий общественного питания в 2012 г. в Приморском крае зарегистрировано: 80 ресторанов, 121 бар, 616 закусочных, 262 кафе, 35 столовых. На долю предприятий русской кухни приходится не более 5%, китайской кухни – 33%, корейской – 12%, японской – 8%, итальянской – 5%, азербайджанской - 5%, других видах кухни (французская, европейская, американская, индийская и др.) – 32%;

- транспортные предприятия в 2012 г. в Приморском крае представлены: 32 предприятия, осуществляющие междугородные пассажирские автобусные, 6 – международные пассажирские автобусные перевозки, 2 – морские пассажирские перевозки, функционируют несколько предприятий осуществляющих авиационные перевозки. Прямое авиасообщение связывает столицу Приморья с городами Японии, Республики Корея, КНР, КНДР, Таиланда и Вьетнама;

- туристский потенциал Приморского края включают: лечебные грязи, более 100 источников минеральных вод, морские пляжи протяженностью 500 км, 4,1% территории края государственные природные заповедники, 11 государственных природных заказника, 2 национальных парка федерального значения, 1 природный парк регионального значения, памятники природы, ботанический сад, дендрарий. В Приморском крае имеется более 2 тыс. памятников истории и древней культуры, 184 ед. государственных и общественных музеев, картинных галерей, галерей искусств, 9 театров, 2 цирка, океанариум, более 60 оркестров, концертных организаций, центров культуры, более 300 ед. досуговых учреждений, около 30 ед. крупных спортивных комплексов, 10 стадионов, 7 специализированных выставочных центров и др. [2].

В исследованиях проведенных профессором Д.С. Ушаковым, отличительными чертами инкаминга, как вида туристической деятельности является:

- обязательная ориентация производственной деятельности на иностранных потребителей;

- применения в процессе формирования туристического продукта только услуг национальных поставщиков;

- разработка собственной нормативно-правовой базы деятельности;

- ратификация многочисленных правовых актов и межгосударственных договоров, в целях углубления туристических взаимоотношений Российской Федерации с иностранными

государствами[4].

Рассматривая инкаминг, как туроперейтинг в сфере въездного международного туризма в Приморском крае, можно сказать, что для развития данной деятельности имеются в основном все возможности, в том числе 292,8 млн руб., предусмотренных в краевой программе «Развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2011-2016 гг. для выполнения следующих целей программы:

- увеличение объемов въездного и внутреннего туризма в Приморском крае;
- создание на территории Приморского края конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса на основе эффективного использования туристского потенциала и имеющихся туристских ресурсов;
- формирования позитивного имиджа и узнаваемости Приморского края на внутреннем и международном туристических рынках[1].

Тенденцией перспективного развития въездного международного туризма в Приморском крае может стать деятельность инкаминга, для функционирования которого необходимо решить следующие проблемы:

- привести в соответствие с существующими международными стандартами уровень качества услуг национальных поставщиков применяемые в процессе формирования туристического продукта;
- постоянное проведение маркетинговых исследований с целью ориентации производственной деятельности на иностранных потребителей;
- разработать каналы продвижения и сбыта национального туристического продукта;
- дополнить нормативно-правовую базу специализированными правовыми актами различной юридической силы, для обеспечения национальной безопасности страны, защиты интересов собственных туристических предприятий, для регулирования многих отношений в сфере въездного международного туризма, таких как: регистрация иностранных граждан, пересечение ими государственной границы, визовые формальности, страхование иностранных туристов и др.

Несмотря на существующие проблемы, неопытность российского инкаминга как формы коммерческой деятельности, при помощи поддержки государства, свободных рыночных отношений и конкуренции, в Приморском крае есть все основания для реализации программы и создания сильной и эффективной туристической индустрии.

### **Литература**

1. Распоряжение администрации Приморского края от 31 января 2011 г. № 28-ра «О разработке краевой долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае на 2011-2016 годы»»: [Электронный ресурс]: – Режим доступа: [http://www.dv-reclama.ru/dfo/primorskiy\\_kray](http://www.dv-reclama.ru/dfo/primorskiy_kray)
2. Гатауллина С.Ю. Экономика туризма: учеб. пособие. – Владивосток: Издательский

дом Дальневосточного федерального университета, 2012. 160 с.

3. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма: М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. 384 с.

4. Ушаков Д.С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития: М.: Издательский дом «Граница», 2005. 288 с.

**АННОТАЦИЯ**  
**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНКАМИНГА**  
**В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

**Галенко Е.В.**

Рассмотрена проблема развития инкаминга в индустрии туризма Приморского края. В настоящее время Приморский рынок туристических услуг является самым перспективным и динамичным рынком в России. Автор предлагает собственный анализ проблем, сдерживающих развитие туризма в крае. Анализирует законодательную базу, регламентирующую туристическую деятельность, выявляет основные факторы, сдерживающие развитие туризма. А также использует изученные научные работы, в которых затрагивается тема развития инкаминга в России. Автор предлагает свои рекомендации.

**Ключевые слова:** туризм, инкаминг, специальные нормативно-правовые акты, развитие туризма.

**ABSTRACT**  
**PROBLEMS THE DEVELOPMENT**  
**INCOMING OF TOURISM INDUSTRY IN PRIMORSKIY KRAY**

**Galenko E.V.**

The article written is about problems the development incoming of the quality of tourism industry in Primorskiy\_kray. Now Primorskiy market of tourist services is the most perspective and dynamical in Russia. The writer presents a self-made analysis about problems that makes an improvement of quality in tourism industry in kray difficult. The writer takes a closer look at the law in tourism industry. Moreover, he points out the main factors, which makes the development in this industry difficult, as well as the competent work and periodical publications that touch this subject. He gives some recommendations.

**Keywords:** tourism, incoming, special standard legal acts, tourism development.



**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В  
ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

**Матвеева Л.В., Устименко О.А.**

**Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса**

**Пенькова В.А.**

**МОУ СОШ № 76, г. Владивосток**

Туристская индустрия, как системообразующая отрасль экономики России, сегодня является одним из самых важных механизмов её оживления и при успешном развитии может стать одним из ключевых элементов, позволяющих создать условия для социально-экономического развития общества.

Туризм играет важную роль в деле трудовой занятости и повышению жизненного уровня местного населения, способствует развитию инфраструктуры и межрегиональному сотрудничеству.

Всё это учтено в стратегии Приморского края, где туризм определен как сектор возможной специализации региональной экономики, в связи с чем поставлена задача формирования соответствующей мировым стандартам инфраструктуры туризма.

Важным шагом в развитии сферы туризма стала разработка и реализация программы развития туризма в Приморском крае, которая осуществляется в соответствии с концепцией Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)» и в рамках Стратегии социально-экономического развития Приморского края до 2025 г. Главной целью этой долгосрочной программы является создание условий для формирования региональных турпродуктов и повышение их конкурентоспособности на российском и международном туристских рынках [3].

Принятая программа становится важным инструментом и правовой базой государственной поддержки отрасли. Согласно программе в первую очередь, получают развитие наиболее популярные в нашей стране виды туризма: курортно-рекреационный, пляжный, культурно-познавательный, горнолыжный, круизный, а также активные виды отдыха [2,3].

Значительную экономическую и социальную выгоду принесет развитие современных туристских комплексов на Дальнем Востоке. В настоящее время туристы этого региона массово выезжают на отдых и лечение в КНР, где курорты характеризуются высоким уровнем качества сервиса. С целью снижения объёма выездного туризма в пользу внутреннего необходима модернизация и реконструкция туристской инфраструктуры на Дальнем Востоке и конкретно в Приморском крае.

В Приморье в последние годы одним из популярных мест лечения и отдыха не только для приморцев, но и для туристов из Хабаровска, Благовещенска, Комсомольска-на-Амуре и других северных территорий становится Ольгинский район. Особенно привлекательными для прибрежного туризма являются Ольгинский залив с рекой Аввакумовкой, живописное

побережье от Ольги до залива Владимир, залив Владимир с его роскошными пляжами и хорошо прогретой прозрачной водой, река Маргаритовка, бухта Евстафия, акватории и побережье у поселка Моряк-Рыболов, а также серия мелких заливов южнее реки Зеркальная. Большой популярностью пользуется расположенный в тайге Ольгинского района санаторий-профилакторий «Горноводное», созданный на базе бывшей больницы возле источника с целебной водой, о качестве которой говорит тот факт, что на протяжении столетия, преодолевая до тысячи километров, сюда приезжают люди со всего Приморья и Приамурья, чтобы набрать живительной воды и поправить своё здоровье. Во всем мире санаторно-курортная отрасль традиционно рассматривается как составная часть сферы туризма, которая является одной из крупнейших, высокодоходных и динамично развивающихся отраслей современной мировой экономики.

Рекреационные ресурсы Ольгинского района создаются сочетанием мягкого климата в летнее время, привлекательными горно-таёжными и морским ландшафтом, наличием источника минеральной воды «Нарзан». Зимняя рекреация обеспечивается удалённостью от береговой полосы, расположением на пересечённой местности с ослабленным ветровым режимом и устойчивым залеганием снежного покрова. Данная территория обладает оптимальными природными характеристиками, разнообразием пейзажей, высокой эстетической ценностью, выраженной рекреационной перспективой.

Несмотря на достаточно эффективное восстановительное лечение, уникальность природно-климатических ресурсов, санаторий-профилакторий «Горноводное» не является интенсивно посещаемым санаторием Приморского края. Рентабельность предприятия невысокая. «Недозаезд» может составлять от 8–25% в зависимости от сезона года. Организация менеджмента не позволяет санаторию оперативно реагировать на постоянно меняющиеся запросы потребителей, что в долгосрочной перспективе может привести к неблагоприятным последствиям для учреждения в целом. Выше сказанное делает необходимым расширение ассортимента дополнительных рекреационно-оздоровительных услуг, привлечение потенциальных групп их потребителей (студентов в каникулярное время, профессиональных спортсменов в реабилитационном периоде).

Основными сдерживающими факторами для нормального функционирования данного лечебного учреждения является отдаленность от городов (около 500 км от Владивостока), отсутствие транспортной инфраструктуры (большая часть пути к санаторию – бездорожье), отсутствие квалифицированного персонала (в штате один врач 1 квалификационной категории), отсутствие финансовой поддержки со стороны муниципальных образований государственной власти. Учитывая наличие на данной территории благоприятных ландшафтов для рекреации и туризма, необходимо развертывание сети экологических маршрутов по ландшафтам, не нарушенным хозяйственной деятельностью.

В настоящее время в Приморском крае отсутствует мониторинг экосистем и биоресурсов как на пути массовых маршрутов, так и мониторинг в заповедниках и национальных парках. В то же время хорошо организованные системы мониторинга могли бы стать частью

познавательных программ для экотуристов, в частности и в Ольгинском районе. Как правило, отсутствует образовательный компонент в организации тура. Нет гидов, хорошо знающих флору и фауну, обладающих необходимыми познаниями в области психологии, не обученных приемам анимационной деятельности. Экотуристы не участвуют в решении местных экологических проблем. Нет четкого планирования потоков туристов, формирование групп происходит случайно, они никем не контролируются и не учитываются. Нет точного расчета себестоимости экотуров, планируемой прибыли и затрат. Вследствие этого расценки на туры или сильно занижены и вследствие этого невыгодны, или слишком завышены и потому не пользуются спросом. Нет капиталовложений в развитие экотуризма, не отчисляются финансовые средства ни на восстановление экосистем, ни на развитие инфраструктуры [1].

Санаторий – профилакторий «Горноводное», помимо выполнения основной лечебной деятельности смог бы стать туристической базой для проведения экологических туров. Глобальное значение экотуризма в том, что он способствует охране редких и исчезающих экосистем, являющихся резервуаром биоразнообразия в регионах. Доходы от экотуристического бизнеса могут инвестироваться в инфраструктуру, которые больше никак не финансируются и на посещаемых туристами территориях, и в других областях Приморского края. Туристический бизнес является одним из самых привлекательных видов бизнеса. Природные ресурсы при этом не расходуются, поэтому многие страны мира формируют значительную часть бюджета именно за счет экотуризма. Регионом туристической перспективы, экологический потенциал которого не используется, является Приморский край, в частности Ольгинский район.

### **Литература**

1. Егорова Е.Н. Методики оценки природного туристско-рекреационного потенциала / Е.Н. Егорова // Региональная экономика. Теория и практика. – 2010. - № 43. – С.49-52.
2. Мартыненко Н.С. Исследование структуры потребления туристических продуктов в Приморском крае / Н.С. Мартыненко // Региональная экономика. Теория и практика. – 2010. - № 26. – С. 60-68.
3. Стратегия социально-экономического развития Приморского края до 2025 г. / Закон Приморского края от 20 октября 2008 г. № 324-КЗ // Правовая база Консультант Плюс.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

**Матвеева Л.В., Устименко О.А., Пенькова В.А.**

Экзотические ландшафты, многообразие флоры и фауны Приморского края привлекают большое число туристов. Благоприятные климатические условия и неисчерпаемость природных

богатств делают этот регион идеальным местом практически для всех видов туризма, в том числе экологического. В настоящее время в Приморском крае отсутствует мониторинг экосистем и биоресурсов как на пути массовых маршрутов, так и мониторинг в заповедниках и национальных парках. В то же время хорошо организованные системы мониторинга могли бы стать частью познавательных программ для экотуристов, в частности и в Ольгинском районе. Санаторий-профилакторий «Горноводное» сможет стать туристической базой для проведения экологических туров.

**ABSTRACT**  
**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT**  
**OF ECOTOURISM IN THE PRIMORSKY TERRITORY**  
**Matveeva L.V., Ustimenko O.A., Penkova V.A.**

Exotic landscapes, the diversity of the flora and fauna of the Primorsky Territory tourist destination. Favorable climatic conditions and inexhaustible natural resources make this an ideal place for all kinds of tourism, including environmental. Currently in Primorye is no monitoring of ecosystems and biological resources as a way of mass routes and monitoring in reserves and national parks. At the same time, well-organized system of monitoring could be part of educational programs for eco-tourists, particularly in the area of Olginskiy. Sanatorium "Gornovodny" can become a tourist base for ecological tours.

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЦЕННОСТИ ТЕРРИТОРИЙ**  
**В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ**  
**Егорова Е.Н., Походяев И.Н.**

**Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского, г. Владивосток**

Для осуществления оптимального выбора размещения будущего туристско-рекреационного объекта, еще до начала проектирования, необходимо сравнить имеющиеся территории по их рекреационной ценности.

Рекреационная ценность любой территории определяется наличием природных ресурсов, необходимых для возникновения рекреационной привлекательности территории, и использования ее в рекреационных целях путем вовлечения в туристско-рекреационную деятельность.

Законодательством РФ определено, что из хозяйственного использования изымаются (частично или полностью) некоторые особо значимые для государства территории, для которых установлен режим особой охраны, называемые особо охраняемыми природными территориями (ООПТ). При этом законодательно установлено, что ООПТ представляют собой «участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются

природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение» [1].

В этой связи можно утверждать, что наличие на какой-либо территории объектов ООПТ, однозначно определяет ценность данной территории с точки зрения ее привлекательности для использования в рекреационных целях и формирования туристско-рекреационных объектов. Другими словами, рекреационную ценность территории можно увязать с присутствием на ней объектов ООПТ. Предлагается оценивать рекреационную ценность территории, региона (или страны) с точки зрения качественного и количественного анализа объектов ООПТ. Поскольку в соответствии с законодательством РФ определяется несколько различных категорий ООПТ, и для каждой из категорий обозначен свой порядок ведения хозяйственной деятельности и охраны, то оценку рекреационной ценности территории следует производить по каждой из категорий.

В качестве категорий ООПТ в соответствии с законодательством выделяют [1]: государственные природные заповедники, в том числе биосферные; национальные парки; природные парки; государственные природные заказники; памятники природы; дендрологические парки и ботанические сады; лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Необходимо предварительно выделить анализируемые территории, сравнение которых будет производиться (например, по административному делению в границах региона или по другому принципу).

Оценка интегрального показателя рекреационной ценности территории может быть представлена в виде блок-схемы (рис. 1).

Процедура оценки интегрального показателя рекреационной ценности территории включает в себя следующие этапы:

1. Определение «условного количества объектов» данной категории ООПТ, расположенных на каждой из сравниваемых территорий. Предполагаем, что если объект ООПТ (например, государственный природный заповедник) расположен целиком на выбранной территории, то показатель его условного количества равен 1. Если же заповедник расположен, например, сразу на 3-х территориях, то предполагаем, что для одной территории его условное количество принимает значение  $1/3$ .

2. Расчет значения показателя «доля условного количества объектов» данной категории ООПТ на каждой из рассматриваемых территорий в общем количестве объектов данной категории ООПТ рассматриваемых территорий. Например, если на данной территории расположены 3 государственных природных заповедника, а всего на сравниваемых территориях их 10, то доля условного количества заповедников для данной территории будет равна 30%.

3. Определение «условной площади объектов» каждой категории ООПТ на каждой из рассматриваемых территорий. Например, государственный природный заповедник площадью 60 га расположен на 3-х из рассматриваемых территорий. В этом случае условная площадь этого заповедника рассчитывается для каждой из 3 территорий, как  $60 \text{ га} / 3 = 20 \text{ га}$ .

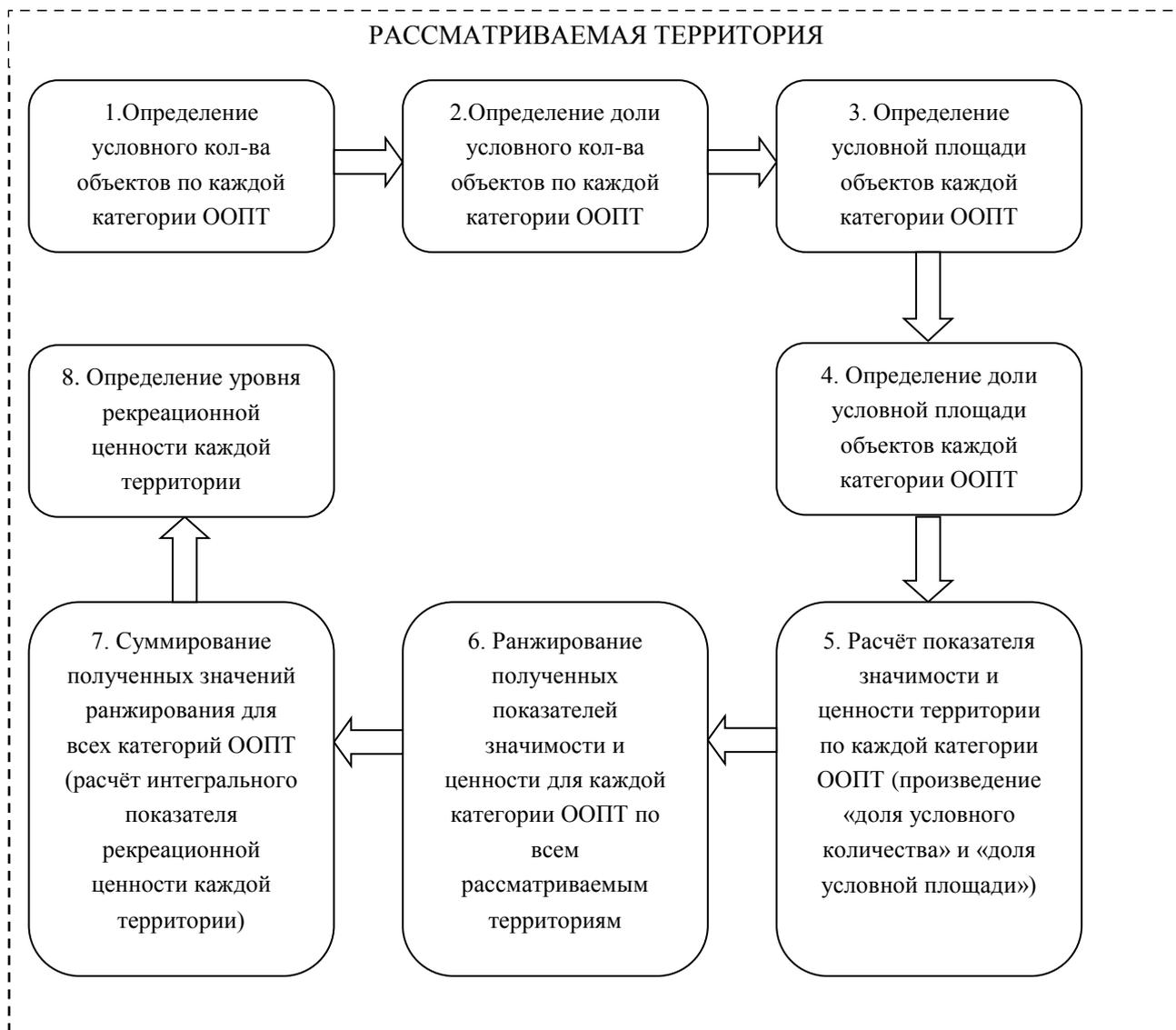


Рис. 1. Схема определения интегрального показателя рекреационной ценности территории

4. Расчет значения показателя, характеризующего «долю условной площади объектов» данной категории ООПТ, расположенных на каждой территории в общей площади всех объектов данной категории ООПТ рассматриваемых территорий. Предположим, условная площадь государственного природного заповедника на данной территории равна 20 га, а общая площадь всех государственных заповедников, расположенных на рассматриваемых территориях – 100 га. Соответственно, доля условной площади заповедников на данной территории составит 20%.

5. Расчет показателя «значимости и ценности» каждой территории по критерию наличия объектов данной категории ООПТ (произведение показателя «доля условного количества объектов» данной категории ООПТ на показатель «доля условной площади объектов» данной категории ООПТ).

6. Ранжирование полученных значений показателя значимости по всем территориям.

Расчет и ранжирование показателя значимости и ценности территории (пункты 1–6) по критерию наличия объектов осуществляется для каждой из семи категорий ООПТ. Для категорий ООПТ, не имеющих измеряемой площади (например, памятники природы), показатели оценки условной площади и доли условной площади не рассчитываются.

7. Определение интегрального показателя рекреационной ценности каждой территории путем расчета суммарного значения полученных показателей ранжирования для всех категорий ООПТ. Наибольшей рекреационной ценностью обладает территория с минимальным значением интегрального показателя.

9. Определение уровня рекреационной ценности каждой территории и присвоение ему определенного приоритета вовлечения в туристско-рекреационную деятельность («высокий», «средний», «низкий», «незначительный») с помощью рейтинговой шкалы.

Таблица 1 – Пример рейтинговой шкалы для 5 рассматриваемых территорий по 4 категориям объектов ООПТ

	Сумма полученных значений ранжирования для всех категорий ООПТ	Процентная норма значения в множестве баллов, %	Уровень рекреационной ценности, баллы		Приоритетность вовлечения в туристско-рекреационную деятельность
<b>min</b>	4	0	высокий	1	наибольший приоритет вовлечения
	5	6,2			
	6	12,5			
	7	18,7			
	<b>8</b>	<b>25</b>			
	9	31,2	средний	2	эффективное вовлечение
	10	37,5			
	11	43,7			
	<b>12</b>	<b>50</b>			
	13	56,2	низкий	3	возможное вовлечение
	14	62,5			
	15	68,7			
	<b>16</b>	<b>75</b>			
	17	81,2	незначительный	4	наименьший приоритет вовлечения
	18	87,5			
	19	93,7			
<b>max</b>	20	<b>100</b>			

Для определения уровня рекреационной ценности территории и отнесения его к определенной категории формируется рейтинговая шкала [2, с. 109], в которой устанавливается максимальное и минимальное значение интегрального показателя в зависимости от количества категорий объектов ООПТ и количества зон территориального деления, рассматриваемых для потенциального размещения будущего туристско-рекреационного объекта (табл. 1).

Предлагаемая методика позволяет определить уровень рекреационной ценности территорий региона на основе расчета интегрального показателя рекреационной ценности с целью выявления наиболее приоритетных территорий для вовлечения в туристско-рекреационный комплекс и формирования туристско-рекреационных объектов.

### **Литература**

1. Об особо охраняемых природных территориях: Федеральный закон РФ от 14.03.1995 г., № 33-ФЗ. (в ред. от 25.06.2012 г.).
2. Егорова Е.Н., Мотрич О.В. Методические аспекты комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала региона // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: «Экономика», выпуск 6 (41), 2010. С. 101–111.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЦЕННОСТИ ТЕРРИТОРИЙ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ**

**Егорова Е.Н., Походяев И.Н.**

Разработан алгоритм расчета оценочного интегрального показателя уровня рекреационной ценности территории в целях сравнения рекреационного потенциала различных территорий для определения тех из них, которые относятся к приоритетным с точки зрения активного вовлечения в туристско-рекреационный комплекс региона.

**Ключевые слова:** оценка рекреационной ценности территории, рекреационный потенциал территории, туристско-рекреационный комплекс.

### **ABSTRACT**

#### **IDENTIFICATION OF RECREATIONAL AREAS VALUES FOR THE PURPOSE OF FORMING THE TOURIST-RECREATIONAL OBJECTS**

**Egorova E.N., Pokhodyaev I.N.**

Abstract: developed an algorithm for calculating the evaluation of the integral indicator of the recreational value of the territory in order to compare the recreational potential of different areas to identify those that have a high priority in terms of involvement in the tourist and recreational complex in the region.

**Keywords:** evaluation of the recreational value of the territory, the recreation potential of the

territory, tourist and recreational complex.



## **МОДЕЛЬ ВОДНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

**Гомилевская Г.А.**

**Владивостокский государственный университет экономики и сервиса**

Туризм в 21 веке занимает важнейшую позицию в мировой экономике. Согласно данным ЮНВТО известно, что индустрия туризма уже обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта при продолжающемся ежегодном росте числа международных туристских поездок.

В Российской Федерации в настоящее время туризм рассматривается как одна из приоритетных сфер развития национальной экономики, повышения уровня благосостояния населения, обеспечения социальной стабильности общества. В принятой в 2011 г. Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2018 годы» (далее Программа) отмечается, что «туризм является одним из важных направлений оживления экономики, ...выступает катализатором социально-экономического развития регионов Российской Федерации» [1].

Следует отметить, что в качестве организационной и финансовой Концепции [2] реализации Программы предложен кластерный подход, который ориентируется на инфраструктурное обеспечение ограниченного числа субъектов Российской Федерации, наиболее перспективных с точки зрения развития внутреннего и въездного туризма, в сочетании с проектами федерального масштаба.

Помимо этого, об актуальности и практической значимости применения кластерного подхода в Российской Федерации свидетельствуют принятые на государственном уровне ряд решений о формировании особых экономических зон туристско-рекреационного типа, а также ряд научных работ, направленных на исследование кластеризации туристской индустрии.

Классическое определение кластеру дает Майкл Портер [3], как группе географически сконцентрированных взаимосвязанных компаний и организаций, действующей в определенной сфере на взаимодополняющих принципах. В этой связи в туристском кластере реализован основополагающий принцип государственно-частного партнерства, что является «реальным механизмом сотрудничества в проведении совместной деятельности всех заинтересованных факторов с целью реализации программ и планов, направленных на эффективизацию туристского направления в развитии города, области, региона» [4].

По мнению И.Г. Шепелева и Ю.А., Марковой [5], кластерные образования стимулируют усиление конкурентных преимуществ не только предприятий, но и являются инструментом укреплению региональной структуры, «объектом поддержки в рамках стратегий регионального развития» на основе развития уже существующих на территориальном уровне связей или

создания новых.

На наш взгляд, понятие кластеров применимо как к формированию полифункциональных туристско-рекреационных комплексов, расположенных на отдельной территории, поскольку туристская мотивация имеет многоуровневую природу и может в отдельных сегментах включать различные побудительные факторы, так и к выделению кластеров по отдельным видам и направлениям туризма. Очевидным примером применимости такого распределения является применимость кластера второго типа к водному туризму.

Следует отметить, что водный туристский кластер включает в себя схожие черты с любым туристским кластером. К ним относится, прежде всего, взаимодействие предприятий и организаций по созданию туристского продукта полного цикла в пределах туристско-рекреационной зоны, обеспечивающее предоставление туристам базовых и специализированных услуг. В то же время, водный кластер имеет существенное отличие от других типов туристских кластеров, которое выражается в большей его протяженности, где основная зона туристского интереса обязательно включает водные пространства и береговую линию.

На основании исследовательских материалов [6] нами разработана модель водного туристского кластера, который включает: координационно-управляющий, пространственно-образующий, политико-формирующий компонент, компонент финансового обеспечения, сектор поставки, производства и сбыта, сектор научно-исследовательского, маркетингового и кадрового обеспечения.

Совокупность выделенных компонентов и секторов позволяет:

- координацию деятельности участников кластера и распределение полномочий по производству и реализации туристского продукта;
- использование участниками цепи туристского кластера природного и рекреационного потенциала региона;
- институциональный инструментарий с выработкой нормативно-правового механизма функционирования кластера;
- финансовое и инвестиционное сопровождение операций внутри кластера;
- непосредственно производственное обеспечение базовыми, специализированными и сопутствующими услугами по удовлетворению туристских потребностей (размещение, транспорт, питание, экскурсионные услуги, услуги водного туризма, развлечения, услуги по продаже туристского продукта и т.п.);
- научно-исследовательское, кадровое и маркетинговое обеспечение направлено использование методов рационального природопользования, туристского проектирования, маркетингового планирования и продвижения территории, а также планирование и подготовку необходимого профессионального уровня кадров.



Рис. 1. Основные компоненты, формирующие водный туристский кластер  
Разработано автором по [6]

Итогом такого взаимодействия является формирование эффективного туристско-рекреационного комплекса, инновационный рост в индустрии туризма, повышение эффективности бизнеса и туристского интереса на основе эффекта синергии государственно-частного партнерства.

Обоснованием создания модели водного кластера в Приморском крае могут служить следующие внешние предпосылки:

1. Принятый на государственном уровне ряд решений о формировании особых экономических зон туристско-рекреационного типа;
2. Низкие темпы интеграции водных туристских территорий в систему развития туризма РФ;
3. Высокая заинтересованность бизнеса и туристов в освоении водных ресурсов РФ;
4. Недостаток проектов, направленных на развитие инфраструктуры водного туризма.

Внутренними предпосылками водного туризма Приморского края исследователи традиционно определяют географическое положение, социально-экономическое развитие и природно-климатические условия.

Приморский край на 2009-2012 сохраняет высокий рост экономики среди субъектов Дальневосточного ФО, а также является лидером по уровню туристской привлекательности. Приморье обладает широким спектром производственных, технологических, интеллектуальных и природно-климатических потенциалов и ресурсов:

• В рейтинге инвестиционной привлекательности агентства «Эксперт РА» Приморский край среди субъектов Российской Федерации в 2012 г. занял 22 место. В экономику и

социальную сферу края за год привлечено 278,4 млрд рублей инвестиций, 21,3% к уровню 2010 г. [7];

- В рейтинге Фонда «Петербургская политика» в марте 2013 г. Приморский край получил 6,4 балла из 10 возможных и сохранил позиции в категории регионов со средней устойчивостью [8];

- По данным РИА Рейтинг край сохраняет 4 место Дальневосточного региона в рейтинге уровня долговой нагрузки [8];

- В рейтинге привлекательности городов России 2011 г. Российского союза инженеров Владивосток занимает 15 место и является лидером на ДВ [9];

- Согласно данным экологического рейтинга регионов России 2011 г. Приморский край занял 28 место [10];

- В 2011 г. на территорию Приморского края въехали 82414 иностранных туристов, что составило 121,6% к 2010 г. [11];

- Объем внутреннего турпотока в Приморском крае стабильно увеличивается, с ежегодным темпом роста 10-12%. В 2011 г. по оценочным данным было совершено более 720 тыс. турпоездки [11];

- На территории Приморского края сконцентрировано наибольшее число частного водно-моторного и парусного флота Дальневосточного округа.

Южное побережье Приморского края, не смотря на выраженную сезонность, является наиболее привлекательной территорией для морского отдыха на территории Дальнего Востока России, и, в этой связи, водный туризм может служить перспективным направлением развития туризма на территории края. Более того, в государственной программе Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013-2017 годы» водным туризм выделен в качестве приоритетного туристского направления [11]. Логично, что для достижения программных индикаторов и, в первую очередь, значительного увеличения внутренних и въездных туристских потоков (на 2017 год – до 5млн.человек) необходимо формирование специализированных территорий, способных обеспечить туристов комплексом специализированных услуг.

Природные ресурсы, а так же территориальная близость большого количества потенциальных туристов создают нужные предпосылки для развития края, как глобального туристского центра.

Остров Русский был выбран как территория, наиболее подходящая для реализации модели водного туризма. Выбор территории определён несколькими причинами:

1. Остров Русский определен, как территория создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа;

2. Высокая степень привлекательности территории со стороны туристского бизнеса как зоны туристско-рекреационного потенциала и инвестиционных перспектив.

3. Сложились выгодные маркетинговые условия в связи с проведением международного саммита АТЭС 2012

4. Остров расположен вблизи крупных населённых пунктов, на пути крупных круизных

маршрутов и создана развитая транспортная инфраструктура в т.ч. мост, связывающий г. Владивосток и остров.

5. Островные границы являются естественными географическими территориальными границами кластера.

Определяя основные целевые группы туристов и наиболее перспективные направления водного отдыха, было проведено исследование международного рынка водного туризма (рис. 2).

Туристские водные ресурсы территории включают морское побережье, прилегающие островные территории и часть залива Петра Великого. Бизнес среду кластера представляют предприятия водного туризма (прокатные центры, яхт и дайвинг клубы), предприятия торговли, размещения и питания расположенные на побережье, туроператоры, турагенты и экскурсионные бюро, специализирующиеся на водном туризме, предприятия сервиса водных средств передвижения, стоянки для яхт и катеров. Роль государства заключается в создании транспортной и коммуникационной инфраструктуры, контроле за ведением предпринимательской деятельности, создании инвестиционного и туристского привлекательного образа и контроле над использованием природных ресурсов.

государственные структуры	предприятия водного туризма	береговая инфраструктура	базовые туристские услуги	производители тур продукта	ресурсы водного туризма
<ul style="list-style-type: none"> <li>• норм.- правовое регулирование</li> <li>• сертификация и лицензирование</li> <li>• безопасность</li> <li>• инвестиционные программы</li> <li>• социальная инфраструктура</li> <li>• охрана природных, культурных ресурсов</li> <li>• Маркетинг территории</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• прокатные центры</li> <li>• яхт клубы</li> <li>• дайвинг клубы</li> <li>• школы гребли</li> <li>• сёрф центры</li> <li>• морские транспортные компании</li> <li>• предприятия торговли водной техникой и расходными материалами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• марины</li> <li>• причалы</li> <li>• сервисные предприятия</li> <li>• заправочные станции</li> <li>• пляжные территории</li> <li>• береговые знаки</li> <li>• маяки</li> <li>• набережные</li> <li>• системы защиты от акул</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• предприятия торговли</li> <li>• размещение</li> <li>• питание</li> <li>• транспортные услуги</li> <li>• информационные центры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• тур операторы</li> <li>• тур агенты</li> <li>• экскурс. бюро</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• море</li> <li>• заливы, бухты</li> <li>• острова</li> <li>• пляжи</li> </ul>

Рисунок 2 - Состав участников туристского водного кластера

Разработано автором

В 2012 г. исследовательской группой Института региональной политики (IRP GROUP) была разработана концепция создания ОЭЗ «Остров Русский». Согласно данной концепции условно стратегию развития ОЭЗ можно разделить на два направления: туристское (создание туристско-рекреационной зоны) и инновационное (создание технопарка) (рис. 3).

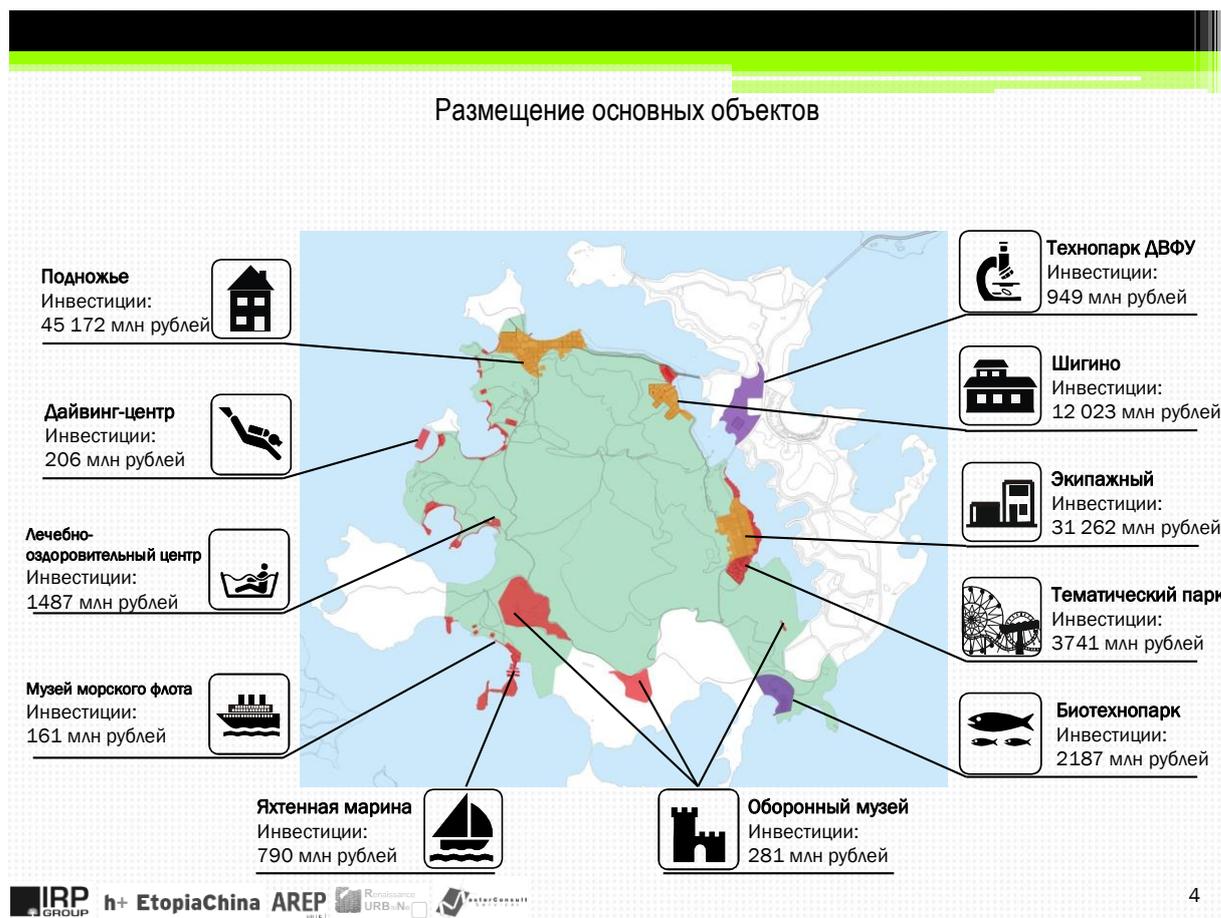


Рис. 3. Объекты туристского кластера ОЭЗ «остров Русский» [12]

Как видно из рис. 3, значительную роль в реализации концепции и создании особой экономической зоны выполняют объекты туризма, в том числе специализированные объекты дайвинг-центр, яхтенная марина, музей морского флота, и объекты общего туристского назначения, в которые также могут быть включены элементы водного туризма – лечебно-оздоровительный центр, тематический парк, средства размещения и питания.

Тем не менее, по нашему убеждению, в представленной IRP GROUP концепции водный туризм имеет недостаточное позиционирование на социальных направлениях туризма. Так, ориентируясь на природно-климатические условия и темпы развития отдельных направлений водного отдыха и развлечений на территории Приморского края, нами выделены наиболее перспективные из них:

- VIP отдых - яхтенный туризм, дайвинг и сёрфинг;
- социальный туризм - каякинг, морская рыбалка, круизный (водные экскурсии) и пляжный туризм.

Если VIP отдых в концепции представлен в полном объеме, то для развития социальных направлений водного кластера специализированные туристские объекты либо полностью отсутствуют, либо представлены не в полном объеме. К примеру, одной яхтенной марины (морской деревни) недостаточно. В качестве альтернативы нами предлагается обустройство

нескольких таких деревень. Также возможно использование плавучих марин, которые можно перемещать и в другие районы Приморского края. Таким образом может формироваться гибкий механизм развития туристского кластера в регионе.

Создание водного туристского кластера на территории Приморского края направлено на достижение ключевых целей:

- практическая реализация процессов кластерного взаимодействия предприятий туристского рынка, образовательных учреждений, научно-исследовательских организаций, структур власти и финансовых институтов региона.
- повышение инновационного потенциала и инвестиционной привлекательности региона, развитие внутреннего и въездного туризма;
- интеграция территории в систему российского и мирового туристского рынка и развитие международного сотрудничества в этой области;
- повышение производительности и конкурентоспособности предприятий туристской инфраструктуры, ориентированных на внутренний региональный рынок и на рынок ЕврАзЭП [13];
- выработка и реализация наиболее перспективных способов продвижения туристских территорий на федеральном и международном рынке путём государственно-частных программ (в качестве презентационного материала реализации маркетинговых решений водных туристско-рекреационных зон разработан журнал об о. Русском).

В качестве примера активного продвижения с использованием принципов территориального маркетинга на основе систематизированных информационных материалов об услугах, предоставляемых различными организациями на территории острова Русский и касающихся направлений водного туризма, предложена модель создания электронного журнала (рис. 4).



Рис. 4. Проект журнала «Водный туризм на о. Русский»

Рекламные и аналитические статьи о водных ресурсах, объектах, услугах позволят привлечь дополнительный туристский рынок, создать прозрачное информационное поле о возможностях острова в рамках организации водного отдыха и туризма, позиционировать Приморский край как регион с развитым водным туризмом и для туристов, ориентированных на водный отдых.

### **Литература**

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2018 годы: Федеральная целевая программа [Электронный ресурс] // Официальный сайт Российского Союза туристической индустрии. – 2013. - URL:<http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140245/>
2. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 Годы)» от 8 декабря 2010 г. № 1004 [Электронный ресурс]. / Официальный сайт Федер. агентства по туризму РФ. – 2013. – <http://www.russiatourism.ru/files/section-6/section-262/pravo.nnm.ru/zakony>
3. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Международные отношения, 2003. – 462 с.
4. Лысикова О.В. Туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития / О.В. Лысикова, Е.В. Лукьяненко // Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа: материалы регион. научно-практ. конф. Елец, 29-30 сентября 2009 г. – Елец, 2009. – С.28-32.
5. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов / [Электронный ресурс]. Электронный научный журнал «Современные исследования социальных проблем». - 2012. - URL:<http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/3/markova.pdf>
6. Маевский Д.П., Лучко О.Н., Кулагина Е.В., Грицай М.А., Мокеев Г.И. Структурно-функциональная модель туристско-рекреационного кластера Омской области [Электронный ресурс] / Сайт научно-теоретического журнала «Ученые записки университета имени П.С.Лесгафта» - 2012. - URL:<http://lesgaft-notes.spb.ru/?q=ru/node/4956>
7. Приморский край рвется в лидеры экономического роста // Дальневосточный капитал. – 2012. – 24 августа. – С.15.
8. Приморский край сохраняет позицию устойчивости в рейтинге регионов России [Электронный ресурс] / Сайт администрации Приморского края. – 2013. - <http://www.primorsky.ru/news/common/32156/>
9. Рейтинг городов России [Электронный ресурс] / Сайт РИА PrimaMedia. – 2012. - <http://vladtop.ru/news/life/2894-vladivostok-voshel-v-15-samyh-privlekatelnyh-gorod-rossii.htm>
10. Экологический рейтинг регионов России / Dalrate.ru. - 2011. - [www.dalrate.ru/federal/rejtingi\\_05.05.2011\\_162158\\_ekologicheskij-rejting-regionov-dalnego-vostoka.html](http://www.dalrate.ru/federal/rejtingi_05.05.2011_162158_ekologicheskij-rejting-regionov-dalnego-vostoka.html)
11. Развитие туризма в Приморском крае на 2013-2017 годы: государственная программа Приморского края [Электронный ресурс] / Сайт администрации Приморского края. – 2013. -

[http://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments /tourism/the-state-program-of-primorsky-krai-tourism-development-in-the-primorsky-territory-on-the-2013-2017](http://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism/the-state-program-of-primorsky-krai-tourism-development-in-the-primorsky-territory-on-the-2013-2017)

12. Концепция создания и развития особой экономической зоны «Остров Русский» [Электронный ресурс] / Сайт IRP GROUP. – 2012. - URL: <http://www.inregeo.ru/p/sozдание-promyshlenno-proizvodstvennoj-osoboj-ekon/>

13. Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 года [Электронный ресурс] // URL: <http://www.sibfo.ru/strategia/strdok.php>. - Дата обращения 22.04.2012.

**АННОТАЦИЯ**  
**МОДЕЛЬ ВОДНОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА**  
**НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

**Гомилевская Г.А.**

В ходе оценки перспективности туристского потенциала юга Дальнего Востока Приморский край выделяется, как полифункциональная территория, где водный туризм развит крайне слабо. Основными причинами недостаточного развития является отсутствие системы организационно управленческих и технологических решений, которые успешно применяются на других территориях. Приморский край обладает значительным потенциалом для развития уже популярных и ещё новых методов управления и развития туризма в акваториях.

В статье сформулированы основные компоненты модели водного туристского кластера, которые определяют направления работы по созданию и развитию максимально эффективного туристского комплекса Приморского края.

**ABSTRACT**  
**MODEL OF WATER-SEA TOURIST**  
**KLASTER ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY REGION**

When assessing the prospects of tourist potential of the southern Far East, Primorye stands out like a multifunctional area where boating is poorly developed. The main cause of underdevelopment is the lack of organizational management and technology solutions that have been successfully used in other areas. Primorsky region has significant potential for the development of the already popular and has new management and development of tourism in the waters. The article defines the basic components of the model of water tourism cluster that determine the course of action on the establishment and development of the most effective tourist complex in Primorsky region.



**ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА  
«АРСЕНЬЕВ» НА ТЕРРИТОРИИ АРСЕНЬЕВСКОГО ГОРОДСКОГО  
ОКРУГА**

**Головки Е.В.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г.  
Владивосток**

В соответствии с государственной программой Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2017 гг., в структуру которой входят три подпрограммы, одной из основных задач развития туризма в Приморье является создание инфраструктуры индустрии туризма с использованием кластерного подхода.

Цели подпрограммы № 1 «Развитие туристско-рекреационного комплекса на территории Приморского края» - формирование конкурентоспособной инфраструктуры туризма в наиболее перспективных для развития внутреннего и въездного туризма районах приморского края, а также повышение инвестиционной привлекательности отрасли туризма, равномерное территориально-рекреационное развитие районов Приморского края. Механизмом формирования современного туристско-рекреационного комплекса на территории Приморского края является кластерный подход. Кластерный подход предполагает сосредоточение в рамках территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей турпродукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. В рамках формирования туристско-рекреационных кластеров на основе научно-обоснованных решений и использования механизмов государственно-частного партнерства предусматривается создание наиболее благоприятных условий для развития в крае инфраструктуры туризма и гостеприимства.

Туристско-рекреационный кластер - это комплекс взаимосвязанных между собой объектов рекреационной и культурной направленности - коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой.

Определение наиболее перспективных территорий Приморского края для создания туристско-рекреационных кластеров осуществлялось с учетом таких факторов, как демографическая ситуация и географическое положение территории, наличие и состояние туристских ресурсов (объектов показа, достопримечательностей и т.д.), наличие базовой инфраструктуры, транспортная доступность, обеспеченность местами размещения, уровень развития экономики [1].

Одно из мероприятий в рамках подпрограммы № 1 - формирование туристско-рекреационного кластера на территории Арсеньевского городского округа. Расположенный в центре Приморского края молодой город, окруженный живописным Сихотэ-Алинским хребтом, в последнее время позиционирует себя не столько как город авиа- и

машиностроителей, сколько как город гостеприимства, туризма и оздоровления.

Город Арсеньев с точки зрения туризма интересен тем, что в нем сосредоточено множество уникальных туристских «магнитов»: начиная от горнолыжной базы на сопке «Обзорная» и аэроклуба, которые известны далеко за пределами Приморского края, до уникальных, малоизвестных даже в городе явлений - цветения лотосов на озёрах Ореховое, Казённое и туристских достопримечательностей.

Инфраструктура города Арсеньева вместе с природными ресурсами таят в себе огромный потенциал для развития туризма. Здесь есть хорошие гостиницы, пусть даже не совсем соответствующие высоким стандартам, множество предприятий питания, ориентированных на разные сегменты потребителей, достаточная транспортная инфраструктура, объекты туристского показа, базы отдыха, спортивные комплексы и площадки, то есть то, с помощью чего необходимо развивать имеющиеся возможности города. Однако в настоящее время Арсеньев имеет ряд проблем, связанных с недостаточным использованием своих преимуществ в туризме и гостеприимстве. Несмотря на все вышеперечисленное город чувствует экономический эффект от туристской отрасли только зимой, в снежный период (пик притока туристов: с 20 декабря по 10 января, в период новогодних праздников). Обилие туристских «магнитов» самих по себе не создает туристского продукта, есть множество разрозненных туристских услуг, которые практически никто не продвигает на рынке.

На сегодняшний день имеется достаточное количество **положительных факторов**, которые выделяют городской округ из числа других приморских городов и позитивно влияют на развитие в городе въездного и внутреннего туризма:

### **1) Природный и географический потенциал**

Находясь в центральной части Приморского края, город занимает выгодное рекреационно-географическое положение (равноудаленное) для основных населенных пунктов Приморского края, с которыми он связан автомобильными дорогами. Город Арсеньев способен принять и обслужить транзитный грузо-, пассажиропоток, следующий из городов Приморья и зарубежья в северную часть Приморья (Дальнегорск, Терней). Строительство федеральной трассы, минуя г. Уссурийск, значительно сократило расстояние от столицы – Владивостока до Арсеньева и время поездки до 2,5-3 часов. Отсюда - близость для потенциального клиента из Владивостока, Хабаровска и других городов Дальнего Востока. Помимо преимуществ географического положения город обладает благоприятными климатическими условиями, разнообразием рельефа (сопка Обзорная), водными объектами (по территории города протекает две реки – Дачная и Арсеньевка) и богатой природой, как в городской черте, так и на территории близлежащих районов.

Наличие на территории естественных природных условий будет способствовать развитию спортивного, экстремального, культурного, познавательного туризма, спрос на которые растет из года в год, что свидетельствует о больших перспективах этого направления для экономики города [2].

## **2) Наличие туристско-рекреационных зон**

Туристско-рекреационные зоны являются условно выделенными участками городской территории, которые обладают целым набором признаков, удовлетворяющих интересам туристов

Город Арсеньев в значительной степени можно рассматривать как экспериментальную площадку федерального значения, на которой будут отрабатываться новые технологии в туризме – создание «Экстраграда», где в течение всего года туристам будут предоставляться «экстрим» услуги: прыжки с парашютом, парапланеризм, дельтапланеризм, планеризм, гонки на мотоциклах, багги, горнолыжный спорт и сопутствующие – авиамоделизм, лыжные гонки, биатлон и десятки других видов спорта.

Предварительный анализ показал, что можно выделить 3 основных территории, пригодных для данной специализации. Эти территории обладают своеобразием природных ландшафтов, привлекательностью, в какой-то мере богатством архитектурного и историко-культурного наследия и, самое главное, наличием инфраструктуры туризма. Это предполагает следующие варианты их использования:

1) Сопка Обзорная и территория подножия сопки, где в настоящее время размещены горнолыжная база, МАУ ЦТО «Салют» и трассы для занятия беговыми лыжами – под размещение базы зимних видов спорта;

2) Территория бывшего аэропорта и прилегающая к нему – под Международный центр экстремальных видов спорта «Экстра-град»;

3) Территория действующей базы отдыха «Бодрость» и территория озера Ягодного под размещения базы отдыха «Бодрость».

Для создания полноценного туристского кластера на территории города планируется дальнейшее развитие еще 6 функциональных туристско-рекреационных зон:

1) Парковая зона «Аскольд» (торгово-развлекательный центр, лесной массив, детская игровая площадка, теннисные корты);

2) Парковая зона «Восток» (зона аттракционов, «аквапарк» на территории бассейна и прилегающей к нему, детская площадка, лесной массив);

3) Территория Дальневосточного авиационного музея под открытым небом (рядом с ОАО ААК «Прогресс» и его профилакторием);

4) Территория киноконцертного комплекса «Космос»;

5) Придорожный туристский комплекс «Роза ветров»;

6) Придорожный туристский комплекс «Хинган».

## **3) Исторически сложившийся образ Арсеньева**

Легенда о дружбе великого путешественника и исследователя Дальнего Востока В.К. Арсеньева с местным аборигеном Дерсу Узала известна в России и за рубежом, а его современная история подтверждает статус уникальной территории – «города «Черных акул» и «спортивной столицы Приморья».

Туристы, как правило, предпочитают виды отдыха, вызывающие острые ощущения и

оставляющие заметный эмоциональный след на достаточно долгое время. Следовательно, необходимо использовать местный колорит, природные, исторические и культурные особенности для формирования «легенды места» как важной составной части PR-кампании. Большую роль играют те событийные мероприятия, доступ к которым турист может получить только здесь, и нигде более.

#### **4) Жители города обладают высоким интеллектуальным и творческим потенциалом**

В городе функционирует одна из лучших систем начального и среднего образования. Система профессионального образования представлена учреждением высшего образования – филиалом ДВФУ, одним учреждением среднего специального образования и одним средним профессиональным училищем, которые готовят для города кадры по большому перечню специальностей, в том числе специалистов по социально-культурному сервису и туризму.

#### **5) Культура современного Арсеньева**

выстроена таким образом, что стала открытой для представителей других регионов. В городе накоплен большой опыт проведения культурных, спортивных и деловых мероприятий в т.ч. всероссийского и международного масштабов, есть необходимые для этого ресурсы, подготовлена инфраструктура транспорта, связи, размещения и обслуживания. Эту инфраструктуру можно и нужно использовать и развивать в интересах города.

#### **6) Наличие туристской инфраструктуры**

- объекты экскурсионного туризма (в том числе Музей истории г. Арсеньева, архитектурный комплекс В.К. Арсеньеву на сопке Увальной, памятники и памятные места);

- объекты и мероприятия зрелищного туризма («Дворец культуры «Прогресс», детская школа циркового искусства «Весёлая арена», кинотеатр «Космос», периодические объекты выставочной деятельности), соревнования по спидвею, мотокроссу;

- ресурсы религиозного и паломнического туризма (храмы - Благовещения Пресвятой Богородицы и Михайло-Архангельский);

- ресурсы лечебно-оздоровительного туризма (санаторий-профилакторий «Прогресс» ОАО ААК «Прогресс», ГУЗ краевой детский противотуберкулезный санаторий № 3, государственное учреждение социального обслуживания «Арсеньевский социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Ласточка»);

- ресурсы познавательного туризма (Центр внешкольной работы, Станция юных техников, Станция юных натуралистов, детские музыкальная и художественная школы)

Однако, основной туристский ресурс городского округа – наличие развитой сети спортивных сооружений, принадлежащих следующим организациям:

– Филиал государственного специализированного учреждения дополнительного образования детей «Краевая комплексная детско-юношеская спортивная школа»;

– МБУ ДОД ДЮСШ «Полет»;

– МБУ ДОД СДЮСШ «Юность»;

– МБУ ДОД СДЮСШ «Богатырь»;

- МУ ДОД СДЮСШ «Восток»;
- Арсеньевский аэроклуб.

Развитию туристской отрасли на территории округа способствуют функционирующие предприятия туристской индустрии:

- Гостиницы (4, общий номерной фонд- 256 номеров и дополнительно гостиничный фонд спортивных сооружений – 17 номеров);
- Базы отдыха (6 на 340 мест);
- Транспортные предприятия (9 на 50 транспортных единиц);
- Предприятия общественного питания открытой сети (43 на 1713 посадочных мест);
- Туристские компании (11, из них туроператоров - 2, турагентов - 9).

Сеть предприятий сервиса представлена услугами саун, бань, парикмахерских, салонов красоты, ателье, пунктов проката спортивного оборудования и снаряжения.

Медицинское обслуживание в городе осуществляют 6 учреждений государственного и муниципального подчинения и 13 частных медицинских центров (кабинетов). Цены на платные услуги в городе значительно ниже уровня краевых.

Еще одной из сильных сторон города является развитая система информирования через большое количество СМИ.

За последние годы по многим показателям прослеживается положительная динамика в туристской отрасли Арсеньева. Количество субъектов туристской деятельности увеличилось более чем в 2 раза. Сегодня индустрия туризма и гостеприимства Арсеньева представлена более чем 11 туристскими фирмами и 10 коллективными средствами размещения.

В последние годы туристская инфраструктура Арсеньева получила значительный импульс для своего развития, связанный с проводимой в государстве политикой на развитие физкультуры и спорта, в том числе с развитием горнолыжной базы Арсеньева, а также проведением в 2012 г. территории Приморского края Саммита Стран АТР.

Согласно концепции федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2011-2018 годы для реализации программ развития необходимо учитывать преимущества кластерного подхода [4]. Создавая кластер, город Арсеньев может выступить инновационной дестинацией (местом назначения) для современного потребителя туристских услуг. Привыкший к стабильному образу жизни и техническому прогрессу, он испытывает потребность в новых впечатлениях, эмоциях, адреналиновом всплеске, ищет «свежие» места отдыха, развлечений и возможности занятий спортом одновременно.

Вместе с тем в настоящее время на развитие въездного и внутреннего туризма в городе Арсеньев влияет **ряд негативных факторов** таких, как:

- 1) структура туристского рынка смещена в сторону выездного туризма как направления, не требующего капиталовложений в туристскую инфраструктуру и создание туристского продукта. Город имеет отрицательное сальдо по туристским потокам;
- 2) недостаточный уровень развития подлежащей туристской инфраструктуры и

отсутствие разнообразия объектов туристского показа;

3) недостаточное развитие услуг развлечения и отдыха;

4) недостаточное количество подготовленных кадров в сфере туристской индустрии;

5) негативное влияние сезонного фактора (лето – «мертвый» сезон);

6) недостаточная развитость маршрутов внутреннего и въездного туризма;

7) низкий уровень маркетинга и рекламы рекреационно-туристских услуг городского округа, отсутствие продуманного комплекса информационных и представительских материалов о городе Арсеньеве, ассортимента сувениров [3];

8) отсутствие анализа развития туристской отрасли на территории городского округа.

В целом, для улучшения всех предприятий туристской инфраструктуры необходима заинтересованность со стороны инвесторов. Основная проблема пассивного отношения муниципальной, краевой власти и частных инвесторов к развитию инфраструктуры состоит в сезонности туристской отрасли города. В зимнее время Арсеньев является привлекательным для огромного количества туристов, что связано с его природными ресурсами и базами отдыха. Летом туризм в городе приостанавливается, доходы от туристской отрасли почти не поступают в бюджет. Основные риски, возможные при строительстве новых предприятий питания, размещения, развлечения и иных сфер деятельности, связаны с нерентабельностью либо медленной окупаемостью проектов. Поэтому жителям города Арсеньева необходимо использовать весь имеющийся потенциал, который позволяет развивать туризм круглый год. Наиболее перспективным направлением является экстремальный туризм, который, при уже существующей инфраструктуре и природным ресурсам, будет приносить приличный доход городу, ведь в Арсеньеве есть множество возможностей для организации различных видов активного отдыха.

Возможности, которые есть у города Арсеньева для развития различных видов туризма, приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Возможности города Арсеньева для развития различных видов туризма

Вид туризма	Возможности
Горнолыжный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация катания на горных лыжах</li> <li>• Организация катания на сноуборде</li> <li>• Организация катания на тюбингах и санях</li> </ul>
Спортивно-оздоровительный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация катания на беговых лыжах, санях, тюбингах и коньках</li> <li>• Посещение дворцов спорта (занятия в тренажерных залах, плавание в бассейне и др.)</li> <li>• Посещение спортивных соревнований (хоккей, футбол, спидвей, авиамоделирование и др.)</li> <li>• Организация прыжков с парашютом</li> <li>• Слав по рекам</li> <li>• Организация планерного спорта</li> </ul>

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спелеотуризм</li> <li>• Организация конно-спортивных забегов</li> </ul>
Экскурсионно-познавательный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация экскурсий по музеям города Арсеньева</li> <li>• Организация экскурсий по историческим местам и постройкам</li> <li>• Организация литературных экскурсий (по библиотекам)</li> <li>• Организация культурно-развлекательных экскурсий (цирковая, музыкальная и художественная школы; концерты)</li> </ul>
Экологический	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация экскурсий на Новогордеевское городище</li> <li>• Организация экскурсий на лотосовые поля и в «страну махаонов»</li> </ul>
Религиозный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация экскурсий в храм</li> </ul>
Детский	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Детский отдых в санаториях, профилакториях и лагерях</li> </ul>
Событийный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организация праздничных и других значимых культурных мероприятий</li> </ul>

Перечисленные возможности для организации разных видов туризма позволяют без сомнения назвать город Арсеньев перспективным для создания на его территории туристско-рекреационного кластера. Огромная ресурсная база, необходимая инфраструктура, подходящие климатические условия предоставляют возможность развивать как зимние, так и летние виды отдыха и туризма. Поэтому местным жителям необходимо знать о потенциале своего родного города, беречь его и продвигать это богатство на туристский рынок для привлечения финансовых средств в город.

Учитывая, что на территории города Арсеньева расположена самая крупная в крае горнолыжная и спортивная лыжная базы, основной специализацией создаваемого в рамках государственной программы кластера является развитие горнолыжного туризма. Сопутствующими видами туризма являются экстремальный (приключенческий/спортивный) и культурно-познавательный туризм. Преимущественную долю туризма в Арсеньевском кластере, предположительно, составит внутренний туризм.

Результатами формирования туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» на территории Арсеньевского городского округа будут являться строительство туристской инфраструктуры, развитие познавательного, культурно - оздоровительного туризма, развитие туров «выходного дня», создание новых рабочих мест. В 2013 году из краевого бюджета планируется финансирование в размере 4 млн. рублей.

Основные мероприятия, связанные с формированием туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» на территории Арсеньевского городского округа:

1. Разработка проекта туристско-рекреационного кластера «Арсеньев»;
2. Строительство Дальневосточного музея авиации под открытым небом;
3. Строительство базы зимних видов спорта (горнолыжный комплекс) в районе сопки Обзорная;
4. Строительство международного центра экстремальных видов спорта «Экстра-Град»;

5. Строительство кино-развлекательного центра с комплексом услуг.

Таким образом, несмотря на существующие проблемы развития туризма в г. Арсеньеве, строятся новые гостиницы, появляются кафе, развлекательные заведения и т.д. Арсеньевцы и жители Приморского края заинтересованы в его развитии. Город ежегодно представляет новые проекты на международных выставках, демонстрирует имеющиеся ресурсы для привлечения туристов и активизации въездного туризма. Формирование туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» заложено в государственную программу Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2017 гг. и свидетельствует о том, что на сегодняшний день Арсеньевский городской округ признан перспективным районом для развития внутреннего и въездного туризма. Администрация Приморского края нацелена на повышение инвестиционной привлекательности сферы туризма в городе, содействие реализации проектов в сфере туризма, равномерное территориально-рекреационное развитие районов Приморского края, создание и реализацию мер государственной поддержки субъектов туристской индустрии. Поэтому формирование туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» на территории Арсеньевского городского округа не только будет способствовать экономическому росту, но и привлечет внимание к качеству среды проживания, позволит сделать город безопаснее, чище и комфортнее для гостей и местных жителей.

### **Литература**

1. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013 – 2017 гг.
2. Дебелов В.А., Суриц Е.С., Улогова О.В. Город мой Арсеньев ... со 110-летием / В.А. Дебелов, Е.С. Суриц, О.В. Улогова. – Арсеньев: Бизнес-Арс, 2012.-132 с.
3. Муниципальная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Арсеньевского городского округа» на 2011-2013 гг.
4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2011-2018 гг.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА «АРСЕНЬЕВ» НА ТЕРРИТОРИИ АРСЕНЬЕВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА**

**Головко Е.В.**

Рассматривается проблема формирования туристско-рекреационного кластера «Арсеньев» на территории Арсеньевского городского округа. Дается обобщенная характеристика сферы сервиса и туризма в г. Арсеньеве с акцентом на значение имеющейся инфраструктуры и возможности для развития въездного туризма. Приводятся позитивные и негативные факторы, влияющие на развитие туризма в городе. По каждому из факторов

представлен пример конкретного туристского объекта. Выделяются виды туризма, которые благодаря географическим, климатическим и природным факторам представляются возможными для реализации в течение круглого года. На основе анализа существующей туристской инфраструктуры и природных возможностей предлагается применение кластерного подхода как современного инструмента развития различных городов и регионов. Предложенные в статье идеи находятся в русле современных подходов к комплексной организации туризма.

**ABSTRACT**

**GENERATION OF THE TOURIST-RECREATIONAL CLUSTER  
«ARSENYEV» IN THE TERRITORY OF ARSENYEV URBAN DISTRICT**

**Golovko E.V.**

The main subject of this article is the generation of the tourist-recreational cluster «Arsenyev» in the territory of Arsenyev urban district. The author gives integrated specifications to the sphere of service and tourism in Arsenyev and pays particular attention to the meaning of present infrastructure and facilities for inbound tourism development. Positive and negative factors, affecting the tourism development in the town are represented. The author provides the example of specific tourist object on each factor. Then different kinds of tourism are marked thanks to its geographical, climatic and natural features that make it possible for organization throughout the year. After the analysis of the present tourist infrastructure and natural facilities the author recommends to apply cluster approach as modern tool of different cities and regions development. Offered ideas in this article touch actual trends and modern approaches to the complex hospitality management.



**ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ:  
ЭКОЛОГИЯ И ТУРБИЗНЕС – СТОЛКНОВЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ**

**Сазыкин А.М., Шабает А.А.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Мы все гордимся природой Приморского края. Общеизвестно, что природа края характеризуется смешением северных и южных видов, обилием краснокнижных, эндемичных и реликтовых видов растений и животных, живописными ландшафтами. Для ее защиты на территории края создан ряд особо охраняемых природных территорий различного статуса, от местных памятников природы до биосферных заповедников и национальных парков. И, если заповедники и национальные парки у всех на слуху, на них выделяются, пусть небольшие, но все же, средства, в них отлажена хоть какая-то охрана, то многие памятники природы, как ООПТ, существуют только на бумаге. На их содержание и охрану не выделяется никаких

средств. Их закрепление за определенными землепользователями не накладывает на этих землепользователей никаких обязательств по защите.

Согласно Федеральному Закону «Об особо охраняемых территориях» [4] памятниками природы называются «уникальные, невозполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения». Согласно этому же документу на территориях, на которых находятся памятники природы, и в границах их охранных зон запрещается всякая деятельность, влекущая за собой нарушение их сохранности. В реальности это не защищает их от вырубок леса, строительства линий электропередач, трубопроводов и дорог в непосредственной близости.

Ни для кого не секрет, что некоторые памятники природы активно используются как для организованного, так и неорганизованного отдыха, прежде всего, жителей Приморья. К ним, в первую очередь, относятся г. Ливадийская (Пидан), Еламовские (Беневские) и Шкотовские водопады. Конечно, это хорошо, что данные объекты выполняют помимо природоохранной и рекреационную функцию, но чрезмерное и неправильное выполнение этой функции может привести к серьезным последствиям (рис.1).



Рис. 1. Рекреационная деградация памятника природы

К сожалению, приходится констатировать, что в настоящее время турфирмы хищнически эксплуатируют памятники природы, что приводит к их деградации. Более того, данный туризм именуется ими как экологический. Используя привлекательность объектов, рядом появляются туристические базы, что только увеличивает рекреационную нагрузку. Даже сбор мусора, оставленного туристами, собирают преимущественно энтузиасты из местных

жителей и турклубов Владивостока. Турфирмы не несут никаких расходов на поддержание памятников природы и заставить их делать это нет возможности. Наоборот заинтересованность в прибыли требует активной рекламы и роста посещения таких объектов туристами. Более того, не секрет, что некоторые фирмы проводят такие туры «черной кассой». Таким образом, в погоне за прибылью турфирмы практически губят самые аттрактивные природные памятники. Памятники природы требуют особого отношения при использовании в туристических целях [1]. При правильной организации туристское использование объекта должно быть только после обустройства его территории.

Памятники природы создавались в советское время для их сохранения, но в новых экономических условиях это превратилось только в бесплатную рекламу турпродукта. Экологическое состояние памятников природы за последние 20 лет резко ухудшилось. До начала 1990-х гг. их посещали в основном спортивные туристы, бережно относящиеся к природе. Например, около нижнего Еламовского водопада не было ни одного кострища, туристические стоянки располагались на террасе правобережья ручья в 0,5-1,0 км ниже. Слабые тропы на вдп. Еламовский и г. Ольховую в некоторых местах можно было легко потерять. Не было мусора, вытопанных площадок, растительность не нарушена, не было гарей, как ныне на Ливадийской вершине.

Самым посещаемым природным объектом в Приморье являются Кравцовские водопады. Высокая транспортная доступность обуславливает огромный поток организованных и неорганизованных туристов, при этом если другие памятники посещаются преимущественно по субботам в сентябре-октябре, то здесь поток более дифференцирован и по сезонам и по дням недели. Это привело к катастрофическому экологическому состоянию данного территории: многочисленные мощные тропы, огромные пикниковые площадки с уничтоженным травяным покровом, многочисленные кострища, мусор. Самое жуткое впечатление оставляет подъем от первого ко второму водопаду: крутой склон с вытопанным почвенным покровом без следа травяной растительности и обнаженными корнями деревьев, на которых навешены веревки (рис. 2). Данное место соответствует последней пятой («катастрофической») стадии дигрессии ландшафта. Восстановление этого ландшафта возможно уже только через рекультивацию, саморазвитие природы приведет к скорому оврагообразованию. В соседнем Китае объект даже меньшей привлекательности был бы наверняка оборудован тропиночными настилами, лесенками, смотровыми площадками, леерами и был бы в состоянии принимать даже большее количество рекреантов.

Кравцовские водопады были в начале 1980-х гг. рекомендованы к внесению в список памятников природы, но так и не были утверждены. Нынешнее экологическое состояние не позволяет включать их в список памятников природы.

Рассмотрим состояние памятника природы «гора Ливадийская». Это наивысшая вершина Ливадийского хребта, здесь произрастает крупнейшая популяция краснокнижного растения, эндемика и реликта Сихотэ-Алиня – микробиоты перекрестнопарной. Помимо нее здесь произрастают такие ценные виды, как бадан тихоокеанский, тис остроконечный,

заманиха. Это единственный вблизи Владивостока достаточно крупный участок гольцового и подгольцового природного комплекса.



Рис. 2. Пятая стадия дигрессии ландшафта на памятнике природы «Кравцовские водопады»

Географы Дальневосточного университета неоднократно проводили подсчеты рекреационной посещаемости Ливадийской вершины [3]. Уже в 2000 г. эта цифра составила 150 человек. В 2010 и в 2011 годах в пик туристического сезона (в конце сентября-начале октября) за один день (суббота) на вершину Ливадийской поднималось соответственно 850 и 900 человек. При этом подсчеты в 2011 г. проводились при неблагоприятной погоде, на следующей неделе туристов было еще больше. Это однозначно указывает на положительную динамику посещаемости вершины. В 2012 г. в пиковую активность на вершину поднималось видимо уже не менее 1000 чел.

Посещение вершины многократно превышает все допустимые нормы. Рекреационная нагрузка в 2011 г. составила в день наблюдений 450 чел/га в сутки. Предельно допустимая рекреационная нагрузка (рекреационная емкость) для чернопихтарников и кленово-кедровых лесов, к которым можно отнести склоновые леса горы Ливадийская, составляет 0,5 чел/га в сутки [2]. Таким образом, предельно допустимая рекреационная нагрузка превышена примерно в 900 раз. Эти расчеты проведены для горизонтальной площадки, а на склонах рекреационная емкость должна быть уменьшена в 1,5-2 раза. Рекреационная емкость ландшафтов подгольцового (кустарникового) пояса и, тем более, гольцового (тундрового) намного ниже –

0,1-0,2 чел/га в день. С учетом этого рекреационная емкость самой вершины превышена более чем в 2000 раз.

Что мы видим? На тропах, особенно на крутых участках, нет гумусового горизонта, корни вышли на поверхность, растительность вдоль троп, на стоянках и вокруг них сильно повреждена, некоторые виды изменили морфологию в сторону уменьшения размеров, привнесены инородные для данной местности виды, такие как одуванчик и подорожник, много мусора. Горы консервных банок вокруг мест стоянок, битое стекло, пластик, бумага, деревья обвешанные лентами из полиэтиленовых пакетов и элементов одежды – вот что остается к концу сезона. Отлично видно, как изменяется тропа к вечеру, после того, как по ней прошло около тысячи человек. Она усеяна фантиками от конфет, пластиковыми бутылками, банками от пива. Если бы не усилия энтузиастов, которые несколько раз за сезон собирают на горе мусор, то картина была бы еще печальнее.

На данный момент наибольшую тревогу вызывает тропа на вершину, особенно отрезок подъема по крутому склону (4-5 стадия дигрессии) и быстро разрастающиеся пикниковые площадки вдоль ручья (3-5 стадии дигрессии на разных участках). Экологической нормой рекреационной нагрузки на линейные объекты (тропы) составляет 80 м/чел в день, но при подъеме на Ливадийскую вершину эта цифра составляет 3 м/чел в день, т.е. превышена более чем в 25 раз.

Саму вершину спасает обилие каменистых и скальных поверхностей, но тропы уже прекрасно видны и на камнях. Стертым подошвами лишайником, возраст которого достигает сотни лет, приходится уже жертвовать. Однако между камнями и в скальных трещинах произрастает специфическая растительность, сумевшая приспособиться к таким суровым условиям. Эта растительность стремительно деградирует. Страдают кустарниковые заросли с северной стороны на вершине. Заросли рассечены густой тропиной сетью канавочного типа с уничтоженным почвенным покровом (2-3 стадия дигрессии). В итоге травяно-кустарниковая растительность не в состоянии произрастать ни под пологом кустарников (из-за темноты), ни между ними (из-за троп). Самое плачевное состояние имеет седловина непосредственно перед вершиной, которая превращается в одну огромных размеров пикниковую площадку (4-я стадия дигрессии).

Географы Дальневосточного федерального университета в 2013 г. получили грант Русского географического общества на оценку экологического состояния активно эксплуатируемых в туризме природных памятников Приморья. В планах, в том числе, проведение ландшафтной и геоботанической съемки Ливадийской вершины. Ожидается, что список флоры вершины составит всего 25-30 видов при норме 60-100 для таких ландшафтов. Аналогичные работы будут проведены по Кравцовским, Шкотовским и Еламовским водопадам, вершинам Лысая и Ольховая.

Вокруг г. Ливадийской накручено много изотерических мифов, поощряемых турфирмами, т.к. это способствует продвижению турпродукта. Такое туристское мифотворчество способствовало раскрутке дестинации и широкой известности ее далеко за

пределами Приморья. Подчеркнем, что мифотворчество (фактически информационный обман) не совместимо с экологическим туризмом, который по определению должен быть познавательным. В тоже время объяснение естественных причин образования «бохайской стены» и прочих фантазий не менее интересно.

Природная исключительность (наличие краснокнижных растений, существование подгольцового природного комплекса на южном пределе распространения вблизи крупного города) и всероссийская известность объекта наводила на мысль перевода данного памятника природы в федеральный статус, что позволило бы получить бюджетные деньги на его охрану. Ухудшение экологического состояния может не позволить добиться этого. Однако еще не поздно спасти памятник природы от разрушения.

Уже сейчас, особенно от спортивных туристов, можно слышать: «На Пидан не пойду, там помойка...», или «Да там же народу, как во Владивостоке на Светланской». Может произойти такая же ситуация, как с некоторыми «дикими» пляжами, куда люди перестали ездить из-за того, что после «диких» отдыхающих там остались горы мусора, и уже просто нет нормального места, где можно комфортно отдохнуть.

Что делать?

1. Нужно найти «рачительного хозяина», который бы нес ответственность за состояние вверенного ему объекта. Возможно коммерческое его использование. Если провести грубый подсчет, взяв во внимание, что на г. Ливадийская за пять выходных в пик сезона поднимается до 1000 человек, то плата в размере 100 рублей с человека за посещение принесет доход не менее 500 тыс. А если развить инфраструктуру, предложить различные услуги, то уровень дохода будет еще выше. Удорожание тура по сравнению с его беспричинным ростом из года в год без новых затрат – несущественно (стоимость тура в 2010 г. – 1000 руб., 2011 г. – 1300 руб., 2012 г. – 1500 руб.). Хозяйствующий субъект вправе взять на себя транспортное обеспечение, а это в нынешних ценах порядка 500 руб. с человека. Вершину за год посещает не менее 10 тыс. чел., при стоимости тура в 1500 руб. это составит оборот в 15 млн. руб. При обустройстве территории, она может принимать еще больше туристов и соответственно давать больший доход

2. Первоочередной задачей является создание дорожек и лестниц без давления на почву (с деревянным настилом), организация мест для стоянок, туалетов и пунктов сбора мусора на всей длине тропы. Улучшение дороги до подножия вершины – необходимо, но только после решения данной задачи. Иначе резко увеличившийся поток туристов быстро приведет памятник природы в невозобновимое состояние.

3. Необходимо эффективное распределение во времени и пространстве потока посетителей. В частности необходимо ограничение на посещение в периоды, когда растительность и почвы наиболее ранимы – после дождей, при весеннем оттаивании почвы, при ночных заморозках и дневном оттаивании почвы. Возможно создание новых троп для диверсификации туристского потока

4. Повышение уровня экологического воспитания посетителей путем проведения

инструктажа, установки просветительских стендов. Необходима просветительская работа и контроль за экологическим поведением на маршруте. Вершина не место для пикников, разведения костров, жарения шашлыков, установки палаток (ночевок). Эти общеизвестные правила поведения на памятниках природы повсеместно не соблюдаются.

5. В-четвертых, сертификация маршрута и лицензирование гидов-проводников. Тур на г. Ливадийская должен действительно относиться к экологическому туризму, а тропа должна иметь статус «экологическая». Такой она может стать только при ее соответствующем оборудовании и наличии грамотных и профессиональных гидов-проводников. Но для этого должно быть, во-первых, достаточное количество гидов-проводников на группу, чтобы обеспечивать безопасность движения. В настоящее время потеря человека на маршруте является, чуть ли не нормой, благо людей на тропе так много, что заблудиться невозможно. Во-вторых, гид-проводник должен быть не только опытным туристом и проводником, но и грамотным экскурсоводом: знать растительность, геологию местности, процессы рельефообразования и не заниматься мифотворчеством.

6. Необходим контролирующий орган, который бы следил за соблюдением правил посещения памятников природы с правом штрафования злостных нарушителей.

7. Необходимо возвратиться к идеи создания Южно-Приморского природного парка, что дало бы правовую и организационную базу для охраны территории и регулирования рекреационных нагрузок.

Указанные меры могут быть использованы для спасения других памятников природы. Ситуация с экологическим состоянием ряда памятников природы катастрофическая. Из-за быстрого роста популярности памятников природы на рынке внутреннего туризма через 2-3 года мы можем их потерять.

### **Литература**

1. Берсенев Ю.И. Природные достопримечательности – памятники природы и их использование в качестве туристских объектов // Спортивно-туристский клуб «Тигрис». – Режим доступа: <http://himera-tigris.narod.ru/dostoprimechatelnosty.htm>

2. Рекреация и туризм в Приморском крае (ресурсно-экологические аспекты): учебное пособие / под ред. В.И. Преловского. – Владивосток: ДВ филиал СПбГУП, 1998. – 140 с.

3. Сазыкин А.М., Шабаетов А.А. Экологические проблемы вершины Ливадийской (Приморский край) в связи с рекреационным использованием // Дальний Восток России: География, гидрометеорология, геоэкология, Владивосток: Издательский дом Дальневосточного университета, 2013. – Режим доступа: <http://www.dvfu.ru/ru/web/kafedra-geografii-i-ustojcivogo-razvitia-geosistem/dokumenty-v-pomos>

4. Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14 марта 1995 г. №33-ФЗ // Гарант. Информационно-правовой портал. – Режим доступа: [http://base.garant.ru/10107990/#block\\_600](http://base.garant.ru/10107990/#block_600)

**АННОТАЦИЯ**  
**ПРИРОДНЫЕ ПАМЯТНИКИ:**  
**ЭКОЛОГИЯ И ТУРБИЗНЕС – СТОЛКНОВЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ**  
**Сазыкин А.М., Шабает А.А.**

Статья посвящена использованию памятников природы как особо охраняемых территорий для целей рекреации. Рассматривается проблема деградации ландшафтов памятников природы в результате рекреационного использования. Главной целью этой статьи является привлечение внимания общественности к данной проблеме. В работе представлены результаты многолетних наблюдений авторов, дан прогноз и предложены пути решения.

**ABSTRACT**  
**THE NATURE SANCTUARY: ECOLOGY AND TOURISM – A CLASH OF INTERESTS**  
**Sazykin A.M., Shabaev A.A.**

This article focuses on the use of a nature sanctuary as a preserve for recreation. It addresses the problem of the nature sanctuary's landscape degradation as a result of recreational use. The main goal of the article is draw public attention to this problem. The results of the long-term observations of the authors are presented, predictions are given, and solutions for this problem are suggested in this article.

**ИНТЕГРАЦИЯ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ В МЕЖДУНАРОДНУЮ СТРУКТУРУ:**  
**ПРОДУКТ, СТАНДАРТЫ, ТЕХНОЛОГИИ**  
**Курюмов А.Ю.**

**IBC Corporate Travel - федеральная сеть компаний по организации деловых поездок  
и конференций в России и СНГ, г. Москва**

Структура мирового бизнеса: как она работает?

Россия – огромная страна. Какие задачи стоят перед иностранными компаниями в российском сегменте corporate travel и как они решаются? Проблемы, с которыми сталкивается международная компания при выходе на российский рынок, и пути их решения? (на примере интеграции федерального агентства IBC Corporate Travel в глобальную структуру Hogg Robinson Group).

**Ключевые слова:** мировой бизнес, интеграция.

**ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА –  
ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

**Попова Т.Н.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

Анализируя возможности развития сферы туризма как приоритетного направления в экономике Приморского края, специалисты акцентируют свое внимание в основном только на огромном туристском потенциале: выгодное геополитическое положение, богатый природно-ресурсный, историко-культурный и накопленный научный потенциал. При этом они практически не уделяют внимания инфраструктуре туризма. Хотя без развитой инфраструктуры проблематично развивать какой-либо вид туризма, а также формировать благоприятный имидж Приморского края как туристского региона. В особой степени это касается въездного и внутреннего туризма.

По своей сути, инфраструктура туризма это система объектов и организаций, экономическое предназначение которой - способствовать производству туристских продуктов и услуг и их продвижению от производителей к потребителям. Она обеспечивает доступность туристского ресурса и комфортность пребывания туриста в месте посещения. Поэтому именно инфраструктура является основой для развития въездного и внутреннего туризма, и создает все необходимые условия для предоставления туристам полного комплекса услуг (размещение, питание, перевозка т.д.).

Различают следующие виды инфраструктуры туризма. Инфраструктура производственная – комплекс действующих сооружений, зданий, сетей, систем, непосредственно не относящихся к производству туристского продукта, но необходимых для самого процесса производства туристских услуг, - транспорт, связь, сети энергоснабжения, водоснабжения и пр. Инфраструктура туроперейтинга – туристские фирмы, занимающиеся организацией и продажей туристских поездок. Транспортная инфраструктура туризма – транспортные организации, занимающиеся туристскими перевозками. Учебная инфраструктура туризма – учебные заведения по подготовке и повышению квалификации специалистов туристской индустрии. Информационная инфраструктура – системы бронирования и резервирования мест, информационные и рекламные службы. Научная инфраструктура туризма – научно- исследовательские организации, занимающиеся сбором и обработкой статистических данных по туризму, составлением научных прогнозов и научными исследованиями в области экономики и социологии туризма. Торговая инфраструктура туризма – предприятия розничной торговли по продаже товаров туристского спроса. Кроме того, к инфраструктуре можно отнести и те организации, которые могут существовать и без туристов, но деятельность которых расширяется при нахождении в местах пребывания туристов. Это рент – предприятия по прокату легковых автомобилей, автохозяства, предоставляющие автобусы для экскурсионного обслуживания туристов, таксопарки, рестораны, кафе, индустрия развлечений – спорт – клубы, музеи, театры и кинотеатры, зоопарки, казино, выставочные и конгресс – залы и

т.д.

Инфраструктура туризма Приморского края характеризуется следующими данными за 2011 г.

*Число коллективных средств размещения* в Приморском крае – 214., в том числе гостиничного типа – 142, специализированных – 72.

Если рассматривать гостиницы (их 105 за 2011г.), то из них всего 2 гостиницы 4 звезды, 6 гостиниц – 3 звезды, 3 гостиницы – 2 звезды и без категории – 94 гостиницы.

Если рассматривать специализированные предприятия, то из них баз отдыха – 51 , 2 туристские базы, 11 санаториев.

Число номеров в коллективных средствах размещения – 9025, в том числе гостиничного типа – 4385, специализированных – 4640. Коэффициент использования номерного фонда – 0,3.

Основная концентрация гостиничных предприятий приходится на крупные города края: Владивосток, Находка, Арсеньев, Уссурийск. При этом большинство гостиниц по-прежнему не соответствует мировым стандартам гостеприимства.

*Предприятия общественного питания.* В Приморском крае зарегистрировано 990 предприятий общественного питания. Из них: ресторанов – 840, бары – 84, столовые на предприятиях и учреждениях – 66. Число предприятий общественного питания, находящихся на производственных площадях коллективных средств размещения составило за 2011 г. – 93, в том числе гостиничного типа – 52, специализированных – 41.

Большинство предприятий общественного питания не соответствует требованиям по обслуживанию иностранных посетителей. При выборе того или иного ресторана иностранные туристы прежде всего обращают свое внимание на: качество предоставляемых услуг, уровень сервиса, соотношение цены и качества. И очень часто, от того, какой уровень сервиса иностранные гости получают при посещении наших ресторанов, баров и кафе, во многом зависит общее впечатление от всей поездки.

Немаловажную роль при этом играет специализация предприятия общественного питания. Из 15 кулинарных специализаций, представленных ресторанами и кафе г. Владивостока, на долю специализированных предприятий национальной русской кухни приходится не более 5%, в то время как китайской - 33%, корейской - 12%, японской - 8%, по 5% - итальянской, азербайджанской и 32% - других видов специализации (французская, европейская, индийская и др.). Данное положение вещей беспокоит, так как иностранцы всегда проявляли особый интерес именно к русской национальной культуре питания. Кроме того, большинство ресторанов предлагает неоправданно высокие цены на кулинарную продукцию при невысоком уровне сервиса.

*Транспортное обслуживание:* протяженность железнодорожных путей общего пользования -1559 км, протяженность автомобильных дорог общего пользования- 9578 км. Число автобусов, принадлежащих юридическим лицам, осуществляющим пассажирские перевозки – 460. Отправлено пассажиров воздушным транспортом из аэропорта «Владивосток»- 711 - тыс. человек, в том числе в международном сообщении – 164,8. Если

рассматривать транспортные предприятия, то большинство транспортных средств имеет не удовлетворительное состояние, а кроме того существует проблема низкой культуры обслуживания туристов водителями автотранспортных средств.

На территории края функционируют в режиме международного сообщения 16 пунктов пропуска: морских, автодорожных, железнодорожных и 1 авиационный. Приморский край служит также опорным пунктом для транзитного проезда через территорию края иностранных и отечественных туристов с оказанием им целого комплекса услуг.

*Связь.* Число отделений, пунктов связи и переговорных пунктов, предоставляющих международные и междугородные телефонные разговоры – 27.

*Культура и искусство.* Число музеев в Приморском крае – 19, число профессиональных театров – 7, число киноустановок с платным показом – 49, число концертных организаций – 2. Число парков культуры и отдыха – 2. Число учреждений культурно – досугового типа – 395, в том числе в городской местности – 86, в сельской местности – 309. Число клубных формирований – 3867, число клубных формирований для детей – 2117.

*Физическая культура и спорт.* Число спортивных сооружений в Приморском крае – 3337. Из них лыжные базы – 21, гребные базы и каналы -5, плавательные бассейны – 44. Единовременная пропускная способность спортивных сооружений – 92778 человек. Из них лыжных баз – 1555 чел, гребных баз и каналов -311, плавательных бассейнов – 1627.

*Туристское предложение.* Число туристских фирм в Приморском крае за 2011 г. – 142 (табл. 1).

Таблица 1. Число туристских фирм в Приморском крае за 2007-2011 гг.

	2007	2008	2009	2010	2011
Число туристских фирм - всего	136	132	84	107	142
в том числе:					
<i>по видам туристской деятельности</i>					
Туроператорская	55	53	40	41	33
Турагентская	59	62	40	50	47
<i>по юридическому статусу</i>					
юридические лица	132	121	78	101	128
индивидуальные предприниматели	4	11	6	6	14

*Туристские потоки.* Количество российских туристов, отправленных турфирмами Приморского края в туры по России в 2011 г. составило 12926 человек, количество иностранных туристов, отправленных турфирмами Приморского края в туры по России в 2011г. составило 37118 человек.

Основным сдерживающим фактором развития въездного туризма является недостаточное развитие туристской инфраструктуры. Поэтому главной задачей на ближайшее время остается задача создания разветвленной инфраструктуры, соответствующей мировым стандартам.

Многие возможности внутреннего туризма в России и, в частности, в Приморском крае

остаются невостребованными. Об этом свидетельствуют статистические показатели выезда туристов, превышающие показатели въезда. По статистическим данным за 2011 г. отправлено российских туристов из Приморского края за границу 415279 человек.,(85% в КНР), принято иностранных туристов 37118 чел.

Значительное превалирование выездного туризма в общем объеме туристских услуг приводит к тому, что потребители этих услуг инвестируют развитие экономики других регионов и стран, лишая региональный бюджет значительных поступлений. Территория Приморского края, обладая колоссальным природным и историко-культурным туристским потенциалом, используется не более чем на 20%, многие объекты туризма не функционируют. Зачастую даже при наличии значительного числа посетителей вследствие неразвитости туристской инфраструктуры и отсутствия комплексного туристского предложения туризм не приносит региону сколько-нибудь ощутимый доход.

#### **Литература**

- 1.Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2001. С.83-84.
2. Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае. Сборник. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, 2012.

#### **АННОТАЦИЯ**

#### **ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА – ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

**Попова Т.Н.**

Раскрывается сущность инфраструктуры туризма, рассматриваются ее виды, дается характеристика инфраструктуры туризма Приморского края, делается вывод о необходимости развития инфраструктуры туризма Приморского края в целях развития внутреннего и въездного туризма.

#### **ABSTRACTS**

#### **TOURISM INFRASTRUCTURE - AN IMPORTANT FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM**

**Popova T.N.**

Open essence infrastructure of tourism, consider it view, present, description infrastructure of tourism of Primorsky Kray, to make conclusion about necessity developed infrastructure of tourism of Primorsky Kray with goals of developed of internal and entrance of tourism.



**ДОМИНИРОВАНИЕ ОБРАЗНО-ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В  
ТУРИСТСКОЙ РЕКЛАМЕ – ОПТИМАЛЬНЫЙ ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ  
ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**Васильева Л.А.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Современная туристская реклама ориентирована на путешествия, отдых. Отдых и путешествия – это праздник. Все это предполагает особые формы подачи рекламы – зрелищность, эмоциональность, образность, загадочность. Туристскую услугу невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать или изучить до ее получения. Поэтому туристская реклама носит неличный характер, покупатель верит продавцу на слово. При этом, рекламная информация поступает к клиенту через посредников, СМИ, каталоги, проспекты и т.д.. И это позволяет говорить об односторонней направленности рекламы. Сигналы обратной связи поступают лишь в форме конечного поведения потенциального клиента – приобретения или отказа от туристского продукта. К специфике рекламной деятельности в туризме относится и то, что факт приобретения туристского продукта зависит от большого количества факторов, часто не имеющих прямого отношения к рекламе, носящих субъективный характер и практически не поддающихся формализации. Туристская реклама несет особую ответственность за достоверность, правдивость и точность передаваемой информации, а туристские услуги, не имеющие материальной формы и постоянного качества, нуждаются в приоритетном развитии таких функций рекламы, как информативность и пропаганда.

Если рассмотреть рекламные проекты туристских центров, то можно обнаружить их большую однообразность. В современной практике рекламного продвижения турпродукта позитивных примеров немного и это в основном слоганы: «Где качество имеет традиции», «Ваши фантазии – наше воплощение», «Нельзя умереть, не увидев Париж!», «Отдыхать – не работать!», «Там, где кончаются проблемы». Преимущество подобных слоганов в том, что даже при отсутствии возможности использовать много места на полосе или красочные фотографии, они могут привлечь внимание и выделить рекламное обращение из массы заурядных фраз призывов. Заголовки и слоганы читают в пять раз больше, чем основной текст

Но специфика туристских услуг требует другого, динамичной, броской, убедительной образно-эмоциональной рекламы, обеспечивающей наиболее полное представление об объекте туристского интереса. Туристский продукт также представляет собой выраженную совокупность всех материальных и нематериальных элементов, так как предприятия сферы туризма имеют неформальную задачу продавать «гостеприимство». Это затрудняет проблему продажи его услуг для потенциальных клиентов и в то же время повышает роль рекламы, Public Relations и развития других форм коммуникативной системы.

По нашему мнению, в систему туристской рекламы успешно может вписаться тизерная реклама. В Россию «креатив» пришел в конце 90-х годов. Каждый месяц, а то и день, на улицах

Москвы появлялся очередной рекламный щит с очередной непонятной фразой. Но, как известно, количество никогда не переходит в качество. Весь этот «креатив» был сосредоточен на создании фразы-дразнилки/приманки, и даже если с ней все складывалось удачно, то второй шаг – ответ на нее – практически всегда был свершено «не в кассу». Например, на фразу-приманку: «Солодов, я хочу тебя!», последующая реакция была просто неадекватной: «За качество отвечаю!». В 1998 г. провел тизерную рекламную кампанию ИД «Коммерсантъ». Сначала на столичных магистралях появились щиты с бытовыми вопросами: «Где жена?», «Как с деньгами?», «Кто здесь хозяин?», после чего последовал второй этап с объяснениями, были задействованы АТЛ. В объяснениях говорилось: «Жена дома. Ежемесячный журнал «Домовой», «Деньги будут, Еженедельник «Коммерсантъ-Деньги», «Это наш город. Еженедельник «Коммерсантъ-Столица». Перед рекламной кампанией ставилась задача повышения узнаваемости бренда и роста продаж.

Термин «тизерная» произошел от английского *teaser* - «головоломка», «дразнилка» [1]. Выделяют два основных вида рекламных стратегий – *pull* (тащить) и *push* (продвигать вперед). Условно, тизерную рекламу можно отнести к первому типу, однако, она несколько обособлена от остальных *pull*-методов. До сих пор нет однозначного мнения по поводу того, какую рекламу считать тизерной.

Тизерная реклама достаточно широко используется в политической (предвыборная кампания нового мэра Владивостока: «Человек Кремля. Пушкарев») и коммерческой рекламе: (реклама периода ребрендинга известного оператора мобильной связи. В средствах массовой информации появились объявления и ролики, в которых на красном фоне были изображены белые яйца и красовался вопрос: "Что это?"; в рекламной кампании «Подряда Цифрового»: «ПЦ» на белом фоне щита. С комментарийной подписью: «это не то, что вы думаете).. Классическим примером тизерной рекламы можно назвать рекламную кампанию одной из линий шампуня «Pantene Pro-V», когда в течение нескольких недель по телевидению показывались ролики, в которых разным женщинам предлагались пробники неизвестного шампуня. На следующем этапе «испытатели» делились результатами и в конце раскрывалась тайна загадочного пакетика.

Тизерная реклама строится на интриге и интриге и разбивается на несколько этапов. На первом – происходит запуск тизера, «раскрутка» интригующих образов, при которой желание потребителя узнать ответ доводится до максимума. Появляется завязка – интересное и порой никому не понятное сообщение. Третий этап, развязка, раскрытие секрета. озвучивается брэнд и его характеристики. В последнее время рекламодатели все чаще прибегают к тизерам с несколькими сюжетами, в которых используется не одна завязка. Рассмотрим это на ряде примеров коммерческой рекламы.

Классика «одномоментных» тизеров – это кампания, продвигающая крем для бритья *Burma Shave*, которая стартовала в США в 1925 году. Вдоль трасс штата Миннесота на расстоянии нескольких сот метров друг от друга располагались рекламные щиты. Они несли на себе короткую фразу в одну строчку. При движении по дороге эти строчки складывались в общую картину: «Девицы молят/ Чтоб мужчины/Имели лица/Без щетины/*Burma Shave*».

В ноябре 2004 г. сеть кофеен Starbucks, известная тем, что добилась успеха почти при полном отсутствии рекламы, в первый раз за всю свою историю запустила рождественскую кампанию. В газете New York Times вышла серия тизеров, оканчивающихся ревилейшеном, созданным агентством Wieden + Kennedy. Первый лист тизера демонстрировал знакомую кофейную чашку Starbucks в белом квадратики на ярко-красном фоне. На следующих трех страницах с тизерами количество чашек, заключенных в белые квадратики, постоянно увеличивалось. В итоге на последней странице чашки в квадратиках образовали фирменный календарь Starbucks на 2005 г.

Приведенные примеры наглядно показывают, что тизерная рекламная кампания должна иметь строгие временные рамки, а также, жесткий контроль за исполнением всего запланированного. Ваша компания может длиться и год, но вы должны понимать, что человека утомляет постоянный просмотр одних и тех же тизеров, надо четко представлять, как и что вы хотите донести до потребителя.

По длительности проведения тизерные кампании можно разделить на: Недельные – когда «открытие» происходит в течение нескольких недель после выхода «дразнилки»; одномоментные – в которых раскрытие происходит сразу, не давая остыть интересу потребителя. Такая реклама отлично подходит для СМИ (teaser – на первой странице издания, revelation – на последней) или наружной рекламы (в начале улицы «зацепка», в конце – объяснение).

Нельзя утверждать, что тизерная реклама – лидер рейтинга популярности по методам подачи информации. Но одно точно: такой интригующей рекламы стало больше, в том числе и в регионах. Такая реклама эффективна для молодежной целевой аудитории, которая готова искать и ждать продолжения провокации, любит все необычное, не боится шока или скандала. Работает эта коммуникация четко, так как в ее основная составляющая – любопытство. Тизерная реклама широко используется в Интернете, именно потому, что Интернет–аудитория хорошо сегментирована.

При выводе торговой марки «Билетур» использовались элементы тизерной рекламы, но цель была несколько другой – приучить клиентов к новому слову. Ведь, если услышать его впервые, можно подумать, что это очередная компания, имеющая в своем названии окончание «тур». Если бы компания «Приморское аэроагентство» разместила логотип, людям было бы трудно сразу прочитать слово, т.к. общая для слов «билет» и «тур» буква «Т» была стилизована под фигуру человека.

Избежали этого, наглядно продемонстрировав на первом этапе вывода просто слова «БИЛЕТУР», выполненное обычным шрифтом без ввода каких либо фирменных элементов. На втором этапе, подготовив потребителей к правильному восприятию слова, уже разместили логотип. Для усиления приемов тизерной рекламы на первом этапе новое название сопровождалось вопросами, на втором – перечнем основных услуг. Прием не новый, но таким образом была достигнута цель – узнаваемость торговой марки.

Часто тизер путают с провокацией. Провокация – помимо явного смысла всегда имеет подтекст, непонятный провоцируемому. Цель тизера – донести информацию, используя специфические, «загадочные» свойства. По мнению исследователей тизер – это загадка без ответа сразу, а провокация – любая сильная эмоция, в том числе прямо указывающая на брэнд.

По нашему мнению, тизерная реклама призвана привлечь внимание, но потребитель понимает, что это реклама, некая «затравка», достаточно оригинальная, после которой будет преподнесено основное сообщение.

Провокационная реклама направлена на то, чтобы вызвать интерес со стороны потребителей, но таким образом, чтобы он не догадался, что это реклама. Туристские компании в своей деятельности практически тизер не используют, так как делать нестандартные вещи сложнее, чем поточные. Тизер, выполненный на низком профессиональном уровне, зачастую просто «не выстрелит». По их мнению, тех же целей можно достичь более дешевыми рекламными мероприятиями. Но такая реклама занимает свое место в маркетинговых инструментах и имеет право на существование, оригинальная креативная идея сможет продвинуть торговую марку или продукт эффективнее стандартной.

### **Литература**

1. Ставка на любопытство. // Конкурент. № 20. 2008. 27 мая-2 июня.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ДОМИНИРОВАНИЕ ОБРАЗНО-ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ТУРИСТСКОЙ РЕКЛАМЕ – ОПТИМАЛЬНЫЙ ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**Васильева Л.А.**

Туристский продукт представляет собой выраженную совокупность всех материальных и нематериальных элементов, так как предприятия сферы туризма имеют неформальную задачу продавать «гостеприимство». Это затрудняет проблему продажи его услуг для потенциальных клиентов и в то же время повышает роль рекламы, Public Relations и развития других форм коммуникативной системы. В систему туристской рекламы успешно может вписаться тизерная, многоэтапная реклама-загадка.

### **ABSTRACT**

#### **DOMINATION IMAGINATION AND EMOTIONAL OF ADVERTISING IN TOURISM – THE BEST WAY TO INCREASE ITS EFFICIENCY**

**Vasilyeva L.A.**

Since the main purpose of tourism companies is to sell hospitality, product in tourism is a complex of material and nonmaterial elements. This fact makes it more difficult to sell their services but it increases the role of advertisement, PR and other forms of communications at the same time. "Teaser" type of advertisement (multistage guess type) is a successful way of promotion in tourism.



## ОСОБЕННОСТИ ЭКСКУРСИОННОЙ РАБОТЫ С ТУРИСТАМИ ИЗ КНР ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

Мизь Н.Г.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

Близкое соседство густонаселенного Китая и Российского Приморья, постоянно расширяющегося сотрудничество России и КНР в разных сферах обусловили активную туристскую деятельность российско-китайской направленности.

Владивосток постоянно принимает туристские группы из КНР, которым обычно предлагаются привычно-отлаженные маршруты с показом достопримечательностей в центре города и панорам с видовых площадок.

События последних лет, связанные с проведением Саммита АТЭС во Владивостоке, выявили новые требования к проведению экскурсий для китайских туристов. В этот период в городе побывали самые заинтересованные экскурсанты: делегации разных китайских ведомств, сотрудники Генерального консульства из Хабаровска и посольства в Москве, журналисты китайских СМИ. В процессе подготовки и проведения этих экскурсий выяснились следующие особенности:

- Главный интерес экскурсантов был сосредоточен на исторических объектах; к саммитовским новостройкам, в том числе к мостам и кампусу ДВФУ, большого интереса экскурсанты не проявляли.

- С большой заинтересованностью экскурсанты из КНР осматривали исторические места Владивостока, связанные с проживанием здесь до 1938 г. китайской диаспоры: район «Миллионки», дома Тау-Целинь и Кат-Чана на ул. Светланской, здания китайской советско-партийной школы на Океанском проспекте, китайского консульства и Восточного института на ул. Пушкинской и др.

- Экскурсанты интересовались советской историей Владивостока и памятниками этого периода: В.И. Ленину, С.Г. Лазо, К.А. Суханову.

- Повышенный интерес проявляли экскурсанты к местам, связанным с пребыванием во Владивостоке именитых гостей из Китая: жены вождя китайской революции Сун-Ятсена – Сун-Цзинлин, Ху-Ханмина, ставшего здесь почетным пионером Первого китайского пионерского отряда Владивостока и почетным студентом Восточного факультета ГДУ, китайского адмирала Тинга и др.

Интерес к китайско-российским страницам истории был настолько активен, что представители консульства КНР и посольства выразили желание издать книгу по этой тематике. В апреле 2013 года первый секретарь Посольства КНР в России Чжан Циндун подписали договор на подготовку и издание книги. Согласно договору, книга должна быть опубликована в конце этого года.

Российско-китайская история является объектом внимания не только во Владивостоке. В

нынешнем году, по инициативе администрации г. Суйфэньхе, с участием российских специалистов были организованы курсы подготовки китайских экскурсоводов для работы с русскими туристами. В ходе обучения была разработана и апробирована экскурсия «исторические места Суйфэньхе», в которой значительное место было отведено российским страницам истории современного китайского города – бывшего русского поселка Пограничного.

Повышенный интерес к истории, проявляющийся в последнее время в туристской российско-китайской деятельности, по видимому, не случаен; он показывает новый уровень развивающейся туристской отрасли и требует высокопрофессиональной подготовки специалистов.



## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКСКУРСИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**Карасёв И.Е.**

**Омский государственный институт сервиса**

Сегодня, несмотря на теоретическую непроработанность понятия, все большую популярность набирает виртуальная экскурсия. Виртуальные экскурсии используются в разных сферах человеческой жизнедеятельности, особенно – на сайтах медицинских учреждений, спортивных заведений, салонов красоты, музеев и т.п. Свою нишу занимает виртуальная экскурсия и в туристской сфере: ее активно используют в своей деятельности туроператоры и турагенты.

Среди многообразия имеющихся определений понятия «виртуальная экскурсия» можно выделить, на наш взгляд, наиболее частые:

1) виртуальная экскурсия – это эффективный презентационный инструмент, с помощью которого возможна наглядная и увлекательная демонстрация любого реального объекта в урочной и внеурочной деятельности;

2) виртуальная экскурсия – это организационная форма обучения, отличающаяся от реальной экскурсии виртуальным отображением реально существующих объектов с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов и т.д. [1];

3) виртуальная экскурсия – это экскурсия, виртуально отображающая реальные объекты экскурсии;

4) виртуальная экскурсия – иллюстрированное описание объектов городов, памятников архитектуры, музеев, картин и т.д., дающая возможность заглянуть в самые отдаленные уголки планеты и даже в укрытые от человеческого взора места [2].

Виртуальную экскурсию могут использовать разные субъекты туристской сферы, главными из которых являются следующие:

1) студенты, обучающиеся по направлению «Туризм». В рамках учебной деятельности виртуальная экскурсия позволяет интенсифицировать восприятие нового материала, вызывать больший интерес к учебной теме, расширить кругозор студента, охватить широкую географическую территорию и т.д. Виртуальные экскурсии наиболее эффективны в преподавании таких учебных дисциплин, как «Основы туризма», «Мировая культура и искусство», «Культура и традиции народов мира», «Культурно-просветительский туризм» и т.п.

2) туристские агенты. В этом случае виртуальная экскурсия может преследовать три цели: получение самим турагентом подробных знаний о конкретном регионе, демонстрация визуально-звукового ряда клиенту туристской фирмы и реклама конкретной страны.

3) люди с ограниченными физическими возможностями. В силу невозможности путешествовать реально названные субъекты туризма могут использовать компьютерные технологии.

4) люди с недостатком материальных средств. Людям, которым не хватает средств для путешествий, виртуальная экскурсия может быть прекрасной альтернативой. Не выходя из дому, с помощью виртуальной экскурсии мы сможем побывать в разных уголках планеты, познакомиться с самыми известными мировыми достопримечательностями, узнать быт и культуру интересующей нас страны.

Виртуальная экскурсия, как и любая другая форма туристской деятельности имеет свои достоинства и недостатки. К ведущим преимуществам виртуальной экскурсии можно отнести следующие:

- 1) большая популярность на сегодняшний день;
- 2) доступность (возможность посещения туристских объектов без больших финансовых затрат и без траты большого количества времени);
- 3) возможность самостоятельно визуально ознакомиться с интересующими объектами;
- 4) возможность просмотра в любое удобное время;
- 5) возможность знакомиться с экскурсией многократно и изучать дополнительную предлагаемую информацию;
- 6) одновременное присутствие в разных географических точках.

Наряду с отмеченными достоинствами виртуальной экскурсии можно выделить и ее недостатки, среди которых:

- 1) заочность присутствия;
- 2) отсутствие диалогичности;
- 3) зависимость от авторов виртуальной экскурсии: человек, осуществляющий виртуальную экскурсию, изучает только те объекты, которые включены авторами;
- 4) ограниченность впечатлений.

Виртуальная экскурсия имеет свои обязательные условия подготовки и публикации:

- 1) наличие не менее двух помещений для оказания услуг/продажи товаров (чем больше и разнообразнее оформленных – тем лучше);
- 2) не менее двух видов оказываемых услуг (чем больше и разнообразнее – тем лучше);

3) умение выделить и объяснить свои преимущества [3].

Несмотря на то что виртуальная экскурсия появилась сравнительно недавно, она привлекает к себе все большее внимание как туристов-практиков, так и теоретических исследователей в сфере туризма. Популярность этой формы обусловлена теми широкими возможностями, которые она предоставляет.

#### **Литература**

1. [http://www.it-.ru/communities.aspx?cat\\_no=107408&tmpl=com](http://www.it-.ru/communities.aspx?cat_no=107408&tmpl=com)
2. <http://louvre.historic.ru/virttour.shtml>
3. [www.coolreferat.com](http://www.coolreferat.com)

#### **АННОТАЦИЯ**

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКСКУРСИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**Карасёв И.Е.**

Статья посвящена виртуальной экскурсии, на сегодняшний день активно используемой в разных областях человеческой жизнедеятельности, и в туризме в частности. Особое внимание в работе акцентировано на определении виртуальной экскурсии, ее составляющих, положительных и негативных сторонах.

#### **ABSTRACT**

#### **USING A VIRTUAL TOURS IN TOURISM**

**Karasev I.E.**

Article is devoted to the virtual excursion which today is actively used in different areas of human activity, and in tourism in particular. The special attention in work is focused on definition of virtual excursion, its components, positive and negative sides.



#### **МНОГОНАЦИОНАЛЬНОСТЬ ВЛАДИВОСТОКА КАК ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС**

**Авдудевская И.А.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Современный рынок туристских услуг, включающий экскурсионное обслуживание как основу познавательных экскурсионных туров, требует принципиально новых подходов. В условиях достаточно высокой конкуренции выигрывает то предприятие, которое предлагает более широкий спектр товаров и услуг, способных

удовлетворять разнообразные запросы клиентов.

В последние годы значимость Приморского края в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Владивостока, как его центра возрастает. Город все чаще становится местом проведения официальных мероприятий международного и федерального уровня. Это предполагает увеличение числа туристов и, как следствие, оживление экскурсионной деятельности.

Любое деловое или событийное мероприятие сопровождается экскурсионным обслуживанием его участников. Обычно предлагаются обзорные городские экскурсии, включающие наиболее яркие достопримечательности Владивостока.

Однако все чаще оказываются востребованными индивидуальные заказные экскурсии для гостей города, как российских, так и иностранных. Индивидуальные экскурсии могут включать объекты, которые обычно в маршрут обзорной экскурсии не входят.

Владивосток обладает богатым историко-культурным наследием, которое традиционно используется в туристско-экскурсионных целях. Выгодное географическое расположение с первых дней существования сделало его центром схождения иммиграционных потоков. Многие страницы летописи приморской столицы связаны с жизнью и активной деятельностью национальных диаспор.

У иностранных туристов, посещающих наш город, большой интерес вызывают памятные места Владивостока, напоминающие о жизни их соотечественников на далекой окраине России.

Выходцы из сопредельных азиатских стран – китайцы, корейцы появились здесь в поисках работы, спасаясь от голода и эпидемий, свирепствовавших на территории этих стран. С введением на Юге Дальнего Востока режима порто-франко сюда устремились предприниматели из разных стран. К началу XX века во Владивостоке жили поляки и чехи, датчане и финны, представители Америки, Швеции, Германии, Японии, Кореи, Китая и других стран. Многие из них, наряду с русскими, оставили свой след на карте и в судьбе Владивостока. Имена поляка М.И. Янковского, швейцарца Ю.И. Бринера, финна О.В. Линдгольма, голландца К. Де-Фриза, шотландца Демби, о многом говорят жителям Владивостока.

Самыми многочисленными были китайская и корейская диаспоры. Обычно, когда говорят о китайской диаспоре, ограничиваются китайским кварталом, Миллионкой. Но существует и множество других объектов, например, здания, построенные бригадами китайских строителей.

О владивостокских корейцах напоминает «монумент гордости и печали», установленный на территории бывшей «Корейской слободки», памятники писателю Чо Мен Хи, национальному герою Кореи Ан Чжун Гыну.

Еще в царское время начались важные связи с Вьетнамом. Продолжились они и в советский период, когда Советский союз оказывал помощь воюющему Вьетнаму. Владивосток несколько раз посещал основатель социалистического Вьетнама Хо Ши Мин.

Мало кому известно, что здесь побывал и Принц Таиланда Чакрабань.

Сохранилось немало памятных мест, связанных с пребыванием во Владивостоке японцев. Кроме того, японцы внесли вклад в сооружение Владивостокского трамвая и Уссурийской железной дороги, а также в послевоенное строительство.

Значительную роль в истории города играли представители немецкой диаспоры, которая была немногочисленной, но одной из наиболее состоятельных и влиятельных. На карте города увековечены имена А.К. Шефнера, Н.Я. Шкота. С именем П.Ф. Унтербергера связана, пожалуй, главная достопримечательность – Владивостокская крепость. Кроме общеизвестных представителей немецкой диаспоры, таких как А. Альберс, А. Даттан, И. Лангелитье были и другие выдающиеся личности. Например, К. Гольденштедт, ученый-садовод, благодаря которому появились сады и скверы Владивостока. К. Гольденштедту принадлежало знаменитое имение Новогеоргиевское на полуострове Де-Фриз. Недавно выяснилось, что в проектировании современного Владивостока принимал участие известный немецкий архитектор Филипп Тольциннер. Польский архитектор А.А. Гвоздзиовский украсил Владивосток зданиями Почтамта и Восточного института.

Американцам может быть интересна деятельность американского Красного Креста и Христианского союза. В 2012 г. в дни международного кинофестиваля был открыт памятник обладателю «Оскара» голливудскому актеру Юлу Бринеру, родившемуся во Владивостоке.

Представители Италии и Турции, Финляндии и Греции также смогут узнать о своих соотечественниках, волею судьбы оказавшихся на восточной окраине России.

Заметный след оставили интернациональные семьи. Известный японский писатель Оидзуми Ковусэки был сыном российского подданного А.С. Ваховича и японки Кэйко Мотакава. На японке был женат и француз Менард, владелец имения на острове Попова. Женой американца Г. Купера была китаянка.

Значительный пласт истории связан с российскими гражданами, ушедшими в эмиграцию. Частыми гостями стали их потомки, живущие в разных странах: внуки и правнуки Адольфа Даттана, П. Унтербергера, Ю. Бринера, Г. Купера и др. Потомки Ф. Гека до сих пор живут во Владивостоке.

Объединяющим историческим местом является Покровский парк, бывшее Покровское кладбище, где похоронены представители разных национальностей и религий.

Краеведческая поисковая работа не останавливается. Появляются новые удивительные факты, проливающие свет на многонациональную историю города. Все это может послужить основой для разработки оригинальных экскурсий. Созданию новых экскурсий могут способствовать и «национальные» карты города, разработанные студентами ДВФУ под руководством краеведа, доцента кафедры сервиса и туризма Н.Г. Мизь.

### **Литература**

1. Анча Д.А. Владивосток в фотографиях Меррилла Хаскелла. 11 августа 1919 – 23 февраля 1920 / Д.А. Анча, В.И. Калинин, Т.З.Позняк. Издательство «РИОТИП». 2009. 324 с.

2. Позняк Т.З. Иностранцы подданные в городах Дальнего Востока России.(вторая половина XIX - начало XX в.) / Т.З. Позняк. Владивосток. Дальнаука. 2004. 316 с.
3. Мизь Н.Г. Страницы забытой истории. / Н.Г. Мизь, Г.П. Турмов. Владивосток. Издательство ДВГТУ, 2002 - 154 с.
4. Хисамутдинов А.А. Из владивостокской старины. Владивосток, Издательство ВГУЭС, 2001 – 218 с.

**АННОТАЦИЯ**  
**МНОГОНАЦИОНАЛЬНОСТЬ ВЛАДИВОСТОКА КАК ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС**  
**Авдеевская И.А.**

Щедро одаренный природой, непохожий на другие города, Владивосток обладает к тому же богатым историко-культурным потенциалом.

У иностранных туристов, посещающих наш город, большой интерес вызывают страницы истории Владивостока, отражающие жизнь их соотечественников на далекой окраине России. Это делает актуальной разработку специальных обзорных экскурсий, включающих объекты, связанные с многочисленными национальными диаспорами, оставившими заметный след на карте и в судьбе города.

**ABSTRACT**  
**MULTINATIONAL VLADIVOSTOK AS A TOURIST RESOURCE**  
**Avduevskaya I.A.**

Vladivostok has a rich historical and cultural potential. For foreign tourists visiting Vladivostok, a large interest is the pages of history, reflecting the lives of their compatriots on the far outskirts of the Russian. This makes the actual development of special sightseeing tours, including objects associated with numerous national diaspora that left its mark on the map and in the fate of the city.



**ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ Г. ВЛАДИВОСТОКА:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ  
ТУРИЗМА**

**Ильяшенко Е.С.**

**Владивостокский государственный университет экономики и сервиса**

Культурное наследие – это наследие исторического развития цивилизации, которое накопилось на данной территории. Обратимся к более точному

определению культурного наследия.

Культурное наследие – материальные и духовные ценности народов, созданные в прошлом, а также памятники и историко-культурные территории и объекты, имеющие большое значение для сохранения и развития самобытности народов.

Культурное наследие складывается из материальных и нематериальных (духовных) компонентов.

Если учитывать материальные компоненты, то под культурным наследием (Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия, принятая в 1972 г.) понимаются три вида объектов: памятники, комплексы и достопримечательные места

К памятникам могут быть отнесены произведения архитектуры, монументальной скульптуры и живописи, элементы и структуры археологического характера, надписи, пещерные жилища и группы элементов, которые имеют выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, науки или искусства [1].

Среди памятников культурного наследия можно выделить:

- памятники археологии;
- культовую и гражданскую архитектуру;
- памятники ландшафтной архитектуры;
- малые и большие исторические города;
- типичные сельские поселения;
- музеи, театры, выставочные залы, объекты социокультурной инфраструктуры;
- этнографические объекты, народные промыслы и ремесла, центры декоративно-прикладного искусства;
- технические комплексы и сооружения.

Культурно-историческое наследие включает памятники:

- античности,
- культовой архитектуры, монументальной скульптуры и живописи,
- светской архитектуры (в том числе производственной), монументальной скульптуры и живописи,
- ландшафтной архитектуры и монументальной ландшафтной скульптуры,
- уникальные произведения (исторические шедевры) камерной скульптуры и живописи, произведения декоративно-прикладного и церковного искусства,
- имеющие историческую ценность средства производства,
- музейные экспозиции прошлых исторических эпох,
- мемориальные комплексы, созданные в прошлые исторические эпохи,
- реконструированные исторические праздники, ритуалы, обряды и пр.

К комплексам относятся группы изолированных или объединенных строений архитектуры, единство или связь с пейзажем которых представляет выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, науки или искусства.

В культурные комплексы составной частью входит и природа: в городах это и парки и

скверы, зеленые насаждения во дворах и на улицах; в сельской местности – приусадебные участки; в старинных усадьбах и монастырях – ландшафтные рукотворные пейзажные парки и сады. Нарушение исторического ландшафта негативно влияет на аттрактивность культурного объекта.

К достопримечательным местам могут быть отнесены объекты, представляющие собой дело рук человеческих или совместного творения природы и человека, а также зоны, включая археологические достопримечательные места, представляющие выдающуюся ценность с точки зрения истории, эстетики, этнологии или антропологии.

Культурное наследие включает в себя не только материальные, но и нематериальные (духовные) компоненты (нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, языки, диалекты и говоры, национальные традиции и обычаи, исторические топонимы, фольклор, художественные промыслы и ремесла). Традиции, обычаи, фольклор стали неотъемлемой частью современных экскурсий и экскурсионных программ.

В связи с этим важнейшим событием стало принятие 17 октября 2003 г. Генеральной конференцией ЮНЕСКО Международной конвенции об охране нематериального культурного наследия. В конвенции перечислены следующие основные компоненты нематериального культурного наследия: устные традиции и формы выражения, включая язык в качестве носителя нематериального культурного наследия; исполнительские искусства; обычаи, обряды, празднества; знания и обычаи, относящиеся к природе и вселенной; знания и навыки, связанные с традиционными ремеслами.[2]

Таким образом, культурно-исторические ресурсы понятие очень емкое и включает в себя несколько составляющих:

1) совокупность объектов и явлений, связанных с деятельностью человека, которые возникли в результате этой деятельности и носят материальный и нематериальный характер; при соответствующих инфраструктурных и технологических возможностях совокупность объектов и явлений может быть использована для удовлетворения специфических потребностей туристов в познании, творческом и духовном совершенствовании;

2) объекты и явления окружающей действительности антропогенного происхождения: материальные ресурсы – все средства производства и материальные ценности общества (памятники истории и культуры, предприятия всех отраслей народного хозяйства), удовлетворяющие познавательные потребности людей; духовные ресурсы – все достижения общества в государственно-общественной жизни, науке, культуре, искусстве (кусков словарь);

3) культурные объекты, памятники, исторические местности, этнографическое разнообразие и др. В качестве рекреационных ресурсов они могут рассматриваться лишь при анализе их как средств удовлетворения рекреационной потребности некоторого множества людей в течение некоторого времени.

Культурный потенциал региона выражен в его историческом наследии. Большинство туристских направлений бережно относится к своей истории как фактору привлечения туристских потоков. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить

успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и историческими объектами — сильнейший побудительный туристский мотив. Историческое наследие региона нуждается в продвижении на туристский рынок. Поэтому национальные туристские организации должны заниматься распространением информации об историческом потенциале местности. При посещении другой страны туристы воспринимают в целом культурные комплексы, составной частью которых является природа. Аттрактивность культурных комплексов определяется их художественной и исторической ценностью, модой и доступностью по отношению к местам спроса. Особенности культуры различных регионов мира все чаще побуждают людей проводить отпуск в путешествии. Объекты, посещаемые туристами, способствуют их духовному обогащению, расширению кругозора. Культура является одним из основных элементов туристского интереса. Элементы и факторы культуры могут являться каналами распределения информации о туристских возможностях местности. Успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности национального культурного наследия.

Город Владивосток принадлежит к числу муниципальных образований Приморского края, наиболее богатых объектами культурного наследия. В Приморье принят Закон Приморского края от 08.01.2004 N 98-КЗ "Об охране объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации на территории Приморского края". Непосредственно вопросами связанными с охраной объектов культурного наследия в Приморье занимаются Управление по охране объектов культурного наследия Приморского края, Приморское территориальное управление Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в области охраны культурного наследия. К данной работе также привлекаются сотрудники органов МВД, ФСБ и таможенной службы.

На территории города Владивостока насчитывается более 700 объектов исторического и культурного наследия, что составляет 51,7% всех памятников истории и культуры Приморского края, из них - 15 объектов культурного наследия федерального значения, в том числе комплекс фортификационных сооружений Владивостокской крепости, насчитывающий 103 объекта, 583 памятника регионального значения и 17 выявленных объектов, представляющих историческую и культурную ценность. По типологической принадлежности в составе общего объема памятников насчитывается: 512 объектов гражданской архитектуры, 11 объектов церковного назначения (церкви, часовни, монастыри), 72 памятника воинской славы, 103 объекта Владивостокской крепости. Обладая высокой градостроительной и исторической ценностью за счет сохранившейся планировочной структуры, архитектурных и исторических ансамблей, памятников архитектуры, истории, археологии, комплекса фортификационных сооружений Владивостокской крепости, а также уникального природного ландшафта, город Владивосток представляет историко-градостроительную ценность для мировой и отечественной культуры. Недвижимые памятники истории и культуры расположены на открытом пространстве, подвергаются атмосферным воздействиям и требуют постоянного проведения мероприятий по их восстановлению и сохранению. Охрана объектов культурного наследия должна представлять

собой единую систему правовых, организационных, финансовых, информационных, материально-технических и иных и нормативных актов в области сохранения, содержания и использования этих объектов, а также систему организации комплексной, взаимосвязанной работы органов государственной власти по охране объектов культурного наследия и органов государственной власти по контролю за их сохранением, их территориальных подразделений, а также граждан и общественных организаций по охране объектов культурного наследия. Политика государства в сфере сохранения культурного наследия должна предусматривать нормативно-правовое, методическое, научно-техническое, организационное, социальное, финансово-экономическое обеспечение деятельности по охране культурного наследия.

Отсутствие возможности финансирования из бюджета города Владивостока стало причиной разрушения многих памятников истории и культуры.

По заданию главы города была разработана и принята ведомственная целевая программа «Сохранение памятников истории и культуры в городе Владивостоке на 2010 – 2012 годы», в 2012 году – ведомственная целевая программа «Сохранение, использование и популяризация объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) в городе Владивостоке» на 2013-2015 годы». Основная цель программы - сохранение и популяризация историко-культурного наследия столицы Приморья. Благодаря активной позиции мэра, многие из объектов культурного наследия во Владивостоке были отреставрированы впервые со дня основания, хотя по закону их должны были приводить в порядок каждые 5 лет.

Так, в 2010 г. в рамках данной программы было отреставрировано 9 памятников, связанных с историей Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. и 8 монументов, посвященных основанию Владивостока.

В 2011 г. в порядок приведено 5 памятников, проведена большая работа по проектированию охранных зон более чем 20 памятников архитектуры, составлены специальные паспорта, определяющие территорию, непосредственно окружающую памятник, предназначенную для сохранности монумента и ближайшей среды, необходимой для целостного и благоприятного зрительного восприятия.

В 2012 г. во Владивостоке отреставрировано 15 объектов культурного наследия, принятых в муниципальную собственность.

В 2013 г. среди объектов культурного наследия, которые будут приведены в порядок - могила моряков крейсера «Варяг», погибших в бою с японской эскадрой в 1904 г. (Морское кладбище, ул. Патрокл, 1 участок), памятник матросам Сибирской флотилии, расстрелянным в 1907 г. (ул. Сахалинская, д. 44), памятник комсомольцу Баневуру В. (ул. Пушкинская, в районе д.63), Николаевская Триумфальная арка (в районе ул. Петра Великого, д. 6), памятник жителям о. Попова и о. Рейнеке, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. (о. Попова, ул. Подгорная, в районе д. 15а) и другие. [3]

Объекты культурного наследия важная составляющая культурного туризма.

По статистическим данным доля культурно туризма в общем объеме туризма составляет 60% [4] (рис. 1).

Ресурсы культурного туризма, как и любого другого вида туризма, потребляются только в процессе или в результате передвижения. Во всякой местности туриста привлекает что-то непривычное, необычное, ранее не виденное и неизвестное, одним словом, черты, отличающие данную местность от всех остальных районов.

Для объединения, на первый взгляд, двух противоположных тенденций – сохранения объектов культурного наследия и развития туризма – используются новые технологии, новые методы управления массовыми потоками и маркетинг объектов культурного наследия. Современные мировые тенденции предполагают развитие устойчивого культурного туризма, основанного на идее культурного согласия. При создании проектов устойчивого культурного туризма учитывается спрос трех различных типов культурных туристов:



Рис. 1. Групповой туризм российских граждан по целям путешествий

1. Специальная категория культурных туристов-энтузиастов (10-15%).
2. Постоянная категория культурных туристов (30-40%).
3. Категория случайных культурных туристов (46-60%).

Характеристики существующих и потенциальных посетителей культурных объектов, информация о мотивации посещения позволяют создавать систему информации для центров культурного наследия [5].

С одной стороны, туристу нужно показать редкие и неповторимые памятники культуры и истории, а также памятники природы. С другой стороны, нужно по немногим образцам познакомить его с обширными территориями, чтобы он составил объективное представление о районе, городе, крае, стране. Туризм не только приносит доходы региону, но дает местному населению основание гордиться своим уникальным наследием и предоставляет возможности

делиться им с туристами. Если общество будет это учитывать, то сможет создать систему рационального использования уникальных ресурсов для туризма. Успешное развитие туризма, а следовательно, массовое привлечение потенциальных туристов зависит от действий, направленных на сохранение культурных, исторических и природных ресурсов местности

Культурный туризм не возможен без организации экскурсионных программ, построенных на объектах культурного наследия. На объектах культуры строятся экскурсионные маршруты по г. Владивостоку: Обзорная экскурсия по г. Владивостоку, Город у моря, Огни вечернего Владивостока, Обаяние старых улиц, История районов Владивостока, Южный рубеж, Морская панорама города, Владивостокская Пушкиниана и т.д. Успешное развитие въездного и внутреннего туризма, а, следовательно, массовое привлечение потенциальных туристов зависит от действий, направленных на сохранение культурных, исторических и природных ресурсов местности. Реализация программы по использованию историко-культурного и природного потенциала региона в целях туризма решит одну из важнейших его проблем, проблему сезонного колебания спроса - путем предложения разнообразных форм межсезонного туризма, которые предполагают использование элементов культуры.

Культура способна вызвать у потенциальных туристов сильнейший побудительный мотив к путешествию. Поэтому сохранение культурного наследия и его рациональное использование имеют определяющее значение для устойчивого привлечения туристских потоков и сохранения популярности конкретного туристского направления. [6]

### **Литература**

1. Ожева С.Б. Культурный туризм как эффективный способ межкультурной коммуникации / С.Б. Ожева // В мире научных открытий. – 2010. - № 4-10. – С. 115-117
2. Карамашева А.А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации: дисс. кандидата культурологии: 24.00.01.– М., 2004. – 162 с.
3. Постановление главы г. Владивостока: Об утверждении ведомственной целевой программы «Сохранение памятников истории и культуры в г. Владивостоке на 2012-2013 годы» № 1078 от 02.10.2009 г. / Официальный сайт города Владивостока. – Владивосток, 2013. - Режим доступа: <http://old.vlc.ru/mayor/docs/2012/index.htm>
4. Нефедова О.В. Туризм и культурное наследие: проблемы взаимодействия / О.В. Нефедова / Национальный исследовательский Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. – Саратов, 2013. - Режим доступа: <http://www.sgu.ru/files/>
5. Минкультуры создаст реестр объектов культурного наследия [Электронный ресурс] / РИА.Туризм / Режим доступа: <http://travel.ria.ru>
6. Красная С.А. Культурный туризм как перспективное направление развития современного туризма // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств / Московский государственный университет культуры и искусств. – 2006. - №4. – С. 125-128

7. Охрана объектов культурного наследия // Наше наследие. – 2005. - № 7. – С. 15-23.

**АННОТАЦИЯ**

**ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ Г. ВЛАДИВОСТОКА:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ТУРИЗМА**  
Ильяшенко Е.С.

Для нашей страны глубокое изучение и всестороннее использование памятников наследия имеет особое значение, поскольку в современной России мы переживаем принципиальные социальные, экономические, духовные перемены. Изучение, сохранение и реставрация культурного наследия являются необходимым условием предупреждения процесса разрушения национального богатства России. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и историческими объектами – сильнейший побудительный туристский мотив. Историческое наследие региона нуждается в продвижении на туристский рынок. В работе рассмотрены объекты культурного наследия г. Владивостока: проблемы и перспективы использования для целей туризма.

**ABSTRACT**

**CULTURAL HERITAGE OF VLADIVOSTOK:  
PROBLEMS AND PROSPECTS FOR TOURISM**  
Il'yashenko E.S.

The intensive study and comprehensive use of heritage monuments have a particular importance for Russia because nowadays we face the fundamental social, economic and spiritual changes. The study, maintenance and restoration of cultural heritage are essential to prevent the process of Russia's national wealth destruction. The successful tourism development in the region may be determined by the availability of the unique historical sites. The strongest reason that incites tourists is a familiarity with the history and historical sites. The historical heritage of the region needs to be exploited. The paper discusses the cultural heritage of Vladivostok along with problems and prospects of its use for tourism goals.

**«НАЦИОНАЛЬНЫЕ» КАРТОСХЕМЫ Г. ВЛАДИВОСТОКА**  
(доклад–презентация)

**Мизь Н.Г., Бутовец Е.Е., Васильева К.Е. Генералова К.О., Расстальной А.С., Шароха Е.С.**  
**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

Картосхемы и пояснительный текст находятся в папке «Maps».



**ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В  
ОБРАЗОВАНИИ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ  
РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТУРИСТСКОГО  
ПРОДУКТА**

**Барашок И.В., Руденко Л.Л.**

**Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Современный туристский рынок диктует свои требования по подготовке многопрофильных специалистов, способных гибко мыслить, комплексно решать различные профессиональные задачи. Этой цели соответствует и внедрение компетентностного подхода в учебный процесс, который направлен на формирование многомерного взгляда будущих специалистов на профессиональную деятельность. Поэтому актуальным является поиск новых путей повышения качества образовательного процесса в туристском вузе. По мнению авторов статьи, данную проблему возможно до некоторой степени решить на основе взаимодействия (интеграции) учебных дисциплин.

Понятие интеграции в образовательном процессе рассматривалось в отечественной и зарубежной педагогической литературе, начиная с XVII в. и не утратило свою актуальность. Существует множество подходов к процессу интеграции. Это и взаимосвязь реального мира и изучаемых предметов, интеграция профессиональных знаний и практической деятельности, интеграция как системный подход к процессу обучения, содержательное изменение процесса обучения и т.д. Под интеграцией понимают «...объединение в целое, в единство каких-либо элементов, состояние взаимосвязи отдельных компонентов системы и процесс, обуславливающий такое состояние» [1]. Автор А.Ю. Воробьева отмечает, что в образовательной школе накоплен значительный опыт организации интеграции и крайне мало внимания уделяется изучению этой проблемы в высших учебных заведениях. В частности в туристском вузе данный вопрос еще требует изучения.

Практика туристской деятельности показывает, что разработка туристского продукта на внутренних и въездных маршрутах иногда нуждается не столько в разработке новых туров, проектов (сложно придумать что-то новое), а в модернизации, усовершенствовании уже действующих маршрутов.

Модернизация, обновление традиционных туров с успехом могут быть осуществлены с помощью введения анимационных услуг или инновационных технологий. Именно последние способны «оживить», дать новую «активную» жизнь уже существующим на рынке туристским продуктам.

В настоящее время изучение студентами дисциплин «Анимация в туризме и гостеприимстве», «Туроперейтинг», «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме» идет по своим стандартам. Результатом изучения каждой дисциплины чаще становится

подготовка студентами практического задания в виде реального, привлекательного и рентабельного проекта. Подобные задания даются по многим дисциплинам, которые сильно нагружают студентов, что приводит к слабой мотивации и заинтересованности в конечном результате многих заданий.

В табл. 1 представлены основные этапы разработки туристского, анимационного, инновационного проектов, выполняемых в рамках трех рассматриваемых дисциплин. Данные проекты, как правило, являются завершающим, итоговым заданием при изучении перечисленных дисциплин. Как видно из табл. 1, при выполнении каждого из проектов по трем дисциплинам между ними есть общее и особенное. Общее, стержневое сходство проявляется, прежде всего, в том, что в основе всех проектов лежит новая привлекательная идея, которая проходя последовательно этапы, преобразуется в новый оригинальный, прибыльный продукт (такую задачу ставит каждый преподаватель по своей дисциплине). Разработка каждого проекта должна быть обоснована и актуальна для реального рынка потребителей. Для этого в каждом проекте исследуются спрос и предложение, наличие туристских ресурсов, обязательные расчеты всех затрат и доходов с подтверждением рентабельности итогового продукта.

Таблица 1 – Этапы разработки новых проектов по дисциплинам «Туроперейтинг», «Анимация в туризме и гостеприимстве» и «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме»

Основные этапы разработки проектов по каждой из дисциплин		
Создание туристского продукта	Анимационный проект	Инновационный продукт
1. Формирование идеи нового турпродукта 2. Анализ рынка в выбранном сегменте туров (предложение, спрос) и туристских ресурсов региона. 3. Формирование маршрута и программы тура 4. Отбор основных поставщиков услуг, ценообразование и обоснование конкурентоспособности маршрута. Разработка документации турпродукта. 5. Презентация и продвижение турпродукта (разработка комплекса рекламно-информационных материалов)	1. Генерирование и отбор идеи 2. Разработка сценария 3. Анимационная программа 4. Отработка актерского мастерства 5. Презентация услуги/товара	1. Генерирование и отбор идеи 2. Концепция услуги/товара 3. Бизнес-анализ проекта 4. Производство услуги/товара 5. Коммерциализация услуги/товара (презентация)

В каждом из проектов есть свои особенности. Например, результатом туристского проекта чаще становится туристский маршрут, поэтому к нему разрабатывается соответствующая документация.

Итоговым проектом по анимации может быть тур с анимационными услугами или отдельные анимационные услуги. Особенностью документационного оформления в данном проекте будет написание сценария, а для презентации продукта потребуются навыки актерского мастерства.

В инновационном проекте важным аспектом является его инвестиционная привлекательность. Поэтому при его расчете важно грамотно составить бизнес-план, показывающий привлекательность проекта, как для потребителей, так и для инвесторов, поставщиков, партнеров по бизнесу.

Общие и специфические подходы к выполнению проектов показывают, насколько они дополняют и обогащают творческие и интеллектуальные усилия студентов. Однако это хорошо выглядит только теоретически. На практике каждый из нас, преподавателей, затрачивает много времени на выполнение рутинной работы, начиная проговаривать общую схему подхода к новому продукту от идеи проекта до конечного результата. Студенты, изучая учебные предметы, воспринимают каждый проект как что-то абсолютно новое и не могут, как и мы, до представленных исследований, привязать специфику дисциплины к общему подходу проектирования любого нового продукта. Очень многие проекты студенты не дотягивают до презентаций или наспех их сворачивают. Такой результат никого не устраивает.

Большой интерес вызывает то, как можно обогатить практический и теоретический опыт студентов взаимодействием (межпредметной интеграцией) трех дисциплин, чтобы в итоге разрабатываемые проекты были более совершенными, давали возможность студентам интегрировать знания и навыки. Мы поставили перед собой задачу объединить усилия по трем дисциплинам, чтобы повысить результативность и эффективность обучающего процесса. Важным аспектом подобной интеграции считаем освоение студентами профессиональных практических навыков для реализации привлекательных проектов по приобретаемой специальности, повышения их востребованности на рынке труда.

Опыт, подтверждающий необходимость межпредметной интеграции, показан нами на примере подготовки студенческого проекта в рамках проведения 13-й Всероссийской студенческой олимпиады по менеджменту туризма и гостеприимства.

Учитывая теоретические и практические знания уже полученные студентами по трем дисциплинам, им было предложено разработать новый туристский продукт. Выбор был сделан в пользу свадебного тура, основанного на русских традициях. Большую роль в новизне и привлекательности данного проекта должна была сыграть анимационная составляющая. В тоже время требовались и новые технологии, и расчеты для реализации проекта, то есть знания по трем и более дисциплинам. Подобный проект позволил студентам представить на Олимпиаду новый тур и с успехом показать, реализовать свои знания по нескольким дисциплинам.

Опыт преподавателей по разработке «своих» проектов при совместной работе оказался интереснее, продуктивнее и эффективнее. Быстрее подобралась творческая команда студентов (сработала мотивационная составляющая), быстрее были даны четкие установки студентам на разрабатываемый проект, быстрее получена отдача от творчества, инициативы студентов. В итоге, удовлетворение приносит не только выпуск конечного продукта, но и сам процесс, как для студентов, так и для преподавателей.

Для нас, преподавателей, оказался интересен опыт работы друг друга в совместном проекте. Это обогатило нас и наших студентов в процессе обучения. Практика совместной

деятельности привела к необходимости обращения к исследованию различных форм и уровней интеграции.

### **Литература**

1 Воробьева А.Ю. Интеграция основного и дополнительного профессионального образования студентов в сфере туристской анимации: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.08 / А.Ю. Воробьева. – М., 2012. – 24 с.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОБРАЗОВАНИИ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА**

**Барашок И.В., Руденко Л.Л.**

Раскрывается процесс интеграции учебных дисциплин «Анимация в туризме и гостеприимстве», «Туроперейтинг» и «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме», позволяющий студентам создать конструктивно новые туристские продукты (проекты) в рамках учебного процесса.

### **ABSTRACT**

#### **INTEGRATION PROCESSES IN EDUCATION AS THE KEY TO SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF A NEW TOURISM PRODUCT**

**Barashok I.V., Rudenko L.L.**

The article discloses the process of integration of three syllabus disciplines: «Animation in tourism and hospitality», «Tour operating» and «Innovations in social and cultural services and tourism», which enables students to create new tourism products and projects within the framework of the study process.



### **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА АЗАРТНЫХ ИГР, КАК ТУРИСТСКОЙ УСЛУГИ**

**Овчаренко Н.П., Бакотин С.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный  
университет, г. Владивосток**

Многие гостиничные комплексы за рубежом предлагают клиентам в качестве дополнительной услуги возможность отдохнуть в игорных заведениях. На сегодня игорный бизнес - одно из наиболее перспективных направлений развития туристической анимации, т.к. он приносит хороший доход, обеспечивает постоянной

работой сотрудников (в отличие от других работников, например, на пляже, работа которых носит сезонный характер). Можно уверенно прогнозировать дальнейший рост этого бизнеса и то, что он всегда будет серьезным источником дохода.

Рынок азартных игр в России наименее прозрачен и изучен, поэтому оценить его размеры сложно. По данным Price Waterhouse Coopers, мировой оборот игорного бизнеса к 2012 г. достигнет \$144 млрд. Журнал «Игорный бизнес» оценил объем рынка в России за 2005 г. в \$5-6 млрд. В общей структуре расходов семьи траты на азартные игры имеют несущественную долю. Однако с 2006 г. наблюдается смещение в пользу увеличения веса затрат на азартные игры в совокупной потребительской корзине россиян.

Как показал опрос населения, когда-либо посещали игорное заведение (казино или клуб) 43% респондентов. Если брать в расчет только городское население, в трудоспособном возрасте, то речь идет о 51% человек. Согласно информации представителей Ассоциации деятелей игорного бизнеса, после выхода правил организации игорного бизнеса, вышедший в 2007 г., оборот отрасли сократился на 35%.

Альтернативой игорного бизнеса является категория неазартных игр, среди которых преобладают интеллектуальные развлечения. К наиболее популярным интеллектуальным играм можно отнести шашки, шахматы, нарды, карточные игры (бридж, преферанс и прю) и пр. Однако перечень интеллектуальных и настольных игр не ограничивается предложенным списком (табл. 1).

Таблица 1 – Интеллектуальные игры

<b>Карточные игры</b>	<b>Стратегические игры</b>
Преферанс	Го
Бридж	Шахматы
Бура	Боевые шахматы
Дурак	Русские шахматы
Очко	Шашки
Покер	Нарды
<b>Карточные коллекционные игры</b>	Манкала
MagicTheGathering	Реверси
Pokemon	Сёги
The Lord of the Rings	Война вирусов (игра)
Берсерк	Каркассон (настольная игра)
Небожители	Колонизаторы (настольная игра)
HarryPotter TCG	Стратего
Манчкин (ролевая настольная карточная игра)	TicketToRide
Уно (игра) (англ.)	Ужас Аркхема
<b>Игры с кубиками</b>	Кайлюс
Кости	<b>Имитационные игры</b>
Игра-ходилка	Акционер

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

Лепестки Розы	Монополия
Десять тысяч	Биржа
<b>Военные стратегические игры (Варгеймы)</b>	<b>Командные игры</b>
Битвы Fantasy	Что? Где? Когда?
WarhammerFantasyBattles	Брейн-ринг и пр.
Warhammer 40000	
LordoftheRings	
Mordheim	
BattlefleetGothic	
<b>Викторины</b>	
Trivialpursuit	
Brainstorm	

Наибольшей популярностью сегодня пользуется спортивный или клубный покер. Этот вид досуга представлен всевозможными клубами и неформальными объединениями. Клубы, организуемые на базе кафе, университетов, домов культуры и прочих местах, предполагают регулярные встречи своих членов и проведение турниров. Наиболее популярны клубы по игре в бридж и преферанс.

Подобный официальный клуб есть почти в каждом крупном городе. Несмотря на то, что преферанс, бридж и прочие интеллектуальные игры не относятся к числу азартных, организация клуба в некоторых случаях является доходным бизнесом.

К примеру, участие в турнире по бриджу в Московских клубах колеблется в пределах 300–10000 рублей. Стоимость участия зависит от уровня мероприятия (внутри клуба, между клубами, чемпионат мира и пр.) и статуса участника (любитель, мастер, профессионал).

Согласно, Федеральному закону Российской Федерации от 29 декабря 2006 г. N 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», игорные заведения (за исключением букмекерских контор и тотализаторов) могут быть открыты исключительно в игорных зонах в порядке, установленном настоящим Федеральным законом.

Необходимость принятия данного закона обусловлена широким распространением игорного бизнеса и развитием ряда острых антисоциальных явлений. Политика игорных заведений, основанная на культивировании желания у людей получить, якобы, «легкие деньги», направлена на массовое вовлечение граждан в азартные игры. Как показывают социологические исследования, в их хитроумные сети попадают, в основном, психологически неустойчивые люди, слабо защищенные слои населения, подростки, учащаяся и студенческая молодежь, даже пенсионеры. Между тем принцип и технология азартных игр построены так, что игорное заведение никогда не остается в проигрыше, то есть исход игры определен изначально. Постоянное или систематическое посещение игорных заведений неизбежно ведет к пристрастию к азартным играм, затем к патологической зависимости. Люди ставят на кон последние деньги, личные вещи, сбережения, даже материальное благополучие семьи, деградируют морально и

интеллектуально. Антисоциальные явления и криминальные ситуации, связанные с распространением игорного бизнеса, стали проблемой российского масштаба. 29 декабря 2006 г. принят федеральный закон № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации». Законом с 1 июля 2009 года запрещена деятельность всех игорных заведений на территории России, кроме специальных зон, в которых разрешена такая деятельность. В настоящее время выделены четыре зоны, расположенные на территории таких регионов, как:

- Алтайский край;
- Приморский край;
- Калининградская область;
- Краснодарский край.

В основе формирования любого продукта лежат потребности человека. Поэтому интересно было выяснить, а будут ли потенциальные потребители подобного продукта?

Анализ, направленный на выявление спроса на рынке азартных игр, проводился методом анкетного опроса среди жителей Приморского края. В опросе приняли участие потребители рынка туристических услуг Приморского края; руководители и специалисты предприятий – лидеров туристической отрасли Приморского края. Также были использованы результаты опроса при поддержке портала [Pokerstrategy.com](http://Pokerstrategy.com) были опрошены игроки в покер из России. Игрокам были заданы вопросы, которые показывают их точку зрения на ситуацию с онлайн-покером и с азартным бизнесом в Российской Федерации.

Целью проведения социологического опроса явилось изучение спроса на предложения рынка азартных игр, как туристской услуги.

Задачи исследования:

1. Проанализировать интерес респондентов к услугам сферы азартных игр.
2. Изучить спрос на услуги сферы азартных игр Приморского края
3. Выявить рейтинг популярности видов азартных игр, имеющих потенциальную перспективу развития
6. Выявить финансовые возможности потенциального потребителя

Определение типа и объема выборки: полевое исследование потребителей услуг рынка азартных игр, тип выборки – котируемая выборка. Квоты были распределены исходя из особенностей потребления туристических услуг, выявленных в результате разведочного исследования (рис. 1, 2).

Выборка является представительной, т. к. в ней соблюдены основные характеристики и пропорции генеральной совокупности.

Полученные результаты позволяют нам проанализировать сложившуюся ситуацию в сфере азартных игр и выявить потенциальные резервы развития на рынке азартных игр.

Проведем анализ результатов опроса потребителей рынка азартных игр.

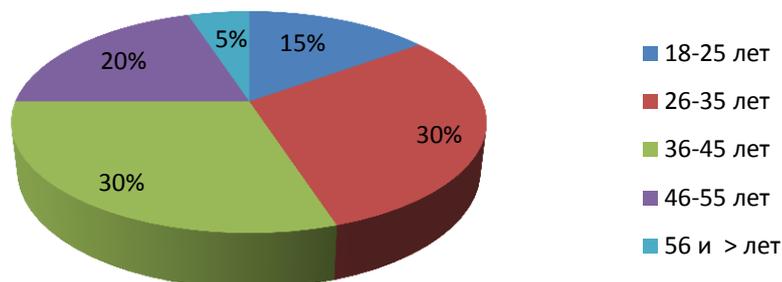


Рис. 1. Распределение респондентов в зависимости от возраста

Круг потребителей услуг игорных заведений в последнее время очень расширился. Этими услугами интересуются представители социальной лестницы: бизнесмены, популярные артисты и спортсмены, интеллигенция, студенты и молодежь из обеспеченных семей, подростки.

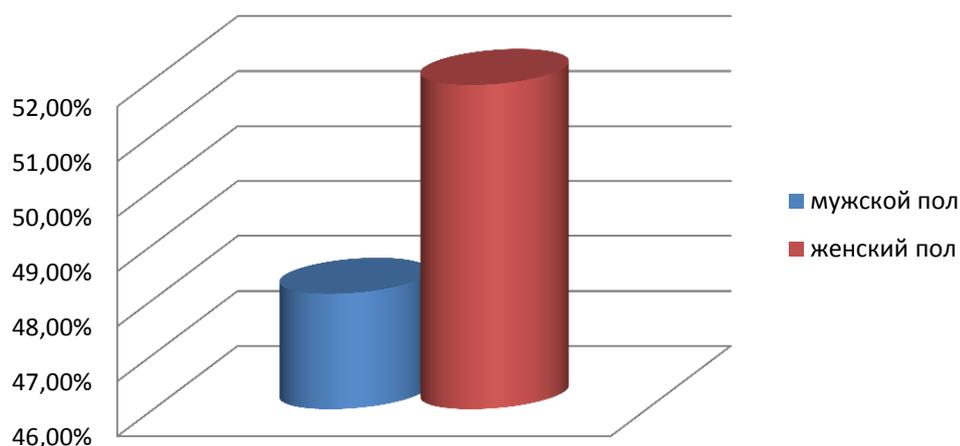


Рис. 2. Распределение респондентов в зависимости от пола

Процентное соотношение потребителей: бизнесмены - 25%, люди с достатком выше среднего - 25%, люди со средним достатком - 25%, студенты - 15%, подростки, играющие на игровых автоматах - 10%.

Посетителями игорных заведений чаще являются мужчины и реже - женщины в возрасте от 20 до 50 лет.

Эту часть респондентов составляют в основном люди с низким доходом (72,5%). О том, что не играют в азартные игры, наиболее склонны сообщать пожилые россияне (98%).

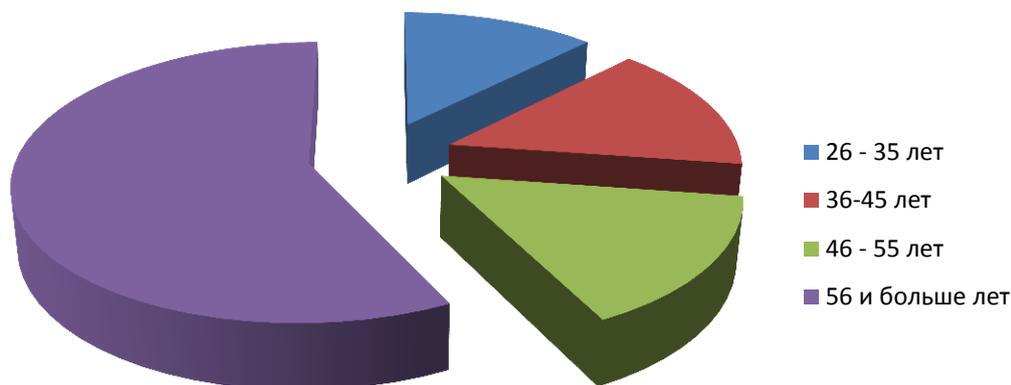


Рис. 3. Возрастные группы респондентов, не пользующихся услугами рынка азартных игр

Как показано на рис. 4, услугами рынка азартных игр чаще пользуются рабочие или специалисты коммерческих фирм (52% выборки), на втором месте стоят руководители и частные предприниматели (24%).

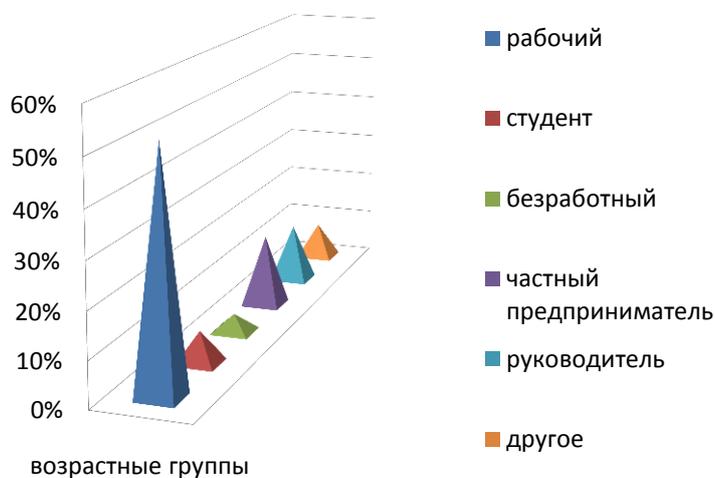


Рис. 4. Распределение респондентов в зависимости от социально положения

Социологические исследования установили связь игрового поведения с нарушениями в семейных и сексуальных отношениях. Большое место занимает вопрос, почему все-таки игроки не хотят возвращаться после работы домой. Это происходит по большей части из-за нежелания встречаться с родителями или супругами, из неприятия скучной семейной атмосферы, из отвращения к будничной обыденности, одиночества и т. п. Семейные и дружеские отношения рушатся практически у всех игроков.

На вопрос: «Азартный ли вы человек?» прямой ответ «да» дают немногие – 26% мужчин и 12% женщин. При этом 33% опрошенных признались, что в некоторых ситуациях испытывают

азарт, а 43% уверенно заявили: чувство азарта им неведомо. Большинство из «признавшихся» уверены, что азартность помогает им в жизни (59%), и только 31% сожалеют об этом.

Понятие «азарт» у россиян чаще всего ассоциируется с игроком, который в день полочки бежит в игровой зал. О том, что азарт бывает, к примеру, спортивный, люди как-то забывают. 52% опрошенных в ходе социологического исследования полагают, что в России азартных не любят, и лишь 14% считают наоборот. При этом проявился любопытный парадокс: 60% респондентов уверенно заявляют, что азарт полезен – главное найти ему правильное применение. 3% считают, что это чувство вредное и приносит только неприятности. Заодно выяснилось: с «однорукими бандитами» играет 56% из числа признавшихся в том, что они азартны, и 32% из тех, кто себя азартным не считает.

подавляющее большинство россиян (94%) не увлекаются азартными играми. В пристрастии к ним признаются лишь 6% граждан, но посещать специальные игорные зоны на территории России они не планируют.

За картами и игорными автоматами предпочитают проводить свободное время по 2% россиян (в основном это мужчины — по 4%), по 1% посещают казино и увлечены другими азартными играми, а скачки среди россиян не популярны вовсе.

Игровые автоматы наиболее популярны среди респондентов 18-24-летних (по 6%). Казино чаще других посещают богатые респонденты (14%). О том, что не играют в азартные игры, наиболее склонны сообщать пожилые россияне (98%).

Каждый третий россиянин, увлекающийся азартными играми, играет в них не чаще одного-двух раз в месяц (31%). Несколько раз в неделю проводят время за игрой 19%, ежедневно — 2%. Ещё 19% играют раз в два-три месяца, 9% – раз в полгода, 4% – раз в год, а 7% – даже реже.

На вопрос: «Как вы относитесь к закрытию казино и покерных клубов?», мнение игроков разделилось. Одни считают, что если человек хочет потратить свои деньги, то всегда найдет способ это сделать. Другие говорят, что закрытие казино позволило избежать соблазна от игры на реальные деньги. Однако все игроки считают, что закрытие покерных клубов является неразумным и преждевременным ходом.

.При этом 70% опрошенных социологами в 140 населенных пунктах в 42 областях, краях и республиках России считают, что выведение игорных заведений за пределы городов и поселков в четыре специальные зоны принесет больше пользы, чем вреда (против 14%), причем с 2009 г. россияне только укрепились в этом мнении (в 2009 г. – 65% и 18% соответственно).

Главной стратегией поведения россиян, увлекающихся играми, в условиях нового законодательства, очевидно, стал отказ от такого времяпрепровождения – об этом в ходе опроса сообщал каждый третий (33%), как правило, это жители крупных городов (56%). 28% ещё не решили для себя, что будут делать. Остальные уже нашли альтернативу: 9% планируют играть в интернет-казино (в основном это жители крупных и средних городов – по 14%), 8% – в лотереи и другие варианты азартных игр (это, как правило, сельские – 14%). 5% намерены

посещать покерные клубы, 3% собираются ездить в зарубежные игорные заведения (наиболее склонны сообщать об этом жители Москвы и Петербурга – 19% и 13% соответственно).

Посещать игорные зоны на территории России планируют только 1% респондентов.

На вопрос: «Как давно вы узнали о существовании онлайн-покера?», были даны различные ответы. Но основную часть можно отнести к 2007-2008 годам. Как видно из данных, многие игроки стали играть в poker-rooms вследствие федерального закона 244 ФЗ, который запрещал организацию игорного бизнеса на территории Российской Федерации, а позднее и организацию покерных турниров. Большинство игроков были привлечены на игровые платформы благодаря телевизионным передачам по покеру, баннерной рекламе в Интернете, тематическим встречам в компании друзей.

На вопрос: «Играли ли вы ранее в онлайн покер?», основная масса игроков ответила, что они были знакомы с казино, но никогда не считали это своим развлечением или основным занятием. Однако активная реклама онлайн-покера, после запрета казино, дала свои результаты.

На вопрос: «Какие виды азартных игр предпочитаете вы и по какой причине?», были даны следующие результаты:

PokerStars - отличный игровой софт, адекватная и очень оперативная служба поддержки клиентов, большое число игроков и видов покера, одна из самых лучших VIP-программ, самая лучшая репутация среди всех poker-room.

FullTiltPoker – отличный игровой софт, наличие большого числа игроков на высокие ставки, прямой возврат комиссии.

PartyPoker – наличие множества акций и бонусов для игроков, большое количество азартных игроков, возможность играть в другие игры помимо покера.

На вопрос: «Как вы относитесь к возможности поиграть с профессиональными игроками?», все игроки дали положительные отзывы. Так же они отметили, что иногда доставляет большое удовольствие понаблюдать за тем, как играют профессиональные игроки.

На вопрос: «Какие бонусы и акции больше всего вам нравятся?», были получены различные ответы. Бонус на первый депозит – самый значимый для начинающих игроков. Джек Пот столы на PartyPoker привлекают игроков, которые играют ради удовольствия, часто это очень азартные игроки. Бонусная программа BlackCard на FullTiltPoker привлекает профессионалов, потому что позволяет получить значимый бонус к своей прибыли. Однако самым лучшим и значимым бонусом является VIP-программа PokerStars, позволяющая получить до 76% комиссии.

Для большинства игроков покер является любимым развлечением, однако, есть ряд игроков, которые играют ради получения прибыли. Игра в покер для них является основным источником дохода и главным занятием.

На вопрос: «Что вы будете делать, если игра в покер по Интернету станет нелегальной в Российской Федерации?», было выдвинуто три варианта:

- 1) игроки перестанут играть в покер и найдут другое занятие.
- 2) игроки будут выезжать за границу страны, чтобы поиграть в казино. Похожая

ситуация сейчас в Индонезии.

3) игроки найдут способ обойти существующее законодательство и продолжат заниматься любимым делом.

Большинство русских игроков на высокие ставки посещали международные турниры, а также играли в иностранных казино. Основной причиной выезда из страны является выигрыш пригласительного билета на турнир на каком-либо poker-room.

Таким образом, проведенное исследование позволяет говорить об игорном бизнесе, как о перспективном направлении туристской анимации.

### **Литература**

1. О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 244-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2007. - № 1 (ч I.), 1 января. - ст. 7.

2. Букмекерские конторы – ставки на спорт [Электронный ресурс]/Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <http://webazart.ru/bookmaker>

3. Корешков Ю.Г. Онлайн-покер с самого начала [Электронный ресурс]// Poker-online : электрон. журнал. – Режим доступа: <http://www.poker-online.ru/articles/beginning.htm>

4. Ковалевский В.А. Виды игорной деятельности [Электронный ресурс]// PokerEducation : электрон. журанал. – Режим доступа: <http://casino-rus.com/ustroistvo-igornogo-biznesa/vidi-igornih-zavedenii.php>

5. Raynor. С. Почему мы играем [Электронный ресурс] / 2011. – Режим доступа: <http://ru.pokerstrategy.com/strategy/weekly-specials/784/1/>.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА АЗАРТНЫХ ИГР, КАК ТУРИСТСКОЙ УСЛУГИ**

**Овчаренко Н.П., Бакотин С.Б.**

Рассматривается тема расширения спектра услуг туристской индустрии за счет азартных игр. Дается обобщенная характеристика рынку азартных игр в России. Проведенные исследования позволили проанализировать интерес респондентов к услугам сферы азартных игр, изучить спрос на услуги сферы азартных игр Приморского края, выявить рейтинг популярности видов азартных игр, имеющих потенциальную перспективу развития, выявить финансовые возможности потенциального потребителя. Проведенное исследование позволяет говорить об игорном бизнесе, как о перспективном направлении туристской анимации.

**ABSTRACT**

**RESEARCH OF THE GAMBLING MARKET AS TOURIST SERVICE**

**Ovcharenko N.P., Bakotin S.B.**

The subject of this article is the expansion of the services in tourist industry due to gambling. The author gives the generalized characteristic of gambling market in Russia. The conducted researches let analyze the interest in services of gambling field and learn the demand for these services in the Primorsky region, show the popularity of various games, having potential prospects of development, display the financial possibilities of potential customer. The conducted research let us talk of gambling business as of a prospective direction of tourist entertainment.



**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО  
ХОЗЯЙСТВА Г. ВЛАДИВОСТОКА КАК ОСНОВНОГО СЕКТОРА  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**Долбина А.В.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Согласно Федеральному Закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», принятого Государственной Думой 4 октября 1996 г., «туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков» [1]. Из определения следует, что гостиницы и иные средства размещения, по сути своей, образуют каркас для развития туристской индустрии.

В свою очередь, размещение, путешествия, питание, развлечения, достопримечательности являются основными секторами индустрии гостеприимства. Таким образом, в некотором смысле словосочетание «индустрия гостеприимства» является синонимом сочетанию «гостиничный комплекс», так как средства размещения представляют основное звено этой индустрии.

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой важную составляющую экономики туризма любого региона. А развитие гостиничного рынка привлекает туристов, что требует соответствовать стандартам, принятым во всех отелях мира. И к этим стандартам должна стремиться каждая гостиница.

В рейтинге инвестиционной привлекательности у Приморского края всего лишь 54 место. Формирование современной индустрии туризма в Приморье во многом определяется

отставанием в уровне развития гостиничного хозяйства. Оно не отвечает тому спросу, который предъявляется к объему номерного фонда и качеству предоставляемых услуг. А, между тем, турпоток в край стабильно растет из года в год.

В 2011 г. туристский поток составил 882,2 тыс. чел., в 2012 – 1007 тыс. чел. В том числе, граждане России, размещенные в коллективных средствах размещения – в 2011 г.- 793,9 тыс. чел., в 2012 г. – 895 тыс. чел. Иностранцы граждане – в 2011 г. - 88,3 тыс. чел., в 2012 г. – 112 тыс. чел. [2].

Как видно из рисунка 1, поток иностранных граждан увеличился на 21,2 %, граждан Российской Федерации – на 11,3 %.

Большинство средств размещения сосредоточено на юге края, подавляющая часть из них – во Владивостоке. Краевой центр еще мало соответствует статусу культурно-экономического центра Российской Федерации на Дальнем Востоке. Поскольку Владивосток долгое время был закрытым городом, то лишь с начала 90-х он стал доступен как отечественным, так и иностранным туристам. Это объясняет неразвитость гостиничной инфраструктуры города. Многие гостиницы были спроектированы и построены еще в советские времена и, посему, не соответствуют современным международным стандартам.



Рис. 1. Прирост туристских потоков в Приморский край

Основная часть средств размещения Приморского края (около 40%) была введена в период 1960-1990 гг., около 12% - до 1960 г. Большая часть всех КСР (65%) расположена на юге и юго-востоке края» [2]. Например, гостиница Версаль, которая находится в самом центре Владивостока на побережье Амурского залива, расположена в здании, построенном в самом начале XX века. Это старейшее здание города.

Тем не менее, предпринимаются попытки в таких постройках провести косметический ремонт фасада, расширить спектр дополнительных услуг (как это было перед проведением саммита АТЭС в 2012 г.).

После подобных мероприятий некоторые гостиницы заявляют категорию 3-4\*, ориентированную на деловых туристов. По оценке на 1 января 2013 г. в городе официально числится 42 гостиницы, не считая гостиниц на дому, баз отдыха и санаториев. Общий номерной фонд - 4,5 тыс. мест [2].

Анализ продолжительности проживания посетителей в средствах размещения показал, что 53% посетителей проживают не более 2-3 дней, 41% - 7-10 дней, и только 6% - более 10 дней (рис. 1).

При этом объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения составил в 2011 г. - 555, 78 млн руб., в 2012 г. - 611, 36 млн руб.

Как следует из диаграммы, прирост объема платных услуг средств размещения составил почти 10%.

В последнее время в Приморском крае и во Владивостоке, в частности, отмечается рост деловой активности. Проведение масштабных международных мероприятий разного уровня способствовало притоку деловых туристов в краевой центр. А деловые туристы – это тот контингент, который требует самого широкого спектра услуг и высокого уровня комфорта. Прежде всего, это близость к деловому центру, наличие конференц-залов, укомплектованных мультимедийным оборудованием, оснащенных Wi-Fi, имеющих шумоизоляцию и хорошую систему кондиционирования воздуха, имеющих возможность воспользоваться услугами секретаря и, если понадобится, переводчика.

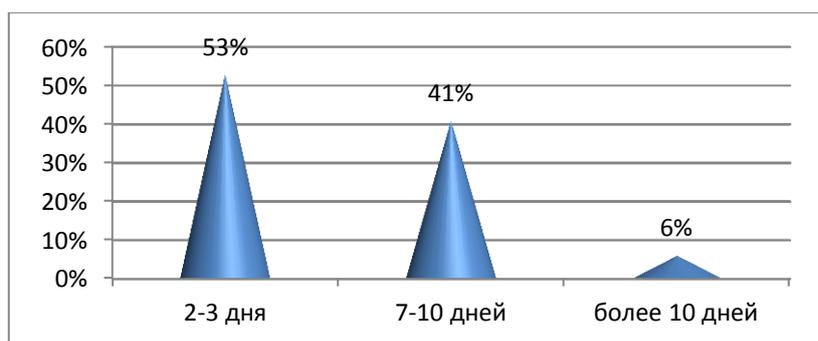


Рис. 2. Продолжительность проживания посетителей в средствах размещения [2]

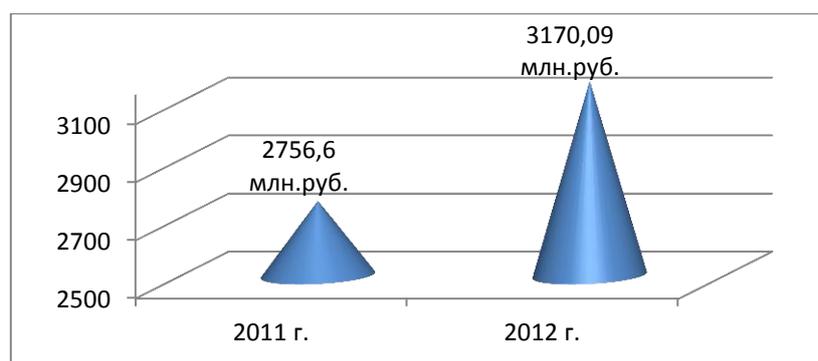


Рис. 3. Платные услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, млн.руб. [2]

Для того чтобы снять стресс после напряженного дня, деловым туристам необходимо наличие оздоровительного центра с тренажерным залом, бассейном, массажным кабинетом, может быть, даже теннисным кортом.

Гостиниц с полным набором таких услуг в городе практически нет.

Поэтому в ближайшее время, уже в 2013 г., гостиничный оператор Hyatt International планирует открыть два 5-звездочных отеля Hyatt во Владивостоке.

Гостиница делового типа «Хаятт Ридженси Владивосток - Золотой Рог» (Hyatt Regency Vladivostok – Golden Horn) – 222 номера, и курортного типа «Хаятт Владивосток Бурный» (Hyatt Vladivostok Burny) – 216 номеров. Эти отели станут третьим и четвертым отелем в России под брендом Hyatt. *Сначала будет* запущен отель «Хаятт Владивосток Бурный», затем – «Хаятт Ридженси - Золотой Рог» [3].

Понятно, что ввести в эксплуатацию гостиницы делового типа недостаточно, необходимо позаботиться о том, чтобы после проведения мероприятий различного масштаба предприятие не потеряло своей рентабельности. Для этого необходимо разработать и продвинуть на рынок бренд и турпродукт территории. Эта непростая задача в ближайшие годы будет в числе приоритетных, что нашло отражение в Государственной программе Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2017 годы, которая была утверждена постановлением Администрации Приморского края от 07 декабря 2012 года № 396-па.

Цель программы: повышение конкурентоспособности туристского рынка Приморского края, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах [2].

С учетом особенностей спроса на туристские услуги и по итогам реализации Программы предполагается, что численность туристского потока увеличится с 2013 по 2017 гг. в 5,6 раза.

В том числе, граждан России, размещенных в коллективных средствах размещения – в 3,6 раза, иностранных граждан, въезжающих в Приморский край с туристскими целями и размещенных в коллективных средствах размещения – в 24,1 раза (рис.4).

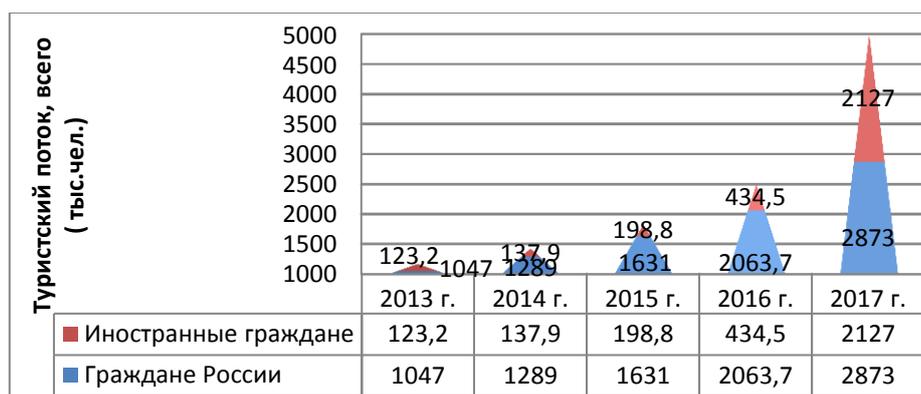


Рис. 4. Прирост туристских потоков в Приморский край, тыс.чел. [2].

Если оценивать общую эффективность реализации Госпрограммы, то объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения вырастет за период с 2013 по 2017 год более чем в 7 раз, а по сравнению с 2011 г. – в 8,6 раза (рис. 5).

Что касается такого показателя как коэффициент использования наличных мест гостиниц и аналогичных средств размещения, то с 2013 по 2017 гг. он вырастет в 1,9 раза (рис. 6), а в сравнении с базовым 2011 г. – в 2,4 раза.

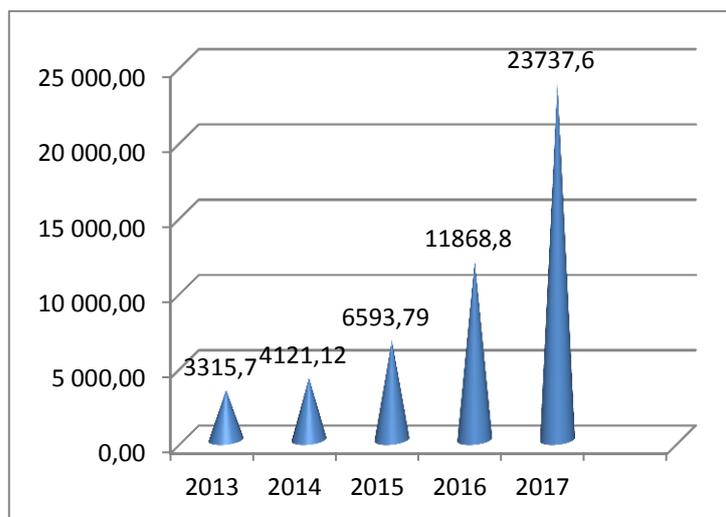


Рис. 5. Платные услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, млн. руб. [2]

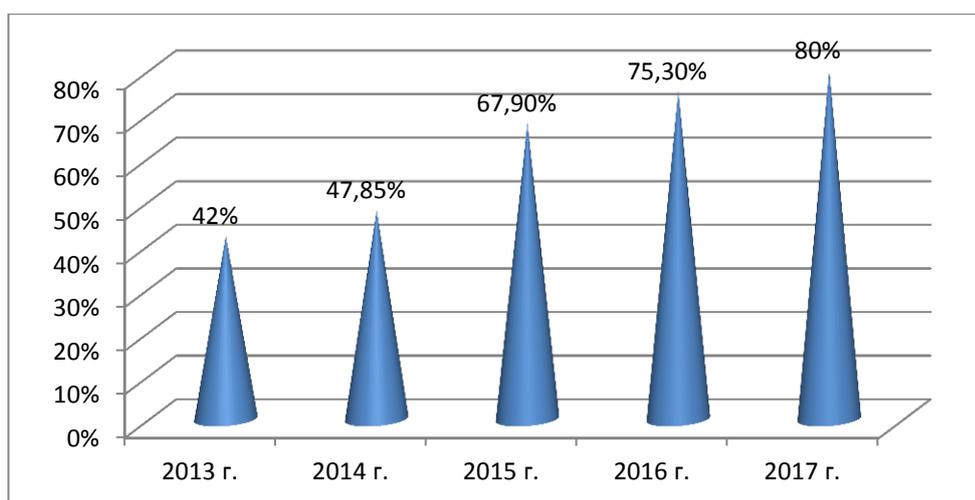


Рис. 6. Коэффициент использования наличных мест гостиниц и аналогичных средств размещения [2]

Относительно цен на гостиничные услуги во Владивостокских гостиницах: они явно завышены, главной причиной этому является ярко выраженный сезонный фактор спроса на эти услуги. Начиная с июля по сентябрь, наступает высокий сезон, когда заполняемость гостиниц города зачастую превышает 120% (за счет уплотнения номеров лишними кроватями), тогда как в низкий сезон закрытыми простаивают целые этажи. В результате, среднегодовая загрузка составляет около 40%. А для того, чтобы обеспечить рентабельность, владельцы гостиниц завышают стоимость услуг.

Чтобы исправить сложившуюся ситуацию в гостиничном секторе, есть все предпосылки. В числе первоочередных задач в Госпрограмме называется необходимость, активизировать конгрессно-выставочную деятельность и МICE-туризм» [2].

Последнее является весьма актуальным, ведь именно конгрессно-выставочная деятельность и МІСЕ-туризм могут обеспечить круглогодичную загрузку гостиничных предприятий.

Этому будет способствовать также запланированная Программой реализация кластерной политики развития въездного и внутреннего туризма. Предполагается развитие кластера «Владивосток – центр делового туризма», в рамках которого будут созданы условия для формирования особой экономической зоны на территории о. Русский, а также строительство Владивостокского выставочного комплекса.

В соответствии с поставленными задачами реализация программ Государственной программы приведет к увеличению числа размещенных в коллективных средствах размещения, как основного показателя туристских прибытий, решив, таким образом, проблемы развития гостиничного хозяйства г. Владивостока.

### **Литература**

1 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации Принятого Государственной Думой 4 октября 1996 года.

2 Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013-2017 годы». Утверждена Администрацией Приморского края от 07 декабря 2012 года №396-па.

3 Гостиничная сеть Хаятт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ptr-vlad.ru/2012/10/31/gostinichnaya-set-hyatt-otkroet-dva-otelya-vo-vladivostoke-v-2013-godu.html>,. дата обращения 29.04.2013.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА Г. ВЛАДИВОСТОКА КАК ОСНОВНОГО ЗВЕНА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**Долбина А.В.**

Согласно Стратегии социально-экономического развития Приморского края до 2025 г., основная цель развития туризма - формирование современного туристического продукта Приморского края и обеспечение его конкурентоспособности на рынках АТР и Российской Федерации.

Наиболее перспективным сегментом туристического рынка является деловой и культурный туризм, так как в наибольшей степени соответствует функции Приморского края и непосредственно г. Владивостока.

Реализация программ Государственной программы позволит увеличить количество размещенных в коллективных средствах размещения, что является основным показателем туристских прибытий.

**ABSTRACT**

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF HOSPITALITY SECTOR VLADIVOSTOK  
AS THE MAIN LINK TOURISM INDUSTRY**

**Dolbina Anna V.**

According to the Strategy of socio-economic development of Primorsky Territory until 2025, the main purpose of tourism development - the formation of the modern tourist product of the Primorsky Territory and to ensure its competitiveness in the Asia-Pacific markets and the Russian Federation.

The most promising segment of the tourism market is the business and cultural tourism, as is most relevant to the functions of Primorsky Krai and directly Vladivostok.

The implementation of the programs of the State program will increase the number of placed in collective accommodation, which is a key indicator of tourist arrivals.



**КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Г.  
ВЛАДИВОСТОКА КАК БАЗОВЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНОГО  
ТУРИЗМА**

**Шеметова Е.В.**

**Владивостокский государственный университет экономики и сервиса**

Конгрессный туризм является ключевым для г. Владивостока, т.к. стратегия социально-экономического развития города определяет его как центр делового сотрудничества стран АТР. В этой связи деловой туризм городской агломерации является ключевым ресурсом обеспечения деловых и событийных мероприятий в городе. Именно поэтому насыщение гостиничных предприятий конференц-услугами является одной из форм привлечения делового сегмента.

Согласно статистическим данным ЮНВТО (Всемирная Туристская Организация) доля конгрессно-выставочного туризма в общем объеме деловых поездок составляет 10-12% [1].

Деловой туризм в России стал развиваться в последнюю очередь среди всех видов туризма и находится в настоящее время в стадии активного развития. Ежегодно деловые туристы приносят государственному бюджету страны немалый доход.

В основном, туристы этого класса имеют хорошее финансирование и не жалеют денег на размещение и прочие необходимые услуги. Поэтому следует уделить особое внимание приему и размещению деловых туристов, и усовершенствовать услуги, которыми они пользуются. [2]

Современные бизнес - отели обычно расположены в центре города или его деловой районе - в зонах, удобных для целевых групп.

В настоящее время большинство гостиниц и гостиничных комплексов имеют в своем распоряжении помещения, предназначенные для проведения конференций, симпозиумов. Такая необходимость обуславливается, прежде всего, требованиями рынка, конкуренцией и расширением спектра услуг, предоставляемых гостиницами. Сложившаяся конъюнктура показывает, что конференц-

зал в гостинице это не только дополнительная к проживанию услуга для клиентов, но и весьма доходная статья бюджета гостиницы.

В г. Владивостоке осуществляются услуги аренды конференц-помещений на базе различных учреждений: учебных заведений, гостиниц, баз отдыха, офисных зданий. Наиболее комфортабельные помещения, оснащенные специальным оборудованием, находятся в гостиничных предприятиях.

Согласно расчетным данным средняя цена наиболее распространенной категории залов на 50-60 мест составляет 2000 руб. в час. При этом следует учесть, что площадь залов может существенно отличаться.

Современный конференц-зал в гостинице – это идеальное место для организации различного рода мероприятий коммерческого, делового или частного характера.

Сложившаяся практика показывает, что конференц-зал в гостинице это не просто дополнительная к проживанию услуга для клиентов, а важная составляющая любого отеля, принимающего разного рода группы деловых людей.

В настоящее время «выездная» форма ведения бизнеса или общения со своим коллективом, является неотъемлемым атрибутом большинства коммерческих и государственных организаций, и практикуется во всем мире.

В этом смысле конференц-зал в гостинице - это самый удобный вариант, как для иностранных, так и для иногородних делегаций, равнозначной альтернативы которому найти просто невозможно.

На рынке гостиничных услуг г. Владивостока, располагается ряд гостиничных предприятий, ориентированных на рынок конференц-услуг.

Было проведено исследование рынка конференц-услуг города Владивостока и составлен перечень гостиниц, предоставляющих данные услуги с указанием количества, вместимости и стоимости залов (табл. 1).

Согласно аналитическим данным, во Владивостоке услуги аренды конференц-помещений предоставляют 14 гостиниц (21%), имеющих от 1 до 8 залов. Диапазон вместимости залов достаточно широкий: от 5 до 300 человек. Диапазон цен варьируется в зависимости от позиционирования гостиницы, площади зала, его оснащенности и вместимости. Помимо общей комфортности залов, их оснащение оказывает существенное влияние на цену и потребительский выбор.

При организации семинаров предоставляются услуги питания: кофе-брейк, бизнес-ланч и банкетное обслуживание (фуршеты, прием с комплексным меню), при этом цены на услуги питания прямо и косвенно связаны с политикой цен на аренду залов.

Отдельно можно выделить гостиницы, предлагающих услуги бизнес-центров и комнат для переговоров, среди которых – «Версаль», «Владивостокский Бизнес-центр» отель «Хенде», отели «Гавань», Азимут Сеть отелей гостиница «Владивосток», «Приморье», «Экватор», «Влад-Мотор-Инн». Руководители отелей заинтересованы в привлечении бизнес-туристов с целью повышения конкурентоспособности на рынке данного вида услуг, для сглаживания сезонного фактора по сравнению с другими видами туризма, для повышения собственного имиджа и презентабельности на международном рынке гостиничных услуг.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

Таблица 1. Характеристика гостиниц при позиционировании на рынке конференц-услуг

Гостиница	Количество залов (вместимость)	Услуги (оборудование)	Стоимость, руб./час
Аванта	1 зал (90-100)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	от 1500 3000
Азимут	8 залов (10 -140)	Предоставление оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	550 - 5000
Арбат-Владивосток	1 зал (16)	Предоставление оборудования Дополнительные услуги	1200
Версаль	1 зал (30 -50)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	2000 – 3000
Владивостокский Бизнес-центр отель «Хендэ»	4 зала (30 – 300)	Предоставление оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	12 500 – 100 000 (4-8 часов)
Влад Мотор Инн	3 (15-75)	Предоставление полного набора оборудования Питание Дополнительные услуги	500-1500
Гавань	5 залов (10-150)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	400-6000
Жемчужина	2 зала (12-62)	Предоставление оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	800
Меридиан	2 зала (15-60)	Предоставление оборудования Услуги питания Дополнительные услуги	500-2500
Островок	3 зала (10-50)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	500-2000
Русь	1 зал (60)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	1000
Санаторий «Седанка»	3 зала (30-200)	Предоставление оборудования Питание Дополнительные услуги	800-1000
Экватор	5 залов (5-300)	Предоставление оборудования Питание	500-2700

Отели, предлагающие услуги делового характера, представлены как средними и крупными отелями (номерной фонд от 50 до 405 номеров), так и малыми отелями примерно в равном соотношении.

Огромный плюс аренды конференц-зала в гостинице является то, что они предлагают не только услуги питания, но и дополнительные услуги.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

В табл. 2 представлены гостиницы, которые предлагают помимо услуг конференц-зала, услуги питания.

Таблица 2 – Услуги питания, предоставляемые гостиницей для клиентов конференц-зала

Гостиница	Услуги питания	Стоимость (руб.)
Аванта	бизнес-ланч	400
	кофе-брейк	от 150
	фуршет	от 500
	банкетное меню	от 2000
Азимут	кофе-брейк	120-180
	бизнес-ланч	450-600
	ужин	450-550
	фуршет	300-600
	банкет	1300-1650
Владивостокский Бизнес-центр отель «Хендэ»	кофе-брейк	100-350
	бизнес-ланч	от 950
	фуршет	от 1000
	комплексное меню руб.	от 2500
Влад Мотор Инн	комплексный завтрак	250-400
	кофе-брейк	90-260
	комплексный обед	400-750
	комплексный ужин	550-800
	банкет	от 2000
Гавань	кофе-брейк	от 200
	бизнес-ланч	от 300
	фуршет	от 800
	банкет	от 1500
Жемчужина	кофе-брейк	от 100
	комплексные обеды	250-310
Русь	кофе-брейк	от 150
	комплексный обед	от 300
	комплексный ужин	от 300
	банкет	от 1200
Седанка	кофе-брейк	от 150
	комплексный обед, ужин	от 250
	фуршет	от 900
Странник	кофе-брейк	200
	бизнес-ланч	290
Экватор	кофе-брейк	150-200
	обед	270 – 350
	фуршет	зависит от меню

В данном сегменте можно выделить такие гостиницы, как Хендэ, Аванта, Азимут, Влад Мотор Инн, Версаль и Гавань. Данные гостиницы в полной мере предоставляют различные услуги питания своим клиентам. Гостиницы, меньшей категории, такие как Странник, Жемчужина предлагают менее обширные услуги питания.

Но как видно из данных таблицы, что каждая из гостиниц предлагает услуги питания, это обязательно питание по карте меню, обед или бизнес-ланч и распространенный вид банкета – фуршет или комплексный ужин.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

Так же конференц-залы в гостиницах различаются по набору оборудования, различают – полный и ограниченный набор оборудования.

В табл. 3, можно сравнить гостиницы по предоставляемому оборудованию.

Таблица 3 – Позиционирование гостиниц по предоставляемому в аренду оборудованию

Гостиница	Набор оборудования	Стоимость (руб.)
Аванта	Микрофон петличный, 1 шт. Микрофон беспроводной, 1 шт. Проектор, экран Ноутбук Флип-чарт Бумага для флип-чарта Офисная доска Аудиосистема Музыкальное оборудование (за 4 часа)	500 300 2000 500 500 250 500 500 6000
Владивостокский Бизнес-центр отель «Хендэ»	Мультимедийный проектор Ноутбук TV+DVD плеер Беспроводной Интернет (WiFi) Подключение к выделенной линии Интернет Телефонная линия (1шт.) Удлинитель (1шт.) Конференц-система из 26 микрофонов Экран, доска для записей, флипчарт, микрофоны Кабинка для переводчика	7000 5000 5000 бесплатно 500 500 400 3000 бесплатно 15000
Влад Мотор Инн	экран флип-чарт (блокнот, маркеры) микрофон телевизор DVD-проигрыватель городская телефонная линия	включено в стоимость аренды
Гавань	Мультимедийный проектор 4500Lm Ноутбук Экран 150x200 Флип-чарт (с блокнотом) Микрофон Пластиковая доска Звуковое оборудование Акустическая система Лазерная указка	5000 1000 800 600 500 бесплатно 1000 500 300
Жемчужина	Проектор, экран Флип-чарт Бумага для флип-чарта Микрофон	300 100 350 100
Русь	Проектор Ноутбук Колонки для ноутбука Телевизор DVD Микрофон	2000 1000 300 500 500 ВХОДЯТ В

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

	Доска Флип-чарт Экран	стоимость аренды 300
Экватор	Мультимедийный проектор Ноутбук Бумага для флип-чарта Переключатель слайдов	2400 (до 2-х часов) 1000 500 200

Из данной таблицы видно, что в целом все гостиницы предлагают клиентам оборудование, но самый полный пакет оборудования предоставлен в гостиницах Хендэ, Гавань, Аванта. Так же некоторые гостиницы включают некоторое оборудование в стоимость аренды конференц-зала и предоставляют его бесплатно.

Некоторые компании предлагают для своих клиентов специальные предложения (табл. 4).

Таблица 4 – Специальные предложения для корпоративных клиентов гостиниц г. Владивостока

Гостиницы	Специальные предложения
Азимут	При бронировании проживания от 10 номеров - один день аренды конференц-зала в подарок. При бронировании от 10 до 19 номеров – залы Собрание, Диалог, Саммит и Панорама. При бронировании от 20 и более – залы Референдум, Ассамблея, Форум.
Гавань	Для участников мероприятий отель предлагает гибкую систему скидок на номера для проживания (от 10 до 15 процентов). При аренде зала от 3-х дней – скидка 10 процентов на сумму аренды.
Влад Мотор Инн	При бронировании 20 номеров и более – конференц-зал бесплатно, скидка на тренажерный зал, библиотеку и сейф.
Хендэ	Для корпоративных клиентов скидки на заселение и аренду конференц-зала и банкетного зала 20 процентов + бесплатную парковку.

Данные гостиницы, помимо того, что для своих клиентов предлагают широкий спектр услуг, предоставляют скидки для корпоративных клиентов. Это огромное преимущество для гостиниц, так как при аренде конференц-зала потребитель обязательно выберет ту гостиницу, которая предлагает привлекательную скидку.

Некоторые гостиницы также предоставляют скидки на аренду конференц-зала для проживающих в гостинице, но это не фиксируется на интернет сайтах, а определяется решением администратора.

Для того чтобы исследовать потребительские предпочтения на рынке конференц-услуг г. Владивостока было опрошено методом анкетирования 50 респондентов (потребителей конференц-услуг).

Загруженность конференц-залов гостиниц г. Владивостока на среднем уровне, она зависит от проходимых деловых событий, съездов, независимо от времени года. Частота

посещений характеризуется тем, что в основном респонденты арендуют конференц-залы несколько раз в год (50%). На втором месте респонденты, которые арендуют залы раз в месяц (29%), в основном, это потребители, которые раз в месяц подводят итоги работы с презентациями и проводят переговоры с партнерами.

Далее респонденты давали оценку современному состоянию конференц-залов города Владивостока. В основном респонденты давали оценку «хорошо», но не намного отстает, по процентному соотношению оценка «удовлетворительно». Многие отмечали несоответствие цены и качества, что характерно для рынка услуг России. Только 46% респондентов устраивают цены на конференц-услуги, реализуемые в г. Владивостоке.

В основном респонденты ограничиваются арендой зала и необходимого оборудования, что составляет 45%, это обусловлено тем, что были опрошены жители города, которым проживание ни к чему. Также популярностью пользуется услуги питания, это все возможные фуршеты, кофе-брейки, бизнес-ланчи. Но 15% необходимы услуги проживания, многие отвечали, что они бронируют номера, для своих партнеров из других городов (рис. 1).

Из рис. 2 видно, чем аргументируют респонденты выбор того или иного конференц-зала при гостинице. Одним из главных преимуществ является месторасположение, желательно в центре, так же комплекс предоставляемых услуг, оснащенность и вместимость зала.

Следует отметить, что многих интересует пакетирование услуг, так как это экономично и ускоряет заказ.

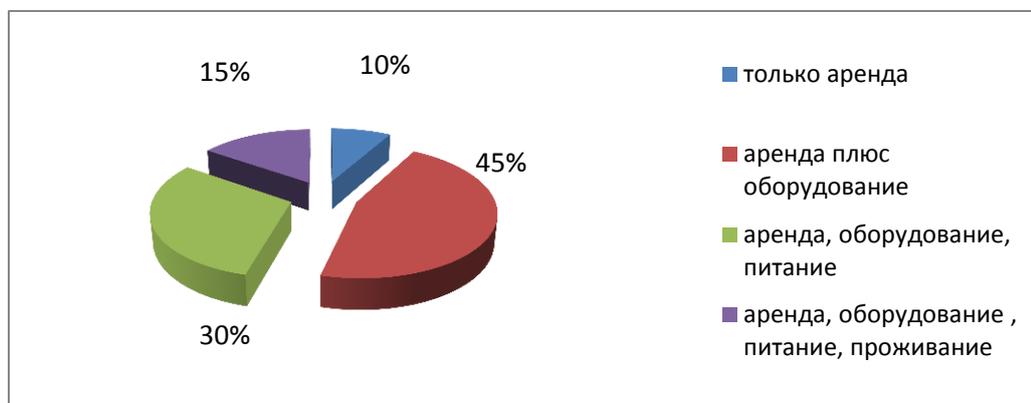


Рис. 1. Покупаемые услуги при аренде конференц-зала, в %

Таким образом, потребители в целом довольны предоставляемыми услугами, однако было выявлено, что цены не всегда соответствуют качеству. Так же существует потребность в пакетировании услуг (заранее сформированные комплексы услуг, упрощающие заказ и организацию, которые будут нацелены на разные группы потребителей). Конференц-пакет помогает приблизительно рассчитать бюджет всего мероприятия. Если в гостинице есть несколько конференц-залов, цена пакетов может варьироваться в зависимости от площади помещений, их оснащенности, перечня дополнительных услуг. Формирование конференц-пакетов может существенно увеличить число потребителей услуг. Каждый может соотнести свои планы с перечнем услуг, предлагаемым в том или ином пакете, и выбрать оптимальный вариант. Главные преимущества конференц-пакетов - это востребованные услуги, скидка, фиксированная

СТОИМОСТЬ.

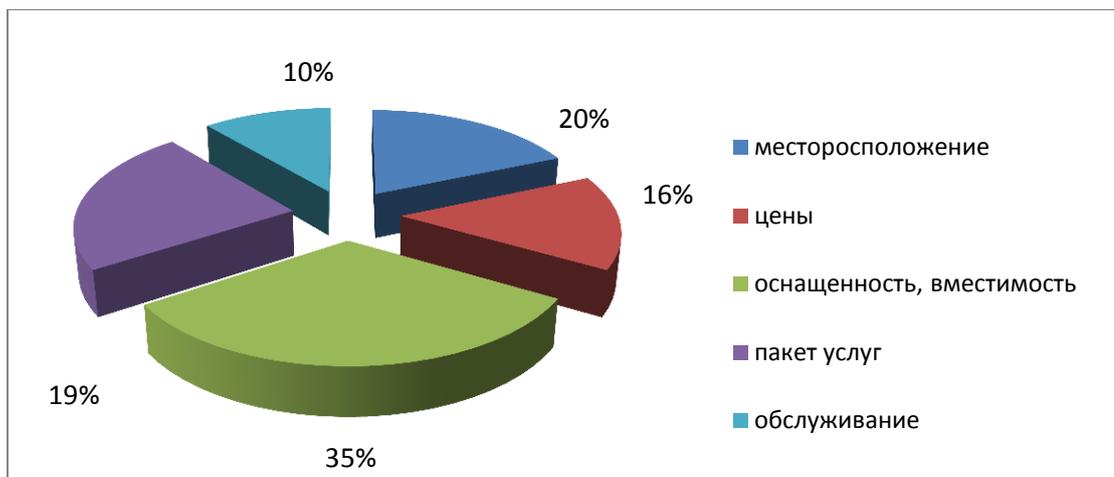


Рис. 2. Предпочтения потребителей при выборе конференц-зала

Таким образом, г. Владивосток является привлекательным для ведения бизнеса и, учитывая территориальное положение юга Дальнего Востока, современные тенденции в интеграции региона в Азиатско-Тихоокеанское экономическое сообщество, можно предположить, что развитие именно делового въездного с туризма наиболее актуально для Приморского края.

### Литература

1. Петько Е.А., Гомилевская Г.А. Конгрессный туризм: факторы развития в Приморском крае // Научно-техническому и социально-экономическому развитию Дальнего Востока России - инновации молодых. Тезисы докладов Межвузовской научной конференции 27-29 марта 2013 г. Том 2. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС. С. 193-194.
2. Гомилевская Г.А. Типология гостиничных предприятий в региональном аспекте // Вестник национальной академии туризма. – 2009. - № 1 (9). – С. 27-31.

### АННОТАЦИЯ

#### КОНФЕРЕНЦ-УСЛУГИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Г. ВЛАДИВОСТОКА КАК БАЗОВЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНОГО ТУРИЗМА

Шеметова Е.В.

Конгрессный туризм является ключевым для г. Владивостока, т.к. стратегия социально-экономического развития города определяет его как центр делового сотрудничества стран АТР. Деловой туризм городской агломерации является ключевым ресурсом обеспечения деловых и событийных мероприятий в городе. Именно поэтому насыщение гостиничных предприятий конференц-услугами является одной из форм привлечения делового сегмента. В данной работе рассматривается анализ состояния конференц-услуг в гостиничных предприятиях города Владивостока.

**ABSTRACT**

**CONFERENCE SERVICE HOTEL COMPANIES IN VLADIVOSTOK  
AS A BASIC FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF CONGRESS TOURISM**

**Shemetova E.V.**

Congress tourism is a key for Vladivostok as the strategy of social-economic development of the city identifies it as the center of business cooperation of the countries of Asian-Pacific region. Business tourism is the urban agglomeration is a key resource for business and arrangements in the city. Therefore the saturation of the hotel business of conference-services is one of the forms of attracting in business segment. In this work, the analysis of conference services is considered in hotel business of Vladivostok.

**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ И СУВЕНИРНОЙ  
ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ «ПРОЕКТА ВЛАДИВОСТОК»**

**(доклад–презентация)**

**Грабовенко И.А., Хабирова Л.В.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

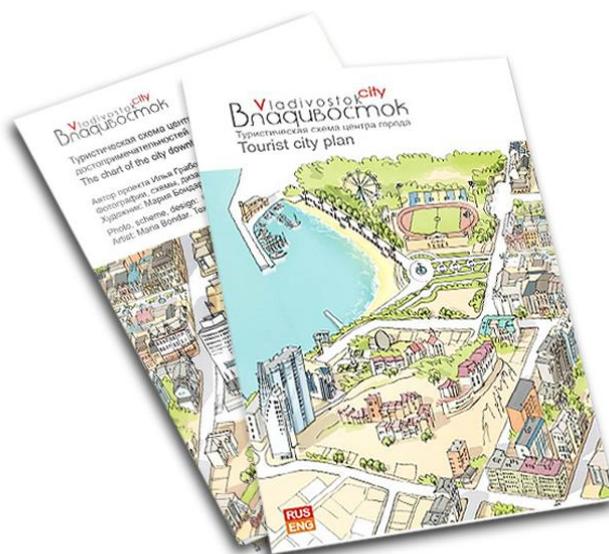
1. Применение новых технологий в международном опыте в сфере презентационной продукции (виды продукции: электронные издания (для компьютеров и DVD, для мобильных устройств), технологии в городской среде, печатные издания, он-лайн).
2. Развитие направления в г. Владивосток на примере изданий «Проекта Владивосток».
3. Электронный альбом на компакт-диске «Фото Владивосток. Выпуск 3.1. Путешествие» (лицензионное издание)



4. Печатный фотоальбом «Владивосток. Там, где сбываются мечты»

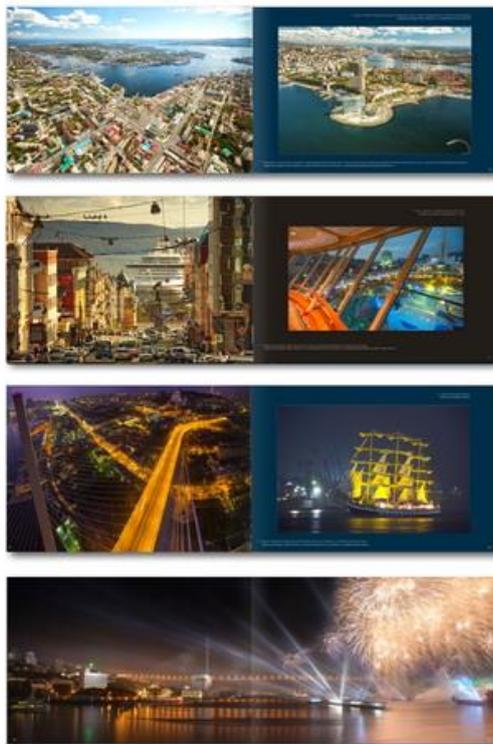


5. Схема-путеводитель по центру г. Владивостока и окрестностям



6. Приложения для мобильных устройств (фотоальбом о Владивостоке, путеводитель).

7. QR-коды в городской среде.
8. Система взаимосвязей в продукции.
9. Фотография и графика в сувенирной продукции.



**АННОТАЦИЯ**  
**ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ И СУВЕНИРНОЙ**  
**ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ «ПРОЕКТА ВЛАДИВОСТОК»**  
**(доклад–презентация)**

**Грабовенко И.А., Хабирова Л.В.**

Доклад посвящен перспективным технологиям в презентационной и сувенирной продукции, поиску новых решений и способам внедрения в г. Владивостоке на примере изданий «Проекта Владивосток».

**ABSTRACT**  
**NEW TECHNOLOGIES IN THE PRESENTATION AND GIFT PRODUCTS OF**  
**TERRITORY ON THE EXAMPLE OF PRODUCTION "PROJECT VLADIVOSTOK."**  
**Grabovenko I.A., Habirova L.V.**

The report focuses on new technologies in the presentation and gift products of territory, new solutions and methods on the example of production "project Vladivostok."



## **COMPLEX ASSESSMENT OF THE RECREATION POTENTIAL OF THE RUSSIAN FAR EAST**

**Kosolapov A.B.**

**Far Eastern Federal University, Vladivostok**

### **INTRODUCTION**

In the countries which have a well-developed economy and high living standards, tourism belongs to the most profitable businesses. In modern Russia, the Russian Far East (RFE) to be included, the tourist industry has been developing very dynamically over the recent decade. Among the economic priorities of the RFE southern territories, tourist industry takes the fifth leading position, coming after transportation, fisheries, timber and mining industries. The stabilization of the economic situation in Russia enhances the intensive growth of the tourist activities. Moreover, the availability of unique natural and cultural resources in this region, and especially in Primorye Krai, also contributes to this development. The climatic and natural attractions are diverse and exotic, and the cultural and historic background attracts both Russian travelers, and the tourists from China, Korea, Japan and other countries. In addition, Primorye State is the only territory of the Far East which has access to never-freezing seas and borders on the South-Asian countries.

Together with the favorable social-economic pre-requisites for the developing of the tourist industry, the RFE, and namely its southern areas offer very rich recreational resources. The effective implementation of these potentials depends on the systematic assessment and analysis in the first turn, and then a detailed development of the scheme for the most efficient location of the recreational sites and their effective use, and in order to set up this program, the economic, social, environmental and ecological aspects should be taken into thorough consideration. Due to all the above mentioned, the detailed in-depth assessment of the recreational factors of the Russian Far East stands out as very essential.

### **MATERIALS AND METHODS**

The feasibility analysis of the tourist perspectives was undertaken according to the following four-step scheme:

1. Collecting data on the physical, geographic and social-economic factors on individual areas which serve as vital for tourism growth as well as on those factors which constrain the progress in this direction.
2. Ranking between major and secondary (additional, optional) types of recreational activities of the population.

3. Estimating real and permissible recreational loads (the evaluation of seasonal fluctuations, the participation share from different resource holders and users).

4. Forecasting the demand on the recreational resources.

At the same time, there was evaluated the quality of recreational environment in the RFE (and at the first stage it was done for Primorye), which in its turn, consisted of four stages:

- 1). determining the territorial units which have the necessary kit of natural and social factors that are able to enhance the area for recreational purposes (present and future);
- 2) determining the character of system inter-correlation ‘recreant – infrastructure – community – natural environment’
- 3) calculation of integral indexes of the environmental factors influence on humans;
- 4) determining the most valuable and vital environmental factors from view point of the recreant.

## **DISCUSSION**

The diversity in quality of recreational environment considerably depends on its geographical inhomogeneousness. Due to this, a landscape complex featuring homogeneousness of the natural conditions from view point of the recreational purposes was taken as a unit for further research. The landscape types were sub-grouped according to their main functions – survival (as habitat for humans) and economic (as conditions for economic undertaking, including recreational activities).

The approaches mentioned above allowed us to carry out the survey over the RFE territory in order to specify its potentials for tourism, recreation and medical treatment of the population.

The natural recreational potential of the RFE, and namely of its southern lands, is much higher than that average for Russia. The most favorable recreational areas cover 16% of all Primorye’s land, while these average for Russia take only 10%; moderately favorable reach 23% and 20% accordingly; while unfeasible areas cover 13% of Primorye against 37% average of Russia. Nevertheless, the exploitation of the recreational resources in the RFE still remains very low, i.e. reaching no more than 15%.

The development of the RFE recreation industry differs considerably from that of the southern and northern areas. In compliance with this, there could be determined two recreational zones, which offer their individual assortment of recreational features and have different volume of recreational objects (sites). The southern zone includes Primorye, Amur Oblast, south Sakhalin and southern Khabarovsk Krai. As for the northern zone, it covers the rest territories of the Russian Far East.

The recreation facilities of the northern zone display a very low development of sanatorium system (resorts, holiday inns and tourist centers). The typical feature of the northern zone is that they stand isolated, i.e. they suffer from the lack of network. With the only exception of the children’s recreational centers, all other enterprises are accumulated around county centers.

The similar picture is seen in the southern zone – there prevail separated recreation enterprises, but still due to the higher economic exploitation of the resources, the location of the enterprises is not limited to the adjacent areas of the county center towns and cities. Primorye and Khabarovsk Krai offer the recreational facilities of all functional types, although sanatoriums and resorts dominate here. As for the southern recreation enterprises, they are characterized by the combination of two functions – holiday and week-end cycles.

On the whole, it is typical of the recreational industry of the RFE to have uneven location of recreational enterprises. Thus, the recreational neighborhoods of 8 major cities, inhabited by 50% of total RFE population, accumulate 80% of such enterprises. Moreover, the recreational zone of Vladivostok outskirts and suburbs possesses 45% of total recreational industry serving the adult population. Such density can be explained, on the one hand, by the availability of the conditions for recreational comfort, and on the other hand, by the dependence on the sources of the major demand in recreational services. The first factor is essential for the selection of location for sanatoriums, while the second factor prevails for building holiday centers, the chain or net of which can be located more evenly and should have better ties with central and major cities of Primorye.

Our calculations proved that in order to meet 100% of the recreational demand in the southern RFE in vacation and holiday facilities, there are needed 55 hectares of purposely organized land with a well-developed net of specially designed and constructed facilities; 210-230 hectares of specialized sea beaches and approximately 180 hectares of river and lake bank beaches. The total demand in sanitation-resort facilities reaches as many as 7,200 beds, among which there are 2,000 beds for children's sanatoriums. In reality, over the period 2001 – 2004 years, the demand of the local population in recreational services and accommodation has been only 22% met.

The analysis of the organizational base of recreational industry in the RFE revealed that the mechanisms of its effective regulation at present time are not implemented yet, moreover, they are not even duly developed. The lack of inter-relations and networking between separate government units and links on the state and county levels is evident. The disorganization and poor management lead to under-estimation of evident advantages that enhanced development of the recreational industry in the RFE could give.

The recreational zoning of the RFE allowed us to define 6 individual recreational areas, which roughly coincide with natural orographical boundaries of the climatic zones, 25 recreational sub-areas and 40 districts. Such territorial differentiation of the recreational functions is necessary to efficiently solve the problems of recreational sustainable exploitation of land and resources.

Among the objectives of this research, there was the development of database of the natural resources which are abundant in the southern and northern territories of the RFE for directory, research and educational purposes, as well as developing the map of recreational enterprises dislocation (scale 1:5,000,000).

## CONCLUSION

The efficient and maintained exploitation of the recreational land and sea line of the RFE will be possible only under the conditions that recreational loads are re-distributed, and this will enable us to save our unique natural destinations, as well as will attract more investors to set up programs on the development of small and medium-size towns and villages, located around the perspective recreational objects.

The orientation on economic efficiency in the development of recreational potential of the RFE territories will lead to the supply of new tourist services to our market, and will help to balance in-bound and out-bound tourist flows. All this will allow us to hold the funds either within the RFE or at least inside Russia. In addition, 'regulated' tourism will help us to improve the ecological situation of our natural environment over the areas of busy recreational areas.

## References

1. Barzikin U.A. Problem and prospects of development of the Russian tourism // Prospects of development of tourism on the Far East Russia. Khabarovsk, 2004.
2. Bersenev JU. I. Problem of the modern organization of rest of city dwellers of Vladivostok // Tourism on the Far East: business, investment strategy, education and ecology. Vladivostok, 2003.
3. Kosolapov A.B. Recreational resources of Primorsky territory. – Vladivostok, PSUE, 2010.

## RECREATIONAL ACTIVITIES POPULATION OF THE RUSSIAN FAR EAST

**Kostyukova O.I., Kosolapov A.B.**

**Far Eastern Federal University, Vladivostok**

### 1. INTRODUCTION

A tourism falls into the category of the most profitable kinds of business in the countries with developed economy and high standard of population living. In recent years, the tourist sphere in the present-day Russia including the Far East is developing fairly dynamically. In the system of economic priorities of the southern Far East, the tourism ranks 5<sup>th</sup> next transportation, fishery, timber and mining industries. The intense growth of the tourist activity is favored by a stabilization of the economic situation in Russia as well as availability of the unique natural and cultural resources in many regions and, in particular, in Primorsky Krai. Natural conditions of Primorye are diverse and exotic and the cultural-historical resources are of prime interest to both Russians and tourists of China, Republic of Korea, Japan and other countries. In addition, Primorsky Krai is the only of the administrative territories of the Russian Far East which has an access to the non-freezing seas and borders directly upon the countries of the North-East Asia.

In addition to the favorable social-economic prerequisites for a tourism development, the Far

East and, especially, its southern areas are possessed of the rich recreational resources. However, their efficient use is only possible after the comprehensive study of the recreation territory potential and working out of the scheme of development and placement of the tourism and rest objects with consideration for economic, social and natural-ecological aspects. This determines the urgency of the complex profound assessment of the Far East recreational factors and development of the management system of the tourist activity.

## **2. ASSESSMENT OF THE RECREATION**

### **2.1 Resources and recreational activity in the Far East**

Traditionally, the Far East is considered as the region rich in natural resources many of which are characterized by the recreation properties. Several kinds of the recreation resources can be identified:

1) beach-aquatic. They lie in the possibility to use the sandy and fine-pebbly beaches as well as coastal waters for appropriate kinds of rest. The potential capacity of these resources is evaluated at 1 million of man-visits a year;

2) sports:

a) sports-game. They lie in the possibility to carry out practically everywhere sporting hunting, fishing, cropping of wild plants (possible capacity is about 2 million of man-visits a year);

б) winter-sports. They resources enable to organize in winter practically all of known sports rest (possible capacity is about 2 million of man-visits a year);

в) summer-sports. Provide favorable conditions for the sports rest in summer (possibilities are unlimited);

3) medicinal-sanitary. Lie in the use of medicinal properties of mineral and/or thermal springs, mud etc. as well as a microclimate and phytoncideness of separate territories. Possible capacity of the system of medicinal-sanitary institutions is about 2 million of man-visits a year.

The specificity of the natural-climatic conditions, geographical position, population density and economic developing of the Far-Eastern regions has contributed to a forming the essential territorial differences at the level of the tourist-excursion infrastructure development. On the whole, an extent of using the Far East recreation resources remains so far low and does not exceed 15%.

One can identify two recreation zones which are characterized by the specific set of factors and different capacities of objects:

1) southern zone includes the territory of Primorsky Krai, Amur Oblast, southern Sakhalin Oblast and Khabarovsk Krai;

2) northern zone occupies the remaining part of the Far East.

The northern zone is characterized by a poor development of the institutions of the sanitary type (rest homes, holiday hotels and tourist bases). Here, an absolute lack of the recreation-tourist

systems of a rank higher than separate institution is observed. With the exception of the children's sanitary camps, almost all institutions are concentrated around the district centers.

Within the southern zone, the focal character of the development of recreation resources predominates too. However, owing to the larger economic development of its territory, the placement of institutions here does not limited by only suburban areas of the administrative centers. In Primorsky and Khabarovsk Krai, the recreation systems of all major functional types were presented although the institutions of the sanatorium and sanitary types had the widest distribution. Of this zone, a combination of recreation functions related to vacations and free days is characteristic.

## **2.2 Distinguishing features of the tourist-recreation complex of Primorsky Krai**

Primorsky Krai offers the obvious advantages for the development of the very mass kinds of tourism. It holds a leading position in the Far East in population, material resources, scientific and technical potential, favorableness of the economico-geographical position and natural-climatic conditions. The Krai's natural recreation potential is the highest in the Far East and, in addition, it is much higher than that in Russia on the whole (Table 1).

Table 1. Recreation favorableness of the Primorsky Krai territory (%)

Recreation characteristic of territories	In Russia on the whole	In Primorsky Krai
Most favorable	10	16
Favorable	20	23
Less favorable	33	49
Of little use	37	13

The distinguishing features of Primorye are as follows:

1) shore location which implies a junction of the land and sea transport ways and enables the opportunity of the complex use of natural resources of land and sea and formation of most various kinds of the tourist product;

2) location along the frontier which extends a potential of the international tourism.

Nevertheless, in Primorye, a considerable irregularity in the placement of recreation institutions is also observed. So, within the rest zones of eight towns and settlements whose population amounts not much larger than 50% of the Krai population, more than 80% of recreation institutions are concentrated. Moreover, within the Vladivostok's resort zone, more than 45% of all recreation institutions for adult population are located. Such the placement is, on the one hand, due to conditions of rest comfort and, on the other hand, due to an attachment of the recreation industry to the centers of demand making. The first factor is deciding when choosing the locations to place sanatoria. The second factor prevails when arranging the different rest bases; their network is more regular and has a

concrete tie to all great and middle cities of Krai.

The computations showed that, with consideration for the 100-% satisfaction of the recreation needs of the Krai's population, about 55 thousands ha of the specially fitted out and comfortable recreation territories, 210-230 ha of the sea beaches and approximately 180 ha of the river and lake beaches are necessary. The total demand for the sanatorium-resort institutions is 7.2 thousands berths of which about 2.0 thousands of berths are children's sanatorium institutions. The capacity of the institutions for the summer children's rest should reach not less than 1-2 thousands berths etc. According to our data, in 2001-2004, a demand of population for different kinds of the recreation activity has met for not more than 22%.

### **3. IMPROVEMENT OF THE RECREATION ACTIVITY ORGANIZATION**

A study of the organizational principles of the recreation activity in the Far East demonstrated that, at present, the mechanisms of its effective control not only were not introduced but also were not finally worked out. This fact is, particularly, confirmed by the lack of interrelations between the separate managing links in the territorial authorities. As a result of a disagreement in the coordinating management activity, a lack of understanding of the evident economic advantages of the accelerated development of the recreation sub-industry in the southern Far East appears.

Thus, a regional conception of the organization and control of the tourist-recreation complex is necessary a realization of which should be made at levels of local bodies of tourism management, public organizations and tourist companies in the region.

At our sight, the conception at the regional level should meet the following requirements:

- to comply with the federal conception of tourism development;
- to be oriented to the existing regional market of tourist services;
- to determine and maintain a line of tourism development in the region;
- to smooth contradictions arising in the Krai's tourist complex;
- to contribute to the tourism development in accordance with the social and ecological requirements.

Realization of the regional conception should be made at levels of local bodies of tourism management, public organizations and tourist companies of the region (Table 2).

Organization of such system requires funds and special knowledge therefore it should be carried out within the frameworks of the association of tourist institutions. The tourist associations and unions being now in the Far East do not perform this function although they determine it as one of major functions in their activity.

The object of such association should be a solution of the problems related to mass streams of unorganized tourists. In addition, within the frameworks of association, tourist firms may combine their efforts when entering the foreign markets.

Table 2. Distribution of Organization and Regulation Functions of the Tourist-Recreation Complex

	<b>Regulation levels</b>		
	<b>Local authorities</b>	<b>Public associations</b>	<b>Institutions</b>
<i>Object</i>	Development of recreation and tourism based on combination of social-economic and ecological interests.	Enhancement of efficiency of the tourist business functioning based on the coordination of activity of institutions and firms	Profit maximization
<b>Functions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- establishment of the normative-legislative base and system of preferences;</li> <li>- development of regional conception and control of its realization mechanism;</li> <li>- stimulation of interregional and international relations;</li> <li>- control of the quality of services;</li> <li>- organization of the system of personnel training;</li> <li>- rendering of information and consulting services;</li> <li>- lobbying of the region's industry interests at the federal level;</li> <li>- coordination of activity of the regional economy branches ensuring a functioning of the tourist-recreation complex.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- study of the domestic and foreign markets;</li> <li>- establishment of the information system and rendering of consulting services;</li> <li>- participation in the activities of international organizations;</li> <li>- organization of tourist product publicity;</li> <li>- public relations;</li> <li>- cooperation with local authorities;</li> <li>- rating of enterprises and organizations of the tourist-recreation sphere and determination of average branch financial-economic indices.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- study of external and internal environment of the enterprise activity;</li> <li>- strategy establishment and realization;</li> <li>- determination of the sales market and product positioning;</li> <li>- improvement of existing kinds of products and development of new products;</li> <li>- product quality control;</li> <li>- creation of price policy and prime cost optimization;</li> <li>- sales organization;</li> <li>- study of realized and forming demand.</li> </ul>

The basic advantage of the joint operation is the fact that possible damages are distributed between all participants and a risk for each individual firm decreases. In addition, each institution

introduces its experience accumulated in this industry which multiplies the effect of such agreement.

The information system of association should contain data of tourism development in Russia:

- state of demand and supply,
- experience of most developed tourist centers of country,
- innovations in this field;
- characteristics of tourist streams from different regions of Russia to Primorye and back.

One of the objects of its activity should be the study of tourist markets of the Asiatic-Pacific region countries. For each country of the region, information concerning the following indices should be accumulated:

- population and standard of its living (population growth rate, its age and professional structures, system of annual leaves, structure of receipts and expenditures);
- demand for the tourist product (domestic and foreign tourism, objects of travels, their geography, duration and seasonality, structure of tourist expenditures);
- tourist sector of economy (structure and relations between organizations, leading institutions, specificity of their activity, prices for tourist services);
- government regulation of tourism (normative-legislative basis and development programs);
- advertising means used in tourism.

The activity of the Association of tourism should have the government financial support which will certainly be recompensed at the expense of tax receipts from the increased incomes of firms and reduction of ecological consequences of the unorganized tourism.

#### **4. CONCLUSION**

The efficient use of recreation territories and water areas of the Far East is possible through the redistribution of recreational loads to conserve the unique natural complexes, attraction of additional funds for developing small and middle settlements located near prospective recreation objects.

The economic efficiency of the tourist-recreation development of the Far East territories will be determined in future by giving to customers of new kinds of tourist services, balance of the Russian inbound, outbound and domestic tourism. This will allow us to reduce the export of monetary funds both beyond the region and beyond the Russian Federation, improve the ecological situation at the places of active tourist use of natural resources at the expense of the regulated tourism.

#### **References**

1. Bartovchuk V.I., Lozovskaja S.A., Rudenko L.L., Chengera O.V. Etc. A network «Bed and breakfast and excursion» in Primorye. Vladivostok, FOS "Beach", 2008.
2. Bersenev JU. I. Problem of the modern organization of rest of city dwellers of Vladivostok // Tourism on the Far East: business, investment strategy, education and ecology. Vladivostok, 2003.
3. Bliznukova L.A. Internal tourism as base for development of entrance tourism // Prospects of

development of tourism on the Far East Russia. Khabarovsk, 2006.

4. Gomilevskaja G.A. Regional models of organization of internal tourism. Vladivostok: VSUES, 2002.

5. Problems of the population of Far East / Avdeev Ju. A., Sidorkina Z.I., Ushakova V.L. Etc. Vladivostok: Дальнаука, 2007.

6. The guidebook to Far East. Vladivostok: The centre «Hope», 2010.

7. Regions of Russia. Socio economic parameters. 2012. M.: Goskomstat, 2013.

8. Romanov M.T. The territorial device of a economy and population on Russian Far East. Vladivostok: Dalnauka, 2004.

### **ABSTRACT**

#### **RECREATIONAL ACTIVITIES POPULATION OF THE RUSSIAN FAR EAST**

**Kostyukova O. I., Kosolapov A.B.**

The factors and conditions for recreational activities of the population in the Far East of Russia. The conclusion about the possible effectiveness term use of recreational areas and water areas of the Far East through the redistribution of recreational pressure to preserve the unique natural complexes, raising additional funds for the development of small and medium-sized communities located near future recreation facilities.

**Keywords:** recreation, the Far East, recreational load.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **РЕКРЕАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ**

**Костюкова О.И., Косолапов А.Б.**

Рассмотрены факторы и условия рекреационной деятельности населения на Дальнем Востоке России. Сделан вывод о возможном эффективном использовании рекреационных территорий и акваторий Дальнего Востока за счет перераспределения рекреационных нагрузок для сохранения уникальных природных комплексов, привлечение дополнительных средств для развития малых и средних населенных пунктов, расположенных вблизи перспективных объектов отдыха.

**Ключевые слова:** рекреация, Дальний Восток, рекреационные нагрузки.



## ENGLISH IN THE CONTEXT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Soboleva N.F.

Far Eastern Federal University, Vladivostok

The twenty-first century is characterized by ever-increasing flow of information and technical modernization, which influence people's mobility, dynamics and constructivism. The exchange of information does not take place only in a single country but a wide cooperation between countries in the fields of economics, culture, education, science and politics is developing. In these conditions the demands to employees' professionalism are growing which set new requirements to education, stressing «co-existence, respect to personality, dialogue, mutual creative activity» [1].

In knowledge society the content of the studies, the methods used and the requirements for an educator's professionalism are changing. The aim of education is not only to educate professionals for a certain field but it has to help students to be aware of cultural values, form human mutual relationship, collaborate, be open, adapt to the new situation, creatively express their ideas, accept responsibility and challenge. Ability in practice use new competences may be developed by implementing a competence-based learning approach which advantage is a systemic approach in creating an integrated curriculum which comprises wide spheres of education, as well as a student-centred curriculum designed based on the results of a needs analysis. Besides, this approach is a way to reach a situation when academic knowledge and long-term employability become compatible goals of higher education. [4].

Such a model may be used in tourism studies as well as its aim is to educate creative, knowledgeable specialists with a good command of several foreign languages, who are able to make decisions and work observing traditions of different cultures.

Tourism specialists must possess good communication skills and a high level of intercultural competence as they have to use language in different socio-cultural spheres.

There had never been a time in human history when different nations had a need to communicate to each other so much for the purposes of travel, business, entertainment, etc. The language behind all these is English; nowadays no longer connected to the countries which constitute the standard origin of English (e.g., the USA, the UK, and Ireland), it is an international language in a global sense. English is no longer a privilege of its native speakers: more than ever, it is "owned" by a global community across all continents. This has affected not only the economic and political aspect of the human society, but also the educational aspect – English made the "transition from foreign language to basic skill." [3]. This is obvious in the fact that a lot of non-native speakers of English claim to "know" or "speak" English, regardless of the level of their fluency or proficiency.

As a consequence, the reasons for learning English are becoming more tied to professional reasons (using language skills at work, working abroad, and personal satisfaction), and people may be highly motivated to learn it as it can produce more benefits than any other language. English is an

additional language in the world of business meetings, corporate conventions, and international conferences. Many high-profile international organizations (e.g., the United Nations, the International Monetary Fund, the World Bank Group, the World Health Organization, the International Labour Organization) consisting of different commissions, committees, expert bodies and other use English as the only official language.

Since the English language has already been established as the one with the major influence, they expect that this is particularly evident in the area of international travel. Road signs, airport announcements, brochures, restaurant menus, signs in shop windows, different safety instructions and credit card facilities are particularly often in English or have a parallel version in English.

The tourism sector represents a significant part of a country's economy. Employees in tourism (tourism organizations, travel agencies, hotels and other accommodation facilities) need to be fully prepared to meet all kinds of demands made by their clients. That is the main reason why communication in tourism is more sensitive than in other branches and knowledge of different languages has no alternative. All this influences the process of teaching and learning English as a foreign language and should be incorporated in the EFL curriculum.[2].

Teachers and lecturers of languages for specific purposes need to develop their own teaching materials because most of the national or international textbooks do not always answer all the needs of their students. These needs are close to teaching and learning aims as well as to the professional and geopolitical context of the educational process.

In order the course to be successful the teacher has to design an appropriate syllabus, which will include activities that would be in accordance with the learners' needs. It depends on the learners, of what kind of tourism jobs they are interested. The teacher should prepare materials that would interest and benefit the learners. The teacher's knowledge about tourism and the appropriate materials for this course are what make the intended goal achieved. If the teacher uses only the textbooks for tourism, then that course will be the same as studying English in general. As an ESP teacher, you must play many roles. You may set learning objectives to establish a positive learning environment in the classroom, and to evaluate students' progress. And, of course, you should use these activities which will help learners to broaden their vocabulary and knowledge related to tourism and will facilitate teachers to create an appropriate and enjoyable environment for the learners when teaching English for tourism.

Activities:

Video clips- by watching video clips that have to do with meeting and greeting customers, the learners get to know how to behave with customers.

Role play- learners practice conversations, by playing the role as the hotel manager and the other one as a customer, also they practice different ways for introducing products to customers, by making them offers. In this activity the learners can use *objects*.

Teacher's presentation- by using the *computer*, the teacher presents to the students how to plan work schedules for the employee.

Interview- one student takes the role as the hotel manager and the other one as the candidate

that needs to be employed in the hotel, and the hotel manager interviews the candidate to see his/her skills. This activity helps the learners how to communicate best face-to-face.

Group work- the learners will be able to organize and conduct tours, by practicing in the classroom. For example, from each group of the class, a volunteer would be the tourist guide and give information to visitors (students) for different places. *Magazines* and *pictures* are used as materials for this activity.

Debate- by using debates the learners of tourism will be able to communicate with diverse groups of people.

Corpora- students need to search materials and be prepared, because they have to give information to visitors about history, art, architecture, etc. The students work in pairs, because they learn from one another. Corpora also help learners for organizing and managing different activities. It is appropriate to use *authentic materials* and *the internet*.

Giving advice- by using this activity the learners become responsible for solving problems. They work in pairs. One student has the problem card and the other one needs to find a solution about the particular problem. The materials used for this activity are *problem cards*.

Dialogues- help the learner to practice of how to welcome customers, how to behave with them and what to offer them. *Handouts* are useful for this activity.

Of course, English for Tourism is a language used for the purposes of communicating in the particular field of tourism that can enable successful communication among people working in the sector of tourism and between them and their customers. Compared to other foreign languages, English has been recognized as a dominant language in both tourism and hospitality sector. Being recognized as a global language, English strongly influences the entire work flow in the field of tourism.[5]. Most of the textbooks at higher levels of language proficiency provide a variety of texts and tasks that tend to cover different situations. What students actually need is texts and materials that meet their further profession or, in the case of lower position jobs, more basic language skills. For example, although English is not essential in the housekeeping department, it is necessary to include aspects of language related to room attendance and to housekeeping in the English for Tourism course because it is relevant for the position of head housekeeper and other managers who should be able to negotiate these elements with international business clients and partners or to handle guests' complaints. For other managerial positions, they need to include negotiation skills, language for business meetings, presentation skills, as well as social language skills for successful communication with business partners and clients. Furthermore, since English for Tourism is taught at university level, it should also be considered as an academic language: its purpose should include academic language skills which can help students for further academic studies or professional development.

Thus, we can conclude that English for Tourism as a global language should be developed further for education by means of incorporating English for the workplace with English as the language of academia and professional development.

### References

1. Butzkamm, W. (2003). We only learn language once. The role of the mother-tongue in FL classrooms: death of a dogma. *Language Learning Journal*, 28, 29-39.
2. Wu, H., & Badger, R. G. (2009). In a strange and uncharted land: ESP teachers' strategies for dealing with unpredicted problems in subject knowledge during class. *English for Specific Purposes*, 28(1), 19-32.
3. Strutt, P. (2003). *English for intermediate tourism*. Harlow: Longman.
4. Vuković-Vojnović, D., Knežević, Lj. (2009). Student Active Participation in Assessing their Language Needs in ESP University Classroom. Paper presented at the Congress "Applied Linguistics Today: Between Theory and Practice" [in print].
5. Al-Khatib. M., 2005. English in the Workplace: An Analysis of the communication Needs of Tourism and Banking Personnel. *Asian EFL Journal*, Vol.7, No.2, article 11. Retrieved August [http://ww.asian-efl-journal.com/site\\_map\\_in](http://ww.asian-efl-journal.com/site_map_in) 27, 2007.

### ABSTRACT

#### ENGLISH IN THE CONTEXT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Soboleva N.F.

The article concerns the process of teaching English for Tourism as a main factor in educating specialists in tourism and hospitality industry. It explores the importance of good communication skills to hospitality practitioners at different position levels. It is also referred to the ESP teacher's responsibility and necessity of designing appropriate syllabus in the subject matter field.



#### TRYING TO MAKE A TOURISM BUSINESS ENGLISH CLASS MORE INTERACTIVE

Makartseva Y.V.

Far Eastern Federal University, Vladivostok

The Tourism Business English Syllabus for the third and fourth year students at Economy and Management FEFU school covers one hundred and twenty hours of classroom activities plus one hundred hours of students' independent work. It allows for a good opportunity to generate, train and develop quite a number of competences and practical skills as well as appropriate language habits. The Tourism Business English Course for non-native English speakers provides a core syllabus of four terms for the third and fourth year students of FEFU Economy and Business School whose professional interests lie within tourism and hospitality industry. This course is aimed at:

1. acquiring general, communicative and professional competence

2. mastering specific vocabulary of tourism and customer care industry
3. developing communicative and professional knowledge and skills.

The focus is made on practical ability of students to use ESP (English for specific purposes) in professional intercourse when speaking, reading and listening to authentic materials and writing business letters. A successful completion of this course will enable students to get information on tourism and customer care from authentic sources, to read, understand authentic speakers, and express their own ideas both in speech and writing. On completion of this course the students may have acquired the knowledge of professional content of the course, the professional vocabulary of tourism and hospitality business intercourse, knowledge of grammar rules, basic principles of arranging business sessions, tours, social and other events, presentations etc. and such practical skills and habits as: reading authentic texts, listening to and talking with English speakers, using special dictionaries and manuals, possessing writing habits allowing to understand and compile business letters and other documents in the sphere of tourism and hospitality.

FEFU ESP teachers have long agreed that interactive methods used in the students' classroom-based activities can achieve a number of goals, the most evident one being the development of communication skills and habits. The interactive style of classroom-based work helps to create emotionally correct atmosphere, develops teamwork habits, ability to listen and analyze, to delegate and express oneself freely, always respecting the peers' opinions. It ensures high motivation, creativity, imagination, pro-activity and decisiveness, diplomacy and self-control and some other personal and professional features.

My purpose here is far from merely listing all the advantages the interactive activities offer. It is, on the one hand, to illustrate the way FEFU SEM Tourism Business teachers are trying to make their ESP classes more interactive, giving examples of group and pair work in task-based assignments which increase the speaking time for each student in class, develop critical thinking (the ability to analyze, compare and come to a certain conclusion), increase the meaningful use of the language and prepare students for the real world outside the classroom. The other purpose of mine is to try to outline specific problems ESP teachers face during classroom-based activities and look for solutions.

Both low and high level ESP University classes pose problems for teachers. Low level groups usually leave us very modest choice of methodology tools such as different drills and substitutions, definitions and crossword puzzles, learning by heart and reciting saving just a tiny room for interactive experience. Under the other circumstances students' low motivation or incompetence, shyness and some other psychological or educational reasons might prove rather difficult to overcome too. Patience and insistence could be very instrumental if accompanied by regularity and some resourcefulness displayed by the instructor.

Irina Litovchenko mentions two main problems in class «to find more time for students to communicate and to motivate them to talk. If activities are primarily focused on drilling and studying..., it is difficult for students to communicate since the language situation they are put in is rather unnatural and their roles do not demand the use of authentic language. Task-based learning produces the opposite effect» [1].

However, it certainly takes time and effort to make students believe the teacher does not only intend to control the process (even though he does) but is ready to help and appreciate any positive initiative. Before I started to analyze such task-based assignments as pair work or group work ( they have always been used in mini and macro dialogues, but I have never considered them to be more important than drilling sessions or prepared speech stories compiled according to authentic models) many of my experiments proved a complete failure. I understood why only when started reflecting on my teacher-centered style and authoritative manner of instruction. No pair work task was performed in the way I would like it to. Numerous mistakes, non-authentic choice of vocabulary, artificial dead language, plentiful “Russian kalka”, exuberant emotions and noise in the classroom were the only feedback I had to face and put up with. The way out seemed to be somewhere in the drilling sector or learning by heart sector or some other reliable sector of language learning tasks.

Willis D. and J. Willis advise to distinguish between language learning tasks and those focusing on the exchange of meanings, giving priority to the latter. « A task-based teaching sequence is built around a series of activities in which learners focus primarily on the exchange of meanings. Built into this are a variety of activities which encourage learners to think about the language they are using. I will begin by looking at the genesis of a task sequence. I will then go on to examine the ways in which that sequence allows for a focus on language. In doing this I will develop a distinction between a focus on language and a focus on form. A focus on language I define as learner driven in response to communicative needs. It involves learners calling on whatever resources they can in order to help them express themselves. An activity which focuses on form is teacher led. The teacher isolates a particular form or forms and requires learners to produce those forms. There is a range of techniques to achieve this including gap-filling, sentence completion and controlled question and answer pairs. I will then re-examine the task sequence contrasting the effects of a focus on language and a focus on form». [2] The focus on meaning is incorporated within the basic definition of a task – the requirement that there is a primary focus on content or meaning. Learners are concerned first and foremost to get their meaning across. There is a focus on language when ‘learners think about language within the context of a task-based activity. «They work on language for themselves when, for example, they mine written input, or ‘they help and correct one another or consult an authority (grammar book, dictionary, their teacher) to help them express their meanings more clearly» [2].

To shift the accents to the meaningful part of the work and to encourage “the kids” to ignore my presence in the classroom and talk as if they have clean forgotten how to speak Russian I offered the task to discuss tipping as a life reality and share their personal experience . Three questions (Have you ever been offered a tip? What is the biggest tip you have ever given? Which employees in a hotel might expect a tip?) were ardently discussed, developed and even dramatized with the effect I could hardly expect- my students` grammar and clumsy choice of vocabulary no longer troubled me as they used to when I was in the lead. The mistakes had to be eliminated a little bit later in the working sequence and I already knew when it could be done better. A reflection was like a revelation: learners must warm up before serious research or monotonous drills so that they could feel - their studies are an integral part of their life environment. Such warming up sessions do not cancel hard work of language

learning. They merely help to stay alive.

Keith Harding and Paul Henderson in “High Season English for Hotel and Tourist Industry“, Robin Walker and Keith Harding in” Tourism” (Oxford English For Careers) as well as Miriam Jacob, Peter Strutt and many other British and American authors are very handy for us FEFU Tourism Business English teachers. Their precious task-based approach is not in the least too demanding leaving much room for creative interpretations and experiments, developing the suggested ideas and inventing the new ones. For example, a well-designed sequence of tasks in Unit 6 “Money Matters”(High Season English) containing both language learning and task-based assignments, such as – look at the example of a bill for a guest staying at the Royal York Hotel and answer the questions; - in pairs act out the dialogue between the receptionist and a guest who is checking out. If the instructor feels like expanding the task or detailing the situation or changing it, he could easily do it without damaging the canvass of the sequence. The scale of task-based activities allows for a huge variety of options focusing on whatever is suitable at the time [3].

Concentrating on problems in the ESP classroom with the teacher-centered style of activities we cannot help but outline the following:

- the focus on studying and drilling leaves little room for students` interactive activities;
- it puts students in unnatural low-motivation language situations;
- teacher in the center role is rather a barrier than a driver when a student is ready to talk, that is when the vocabulary is consolidated through drills and language exercises and the content study is also completed;
- `no noise` approach supports only the controlling function of the instructor which is in fact a limitation;
- `undisguised` correction of students` mistakes interferes with positive mood of the learning process;
- a rare interactive practice in a language class might result in shyness to talk without being offered a question to every utterance.

The changed approach, namely, when a teacher-centered style gives way to interactive task-based activities of pair and group work, one effort to shift accents from form learning to language learning and meaningful part of the work reveals an absolutely remarkable settlement of almost all the problems outlined above. We have shot five birds with one stone and would have been ready to go further but for the last obstacle. A two or three year habit of relying on teacher`s commanding wave of the hand is not very easy to overcome. Many of my students do feel shy when it comes to initiating the discussion or expressing their own opinion for the fear of making a mistake or being funny. More often than not they need encouraging or detailed priming, but generally manage to go through the task quite fair provided it is well motivated. One particular experiment of getting ready for the joint inter-group round table discussion proved rather helpful in the process of overcoming this difficulty. To sum up what has been done in the classroom on” Classifying Hotels” (after reporting and discussing the target market classification in the manner of prepared speech exercises, retellings, dialogues and commentaries) I suggested that we might try to make analogical studies into hotels in Vladivostok,

preparing descriptive presentations with view to discussing Vladivostok accommodation potential as an incoming destination. Two intermediate level groups took part in the discussion of the following:

- Incoming tours advertising;
- Infrastructural potential of Vladivostok as an incoming destination:
  - a. Vladivostok hotels;
  - b. Transportation companies. Their role in arranging incoming tours.

A highly motivated language situation at the background of self-made presentations, topical question-answer sessions, and attempts to analyze and come to a certain conclusion made the participants feel like one team sharing a mission. They did not hesitate to speak their mind, they were not in the least shy and they liked it [4].

One more illustration of the vast choice of interactive classroom possibilities is herein enclosed to support the conclusion that a natural language situation is a strong stimulus for developing and consolidating language communication skills.

Before tackling the topic “Hotel Management” I offered my fourth year upper- intermediate level students to discuss what sort of hotel they would prefer to work at ( as rooms , food and beverage, commercial or housekeeping division managers ). I anticipated that they might either want to discuss the tangible elements like facilities, environment, size, climate and the benefits for themselves or the intangible elements like all sorts of working relationships in the company. Both schemes seemed to involve thinking and talking over. When priming them at the beginning I pointed out the alternative and encouraged their free choice of it. There were two groups of three and four students who loved talking about imaginary beaches and golf courses outside the hotel they would like to take a position at, but would not go into the “psychological depths” of working relationships.

The next step did involve the intangible as far as the vocabulary on the handout (reputation, quality standard, staff performance, motivation, rewards, reprimands, teamwork, empowerment, immediate staff-client contact, bonus, encourage, free guest experience, best ideas, workforce, invitation) promptly limited the borders of the topic: “What makes a hotel unique?” Ear training plus reading exercises were followed by the discussion of the mentioned and not mentioned ways to reward employees.

The final touch to the theme was writing a short (three hundred words) passage on ways to improve hotel staff performance with a feedback of several grammar, spelling and style mistakes, rosy cheeks and shining eyes.

Reflection. No doubt, the sequence of these interactive task based assignments proved natural and professionally interesting for the future rooms division managers. They made mistakes which I quietly saved for the suitable correction moment, they were sometimes too loud and a little bit too emotional, but they talked, understood each other and enjoyed it. They were alive.

There is a funny side to it too. Mistakes do not knock me down, nor the whispers, not even the noise. You cannot expect silent maneuvers of students, re-arranging their locations when dividing into groups of three, four or whatever and discussing suggested agendas that frequently appeal to their young and quick minds. You cannot talk silently either. Order might be shared with efficiency. The

more so that I am no longer in the center of the classroom universe. My position is on a slightly raised side desk with a clear view of my own faults and panoramic language learning and teaching prospects.

#### **References**

1. Irina Litovchenko. // English Teaching Forum // Volume 47, number 2, 2009.
2. Willis D., and J. Willis. // Doing task-based teaching// Oxford University Press.2007.
3. Keith Harding and Paul Henderson // High Season English for Hotel and Tourist Industry, 2007.
4. Robin Walker and Keith Harding // Tourism//Oxford English For Careers, 2009.

#### **ABSTRACT**

##### **TRYING TO MAKE A TOURISM BUSINESS ENGLISH CLASS MORE INTERACTIVE**

**Makartseva Y.V.**

The article touches upon the problem of the teacher-centered style of classroom activities frequently resorted to when dealing with low level groups of students and not very easily given up even at intermediate and upper-intermediate levels. Interactive methods, as a strong alternative to such a style and a relevant component of language learning activities, might prove very efficient in the process of molding and developing language communication skills. The author outlines problems arising in the class-room with a teacher in the center and is looking for solutions.

## 1.2 ДОКЛАДЫ И ТЕЗИСЫ МАГИСТРАНТОВ

(совместно с научными руководителями)



### СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Филонова Ж.Н., Руденко Л.Л.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

Туризм в России является важной отраслью, вносящей ощутимый вклад в ВВП страны. Наступивший 2013 г. может стать поворотным для России как привлекательного туристического направления благодаря многим значительным событиям, усилиям по демонополизации рынка авиаперевозок и либерализации визового режима. Министерство культуры РФ запланировало на этот год много проектов, связанных с либерализацией визового режима, классификацией гостиниц, чтобы мировые стандарты приходили к нам быстрее, чтобы зарубежным туристам было проще приезжать в Россию.

Росту интереса к России в мире, будут способствовать события глобального масштаба, такие как Универсиада в Казани, Олимпиада в Сочи и чемпионат мира по футболу в 11 городах РФ. Большие надежды возлагаются на Екатеринбург, т.к. именно этот российский город получит право проведения выставки ЭКСПО-2020. Все это колоссальная возможность для туризма, для страны и регионов, где будут проходить подобного рода события.

Остановимся подробнее на значении достаточно молодого туристического направления в России, сельском туризме.

В настоящее время данный вид отдыха пока не имеет среди соотечественников столь широкого распространения как за рубежом, где сельский туризм очень популярен. Интерес к нему обусловлен небольшими затратами и близостью к природе по сравнению с другими видами отдыха.

По оценкам Всемирной туристской организации сельский туризм (агротуризм), являясь одним из направлений экологического туризма, объединяет широкий спектр различных видов отдыха и развивается быстрыми темпами в зарубежных странах, а также входит в пятерку основных стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 г. [2].

Современное состояние сельского туризма в Российской Федерации весьма скромное - только несколько регионов России активно развивают это туристское направление. Однако, целесообразность развития сельского туризма заключается, прежде всего, в повышении благосостояния как жителей деревни, так и целых регионов.

Доля сельского туризма в туристской отрасли России пока невелика и на сегодняшний

день составляет, по экспертным оценкам, 1,5-2%. Однако, в России есть все предпосылки для развития этого вида туризма, в частности, в Приморском крае [10].

Природные условия России уникальны и неповторимы, сохранились многие памятники древней архитектуры и этнографии, поэтому закономерно ожидается, что именно здесь и будут развернуты оазисы сельского туризма. В России существуют районы, где сельский туризм широко развит и районы, где заинтересованы в его становлении. При этом отсутствуют стимулы к его широкому распространению. Например, местные жители принимают у себя постояльцев, но не могут заниматься популяризацией сельского туризма.

Безработица в значительной части удаленных поселений уже несколько лет превышает критический уровень (10%), ею охвачено 1,9 млн. сельских жителей. Сохранение в сельских поселениях около 15% населения с доходами в два и более раза ниже черты бедности создает реальную угрозу стабильности в сельском социуме [2]. В связи с переходом к рыночным отношениям существенно изменились условия хозяйственной деятельности на селе. Особенно это коснулось территориально удаленных многофункциональных сельских поселений. По-прежнему происходит сокращение численности сельского населения, за пять последних лет оно сократилось на 821,9 тыс. чел. (2,1%). Выход из создавшегося положения видится в организации различных видов несельскохозяйственной деятельности. Это развитие сельского туризма, возрождение народных промыслов, создание в сельской местности предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции и выпуску товаров широкого потребления, выращивание экологически чистой продукции и др. Основой развития несельскохозяйственной деятельности должны стать природно-территориальный и социальный потенциалы поселений. Развитие альтернативных видов деятельности, наряду с созданием многоукладного производства, должно стать одним из условий экономического роста сельских территорий [2].

Сельский туризм, по мнению ряда авторов [1,9] в наибольшей степени отвечает рекреационным потребностям людей, живущих в условиях урбанизированной среды, в районах со сложной экологической ситуацией, испытывающих гиподинамию и постоянное нервное перенапряжение, особенно в странах с переходным типом экономики. Сельский туризм предлагает разнообразные туристические занятия:

- знакомство с природными, культурными, историческими достопримечательностями территории;
- развлекательные и спортивные мероприятия;
- оздоровительные процедуры (талассотерапию, занятие физическим трудом);
- смену впечатлений и постоянный контакт с природой при приемлемых финансовых расходах.

Все это делает привлекательным сельский туризм на любых территориях, превращая его в один из эффективнейших видов оздоровительной и в целом рекреационной деятельности [1].

В России работа по развитию сельского туризма еще только начинается, но уже сегодня можно говорить о наличии позитивного опыта в этой сфере. В стране реализуются десятки проектов по сельскому туризму, таких, например, как «Дорога к дому» (Ленинградская область)

«Зеленый дом» (Горный Алтай), так называемая сеть «В&В» (Прибайкалье), имеется опыт организации агротуристских предприятий по таким моделям, как «пансион», «тур с проживанием в кочевом традиционном жилище», «национальная деревня», «сельская гостиница», «гостевой дом» и другие.

Лидерами в организации сельского туризма являются: Владимирская, Вологодская, Ивановская, Новгородская, Архангельская, Ленинградская, Псковская, Самарская, Тверская, Тульская, Ярославская, Пензенская области, Республики Карелия и Чувашия, Подмосковье и окрестности Санкт-Петербурга. К сожалению, Приморский край, в этот список пока не вошел, несмотря на большие территории с красивой природой, пригородными селами и деревнями. При этом наблюдается отток местных жителей в города, в большей степени, в столицу Приморского края – г. Владивосток (студенты поступают в средние и высшие учебные заведения, учатся, затем находят постоянную работу и остаются в городе; работоспособное население в силу отсутствия работы на селе, также, переезжает в город).

Итак, несмотря на положительные примеры развития сельского туризма в регионах, данный вид туристской отрасли сталкивается с рядом проблем, которые представлены в таблице.

Таблица – Факторы, влияющие на развитие сельского туризма в Российской Федерации

Способствующие развитию	Сдерживающие развитие
<ul style="list-style-type: none"> <li>- расширение сферы занятости сельского населения и развитие сельских территорий;</li> <li>- сохранение малых населенных пунктов, а значит и сельского быта;</li> <li>- улучшение условий жизни сельского населения;</li> <li>- повышение доходов сельских жителей;</li> <li>- закрепление молодежи на селе;</li> <li>- стимулирование изучения народных обычаев и обрядов;</li> <li>- возрождение и пропаганда традиционных ценностей и образа жизни;</li> <li>- развитие народных промыслов;</li> <li>- регламентирование использования природных объектов, способствующее сохранению окружающей среды;</li> <li>- сохранение культурного и исторического наследия территории</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие общепринятой национальной концепции по развитию сельского туризма;</li> <li>- отсутствие четко сформулированной государственной политики по сельскому туризму и, соответственно, системы нормативно-правового обеспечения этого вида деятельности;</li> <li>- отсутствие специального федерального законодательства, регулирующего деятельность в области сельского туризма в РФ;</li> <li>- отсутствие стандартов и нормативов, применимых в сфере сельского туризма как специального сектора туристической индустрии;</li> <li>- незнание собственных рекреационных ресурсов.</li> </ul>

Для развития сельского туризма должны быть созданы экономические и

организационные предпосылки, должно быть желание местных органов власти развивать это движение, эффективно использовать имеющийся жилой фонд.

Важность решаемых задач обуславливает приоритетность проблемы развития сельского туризма, ставит ее в ряд социально-экономических задач, имеющих федеральное и региональное значение.

Одним из путей решения перечисленных задач является реализация Федеральной целевой программы развития сельского хозяйства в России. В рамках Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельской продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 гг.», утвержденной Правительством Российской Федерации 14 июля 2007 г., был предусмотрен комплекс мер по повышению финансовой устойчивости малых форм хозяйствования на селе:

- предоставление субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях, и займам, полученным в сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативах личными подсобными хозяйствами, крестьянскими хозяйствами и сельскохозяйственными потребительскими кооперативами на срок до 5 лет на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности, включая сельский туризм;

- повышение уровня жизни жителей сельской местности за счет организации новых рабочих мест, повышение престижности проживания в сельской местности, развитие общей инфраструктуры на селе - дорог, транспортного сообщения, водо-, и газоснабжения, торговли и др.;

- создание условий для привлечения частных инвесторов, развитие существующих туристских ресурсов сельской местности, создание сети сельских туристских хозяйств; воссоздание социокультурной среды исторического поселения («историческая деревня», «национальная деревня» или другой тип поселения); улучшение обслуживания сельского населения.

Ожидаемые результаты Государственной программы: увеличение занятости населения, постоянно проживающего в сельской местности, увеличение разнообразия туристского предложения на внутреннем туристском рынке, развитие малого предпринимательства, улучшение социальной обстановки на селе.

Как отмечалось выше, Приморский край, располагая значительным рекреационным потенциалом, в настоящее время имеет низкую привлекательность, как для российских, так и для иностранных туристов. Это, прежде всего, связано со слабо развитой туристской инфраструктурой в районах края, высокими ценами и низким качеством оказываемых услуг, недостатком доступной информации и рекламной продукции о достопримечательностях края, не хватает дешевого удобного жилья, низок уровень сервиса в немногочисленных гостиницах и пунктах питания; мало путеводителей и туристских карт [5].

Вместе с тем, экологически чистое крестьянское хозяйство края позволит кормить доброкачественными продуктами, как туристов, так и местное население поселков городского

типа. Доходы от туризма обеспечат финансирование (полное или частичное) развития опытного крестьянского хозяйства или жилого комплекса. Налоги с доходов от туризма позволят регулярно пополнять государственный и местный бюджет [5]. Так, в результате развития сельского туризма горожане имеют возможность получать здоровый отдых по вполне приемлемым ценам, а сельские жители - возможность более эффективно использовать свой жилой фонд, реализовать часть произведенной сельскохозяйственной продукции прямо на месте.

С целью изучения возможностей развития сельского туризма в Приморском крае был изучен проект РОЛЛ (2002-2003 гг.) «Организация экологических маршрутов, сети «Bed & Breakfast & Excursion» в Приморье», выполненный Фондом объединенных санаториев «Взморье», Тихоокеанским институтом географии ДВО РАН и ДВГУ.

Данный проект показал, что сельский туризм может сыграть значительную роль в устойчивом экономическом развитии региона, поскольку сельское хозяйство относится к числу отраслей, совместимых с рекреацией [3]. Кроме того, в условиях дефицита бюджетных и собственных средств туристических организаций на развитие инфраструктуры перспективным является именно зеленый сельский туризм, основанный на использовании жилого сектора сельских жителей. Этот вид туризма позволяет значительно увеличить приток туристов в районы края, стимулировать поддержку социальной сферы села, местного предпринимательства, развитие общественного сельскохозяйственного и перерабатывающего производства [10].

Проведенное в рамках проекта анкетирование местного населения и исследование рекреационных ресурсов 11 районов края (Хасанский, Кировский, Тернейский, Дальнегорский, Ольгинский, Лазовский, Партизанский, Шкотовский, Хасанский районы, г. Арсеньев и пригороды г. Владивостока) показало заинтересованность 338 сельских хозяйств в перспективах развития в своих районах туристской индустрии. Многие респонденты высказали желание принимать у себя гостей по системе «В&В». Активно предлагали услуги проживания жители Хасанского и Кировского районов, где этот бизнес уже начал стихийно развиваться. В Кировском районе (п. Горные ключи), п. Славянка Хасанского района, в г. Арсеньеве и г. Владивостоке размещение туристам предлагалось в домах и квартирах с коммунальными удобствами. В сельских поселках Хасанского, Тернейского, Лазовского, Ольгинского, Ханкайского, Партизанского, Шкотовского районов преобладало размещение в частных сельских домах. Наиболее заинтересованными в новом бизнесе и дополнительном заработке во всех районах края оказались служащие и пенсионеры [10].

Около 80% хозяев предлагали услуги по приготовлению пищи или кухни с посудой для самостоятельного их использования. Половина обследуемых хозяйств имели собственные машины и предлагали услуги перевозки. Гостям предоставлялись, в основном, отдельные комнаты (80%), часть дома и отдельные дома (20%). Примерно 1/3 хозяев были готовы принимать туристов и отдыхающих только летом, 1/3 - летом и осенью и, примерно, столько же -

круглый год. Около четверти хозяев могут общаться с гостями на иностранном языке (в основном - английском) [10].

Почти в 80% населенных пунктов, в которых предлагались отдых, имеются магазины, базары, кафе, медпункты, почта и телефонная связь. Все хозяева, проживающие в частных домах, предлагали овощи, фрукты и ягоды со своих огородов. Во всех поселках можно покупать домашние яйца, молочные продукты. Часть хозяйств, расположенных в частных домах, имеют условия для консервирования и заготовок продуктов на зиму.

Половина обследованных хозяйств предоставляют услуги гидов-проводников. Остальные хозяева могут найти таких проводников в своем поселке. Все гиды-проводники способны организовать прогулки и экскурсии в лес, к морю, на реку, к местным достопримечательностям. Туристам предлагается рыбалка, спортивная охота, верховая езда, подводное плавание, собирательная рекреация в своем и соседних районах, спортивный инвентарь в аренду [10].

Создание подобной туристской сети «В&В» в системе сельского гостеприимства в крае имеет значительные экономические, экологические и социальные выгоды, как для развития принимающего региона, так и для туристов. За последние 2 года предложенная система начала развиваться не только в обследованных районах края. Интерес к внедрению этой системы в свою рекреационно-туристскую инфраструктуру проявили и другие районы (Кавалеровский, Чугуевский, Яковлевский, Лесозаводский, Спасский районы). Рекомендации по развитию системы «В&В» в рекреационно-туристской инфраструктуре сельских районов включены в Программу развития внутреннего туризма Приморского края. Проведена серия обучающих и информационных семинаров для жителей сельских районов и сотрудников турфирм Приморья. Ряд туристических агентств приобрели собственные дома для размещения своих туристов на экологически чистых территориях в сельской местности (Спасский, Хасанский, Дальнегорский, Чугуевский районы).

В процессе создания «В&В» в отдельных районах края отмечены первые экономические результаты. В 2011 г. 25 хозяйств из 10 районов Приморского края осуществили прием более двухсот туристов. В 2012 г. туристов принимали по этой системе еще несколько турфирм («Дальтурист», «Оллсон», «Мирабель-тур» и др.) [5]. Увеличилась занятость населения, особенно малоимущего и среднего классов за счет эффективного вовлечения их в деятельность, связанную с туризмом. Развитие этого направления в Приморском крае способствовало созданию дополнительного инвестирования районов за счет притока отдыхающих, расходования ими дополнительных денежных средств на оплату предоставляемых местными жителями услуг.

Ярко выражен и социальный эффект как в отношении хозяев, так для района в целом. Люди, занятые в этой системе превращаются в эффективных работников сферы услуг. Они становятся более грамотными в юридических вопросах, учатся разбираться в организационно-правовых формах деятельности по приему и обслуживанию туристов, разрабатывать стратегию и тактику работы с клиентами и компаньонами.

В целом, в местных сообществах отмечен рост гражданского самосознания, создание новых общественных организаций (Кировский, Ольгинский, Шкотовский, Хасанский, Ханкайский районы, г. Арсеньев) для совместной работы с администрациями районов, ускорения развития туристской инфраструктуры и сферы обслуживания, управления туристскими потоками и благоустройства территории районов, что значительно повышает комфортность пребывания туристов на этих территориях. Во всех районах из числа местных жителей выделялись общественные лидеры, способные успешно продолжить работу по развитию рекреации и сельского туризма в своих районах и скоординировать свою деятельность с усилиями координаторов в других районах. Большой интерес и значительную помощь по развитию экологического и сельского туризма в районах проявили главы районных администраций, включая это направление в перспективные планы экономического развития своих районов.

Таким образом, анализ социально-экологических и рекреационных условий 11 районов Приморья, а также результатов частичного обследования хозяйств и экскурсионных маршрутов, предложенных местными жителями показали, что Приморский край обладает всеми необходимыми условиями для создания здесь первичной туристской инфраструктуры по типу «V&B» и успешного развития различных видов туризма, в том числе экологического и сельского [10].

Предпринятые и планируемые меры государственного регулирования в сфере развития сельского туризма, должны существенно повлиять на развитие туристской инфраструктуры в селах, продвижению национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, способствовать развитию предпринимательской деятельности в данной сфере.

### **Литература**

1. Государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельской продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 гг.», утвержденной Правительством Российской Федерации 14 июля 2007 г.
2. Золотова О.Т. Турист. Это звучит гордо... – Владивосток, 2012. - № 122. - С. 10-11.
3. Калашников А. Дикая природа и экологический туризм. Экология. Культура. Общество / А. Калашников, 2003. - №5. - С.14.
4. Калеп Л.Л. Рекреационное использование земель в системе регионального землепользования. Рекреационная география Азиатской России: современное состояние и перспективы развития. Тезисы научной конференции (Иркутск, 5-7 сентября 2000г.) / Л.Л. Калеп. - Иркутск: изд-во Института географии СО РАН, 2000. - С. 63-34.
5. Кононова Н.Н. О проблемах рекреации на землях сельскохозяйственного назначения. Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. Материалы региональной Научно-практической конференции / Н.Н. Кононова. - Владивосток: изд-во ДВГАЭУ, 2003. – С. 158-160.

6. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма. Владивосток: ФОС «Взморье», 2009. - 80 с.
7. Лозовская С.А., Косолапов А.Б., Бартовщук В.И. и др. Сеть «Bed&Breakfast&Excursion» в Приморье. Система «Гостиницы на дому» для экологического туризма Приморья (рекламно-информационная брошюра). Фонд объединенных санаториев «Взморье» / С.А. Лозовская. - Владивосток, 2009. - 44 с.
8. Преловский В.И. Концептуальные положения экологически устойчивого развития туризма в Хасанском районе. Развитие въездного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке. Материалы региональной научно-практической конференции. - Владивосток: изд-во Дальневост. ун-та, 2000. - С. 204-211.
9. Приходько В.И. Экологические поселения нового типа как объекты, привлекательные для развития туризма в Приморском крае. Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. Мат. регион. науч.-практич. конф. / В.И. Приходько. - Владивосток: изд-во ДВГАЭУ, 2003. - С. 288-290.
10. Совершенствование системы сельского туризма и гостеприимства в Приморском крае. Экономика и менеджмент инновационных технологий [Электронный ресурс]: инфо. портал, 2012. - Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru>
11. Состояние и перспективы развития сельского туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]: инфо. портал, 2011. - Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com>

## **АННОТАЦИЯ**

### **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ**

**Филонова Ж.Н., Руденко Л.Л.**

Рассмотрены состояние, проблемы и перспективы развития сельского туризма в России, Приморском крае. Проанализирован опыт реализации проекта по системе «Bed & Breakfast & Excursion» в Приморском крае. Внедрение проекта показало, что сельский туризм играет значительную роль в устойчивом экономическом развитии региона, значительно увеличивает приток туристов в районы края, стимулирует поддержку социальной сферы села, местного предпринимательства, развитие общественного сельскохозяйственного и перерабатывающего производства.

## **ABSTRACT**

### **MODERN CONDITION AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF RURAL TOURISM IN PRIMORSKY KRAI**

**Filonova Zhanna N., Rudenko Liudmila L.**

The given article analyses modern condition and development prospects of rural tourism in Russia, Primorsky Krai. The project realization experience based on the system «Bed & Breakfast &

Excursion» has been examined. The project implementation has shown that rural tourism plays the significant role in the stable economic development of the region. It dramatically increases the influx of tourists to the region, stimulates social sphere support in the countryside, the support of local private enterprise, development of agricultural production and processing industry.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ  
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ  
«ОСТРОВ РУССКИЙ»**

**Матвейчук С.А., Косолапов А.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

В качестве одного из оценочных критериев эффективности туристско-рекреационного развития острова Русский рассмотрим концепцию маркетинга островной территории.

Понятие территориального маркетинга (иногда его называют региональным маркетингом или маркетингом мест) связывают особым видом управленческой деятельности, учитывающей интересы территории.

Основные цели территориального маркетинга применительно к туристско-рекреационной особой экономической зоне (ТРОЭЗ) «Остров Русский»:

- формирование туристского имиджа, престижа территории;
- поддержка образовательных, досуговых, спортивных и других социальных программ;
- обеспечение экологической безопасности островной территории;
- повышение доходности бюджета;
- повышение эффективности государственных и частных инвестиций в туристский сектор.

Использование территориального маркетинга предполагает превращение всех участников туристского рынка, работающих на территории острова Русский, в партнеров предпринимательского сообщества. В этом качестве они способны не только учитывать индивидуальность острова Русский, принимая решения по комплексному туристско-рекреационному развитию, но и осуществлять взаимодействие, как между собой, так и между органами власти и целевыми рынками, представленными производителями, потребителями, инвесторами и другими участниками экономических отношений в этой дестинации.

При таком подходе маркетинг территории острова Русский становится важнейшей частью локальной экономической политики, позволяющей создать единую систему островного маркетинга, в основе которой лежит разработка и внедрение единой территориальной маркетинговой стратегии, позволяющей создать региональную маркетинговую сеть всего островного комплекса. Создание такой сети будет способствовать сотрудничеству в области разработки и использования Интернет-рекламы и других современных информационных

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

технологий, формирования системы консалтинга и бронирования туристских услуг, создания информационно-аналитического центра сетевого или иного типа. Необходимо проведение совместной деятельности по созданию имиджа острова Русский с учетом интересов и особенностей всех находящихся на нем субъектов предпринимательства, ДВФУ, общественных объединений и организаций.

В наиболее общем виде территориальный маркетинг острова Русский предполагает активный брендинг этой части Фрунзенского района г. Владивостока, связи с общественностью; продвижение; маркетинг персонала; событийный маркетинг; рекламу инфраструктурных проектов.

Основные критерии маркетинговой деятельности ТРОЭЗ «Остров Русский» приведены в табл. 1.

Таблица – Основные критерии маркетинговой деятельности ТРОЭЗ «Остров Русский»

Цели маркетинга территории	Методы	Инструменты	Показатели результативности деятельности
Привлечение туристов и рекреантов	Маркетинговые исследования, SWOT-анализ, системный и комплексный подход	Опросы потребителей, стимулирование продаж, рекламные и PR-акции	Число туристов, в т.ч. иностранных, темпы роста в динамике
Рост прямых и косвенных расходов туристов	Системный анализ, прогнозирование, экономико-математическое моделирование, статистические исследования	Разработка и внедрение новых продуктов и услуг, расширение ассортимента дополнительных услуг	Прямые и косвенные расходы на одного туриста. Общие поступления от туризма
Сглаживание сезонных колебаний	Диверсификация туристских продуктов и услуг, экономико-математическое или статистическое моделирование	Продуктовый ряд «низкого» сезона, разработка «бюджетных» продуктов, широкий диапазон скидок	Динамика туристских потоков, число туристов с разбивкой по сезонам и месяцам
Территориальное проникновение	SWOT-анализ, сегментация, позиционирование	Поиск новых целевых сегментов туристского рынка	Определение состава туристов с делением по местам их выхода

*Окончание таблицы 1*

Цели маркетинга территории	Методы	Инструменты	Показатели результативности деятельности
Формирование имиджа	Метод экспертных оценок, методы эвристического, анализа, позиционирование, оценка конкурентоспособности	Предварительные и ретроспективные исследования осведомленности и предпочтений потребителей, разработка «Шкалы отношений»	Количественная оценка восприятия туристов, отношения к дестинации, степени осведомленности
Стимулирование и развитие новых видов туризма	Научно–практические исследования, маркетинговый анализ и синтез, обобщение полезного опыта, пробный маркетинг	Стимулирование продаж новых тур–продуктов, рекламно–выставочная деятельность	Объем продаж в натуральном и стоимостном выражении. Динамика продаж, темп роста
Кризисное регулирование туристской дестинации	Системный анализ, определение вероятности наступления события	Рабочие совещания, конференции, семинары, меры безопасности	Динамика прибытий туристов. Мнения туристов об отдыхе

Еще одним оценочным критерием эффективности туристско-рекреационного развития острова Русский может быть емкость локального рынка туристско-рекреационных услуг. Проведенный анализ природных и социально-культурных (туристских) факторов острова Русский позволяет найти искомый показатель. По нашему мнению, методика его расчета должна учитывать:

1. сезонность или цикличность спроса на отдельные виды островных туристско-рекреационных услуг;
2. территориальную локализацию туристско-рекреационной деятельности;
3. вариативность и комбинируемость туристско-рекреационных услуг, предлагаемых в определенный период;
4. эластичность спроса на различные виды туристско-рекреационных услуг.

По сути рассмотренных факторов предлагаемая методика расчета основывается на построении мультипликативно-аддитивной модели с использованием нормативных и экспертных показателей, формула (1).

$$E_p = (\sum (C_{ij} * K_j) + A + C_o) * K_{\text{эласт.}} * K_{\text{сез.}} * K_{\text{лок.}} * K_{\text{див.}}, \quad (1)$$

где  $E_p$  – емкость территориального рынка туристско-рекреационных услуг, чел.;

$C_{ij}$  – численность  $i$ -й группы потребителей  $j$ -го вида туристско-рекреационных услуг, чел.;

$K_j$  – средний период потребления  $j$ -го вида услуги  $i$ -й группой потребителей (на организованных объектах индустрии туризма);

$A$  – альтернативные формы удовлетворения туристско-рекреационного спроса, чел.;

$C_o$  – удовлетворение туристско-рекреационного спроса через самообслуживание (неорганизованный отдых), чел.;

$K_{\text{эласт.}}$  – коэффициент эластичности туристско-рекреационного спроса по цене услуг и доходам;

$K_{\text{сез.}}$  – коэффициент сезонности спроса;

$K_{\text{лок.}}$  – коэффициент территориальной локализации объектов индустрии туризма;

$K_{\text{див.}}$  – коэффициент диверсификации туристско-рекреационных услуг.

Расчет показателя емкости территориального рынка туристско-рекреационных услуг ( $E_p$ ) Острова Русский проведем при условии следующих допущений, полученных экспертным, экспериментальным и аналитическим путем:

$C_{ij}$  – 250 тыс. чел.;

$K_j$  – 6 мес. или 0,5 календарного года;

$A$  – 100 тыс. чел.;

$C_o$  – 150 тыс. чел.;

$K_{\text{эласт.}}$  –  $> 1$ . Эластичный спрос. При изменении цены на 1% спрос изменяется более чем на 1%. Падение цены приведет к росту выручки. В нашем случае он равен 1,1

$K_{\text{сез.}}$  – коэффициент сезонности спроса 37,58 (рассчитан с помощью Интернет-калькулятора <http://axd.semestr.ru/index/season.php?>);

$K_{\text{лок.}} = K_l = S/Q$ ,

где  $S$  – удельный вес отрасли специализации в экономике острова;

$Q$  – удельный вес этой отрасли в хозяйстве г. Владивостока;

$K = 5/1,3 = 3,85$ ;

$K_{\text{див.}}$  – коэффициент диверсификации туристско-рекреационных услуг;

Расчет производится в несколько этапов.

1 этап. Определение исходных показателей:

$R$  – общий объем производства туруслуг в ТРОЭЗ;

$S$  – общий объем производства туруслуг в г. Владивостоке;

$R_i$  – объем производства отрасли  $i$  в ТРОЭЗ;

$S_i$  – объем производства отрасли  $i$  в г. Владивостоке.

Показатели  $R$  и  $R_i$  пока не отражены в статистической отчетности, поэтому их величины на 2013 г. принимаются на основе экспертной оценки равной 1/100 от показателей  $S$  и  $S_i$ .

2 этап. Расчет коэффициента отраслевой концентрации  $K_{ок}$  по формуле (2):

$$K_{ок} = S (i = 1, n) ((R_i / R) - (S_i / S)) \quad (2)$$

для всех  $i$ , для которых  $((R_i / R) - (S_i / S)) \geq 0$ ,  
где  $i$  - индекс отрасли.

3 этап. Расчет коэффициента диверсификации как величины, обратной коэффициенту отраслевой концентрации, формула (3):

$$K_{див.} = 1 / K_{ок.}, \quad (3)$$

где  $K_{див.}$  – коэффициент диверсификации.

Полученный  $K$  равен 0,3.

Рассчитанная по вышеприведенной методике емкость рынка ТРОЭЗ «Остров Русский» составляет 563701 человек в год. Она в полной мере соотносится с объемом туристского потенциала островной территории на условиях неистощительного природопользования.

Найденная величина туристского потенциала острова Русский зависит от природно-ресурсных, экологических, инфраструктурных аспектов организации островной индустрии туризма. Это заключение подтверждается данными о предельных рекреационных нагрузках на ландшафты острова Русский, полученными разными авторами [1, 2].

### Литература

1. Гуремина Н.В. Ландшафтная характеристика и рекреационное освоение островов залива Петра Великого (Японское море). Дисс. .... канд. географич. наук, Владивосток, 2005. – 185 с.
2. Бассейновый принцип формирования рекреационных систем Приморья. Кн. 2 / В.И. Преловский, А.М. Короткий, И.Ю. Пузанова и др. Владивосток: ДВО РАН / АО «Приморгражданпроект». 1996. – 149 с.

**АННОТАЦИЯ**  
**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ**  
**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ «ОСТРОВ**  
**РУССКИЙ»**

**Матвейчук С.А., Косолапов А.Б.**

Предложена методика оценки эффективности туристско-рекреационного развития острова Русский. Первый критерий выбран с учетом применения территориального маркетинга. Он включает в себя такие частные критерии как стартовые затраты; ценообразование; потенциальный объем продаж; временной аспект; воздействие на существующие продукты; уровень конкуренции; каналы распределения.

Вторым оценочным критерием может быть емкость локального рынка туристско-рекреационных услуг.

Емкость рынка острова Русский составляет 563701 человек в год. Она соответствует объему туристского потенциала островной территории на условиях щадящего природопользования. Величина туристского потенциала острова Русский зависит от природных, экологических, инфраструктурных факторов. Это заключение подтверждается данными о предельных рекреационных нагрузках на ландшафты острова Русский, полученными разными авторами.

**Ключевые слова:** островные экосистемы, рекреационные нагрузки, маркетинговый анализ.

**ABSTRACT**  
**CRITERIA FOR EFFECTIVE USE OF TOURISM AND RECREATIONAL**  
**AREAS OF SPECIAL ECONOMIC ZONE «ISLAND OF RUSSIAN»**

**Matveichuk S.A., Kosolapov A.B.**

The methods of evaluating the effectiveness of tourist and recreational development of the Russian island. The first criterion is selected based on the application of territorial marketing. It includes such criteria as private start-up costs, pricing, sales potential, the time aspect, the impact on existing products, the level of competition, distribution channels.

The second evaluation criterion may be the capacity of local market tourism and recreational services.

The market capacity of the Russian island of 563701 people a year. It corresponds to the volume of tourist potential of the island territory under gentle nature. The value of the tourism potential of the island dependent on Russian natural, environmental, infrastructural factors. This conclusion is supported by data on the recreational limit loads on the island of Russian landscapes, obtained by different authors.

**Keywords:** Island ecosystems, recreational load, marketing analysis.



## ИМИДЖ МАЛЫХ ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ РАЙОННОГО ПОСЕЛКА БОЛЬШЕРЕЧЬЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

Подласова М.С., Карасёв И.С.

Омский государственный институт сервиса

На сегодняшний день в рамках развития внутреннего российского туризма разработка имиджа конкретных регионов является актуальной и востребованной темой. В Омской области начинает достаточно активно развиваться туризм сельских местностей. Один из объектов такого туризма – районный поселок Большеречье, который находится в северной стороне в 200 км. от Омска и включает в себя много туристских достопримечательностей.

Большеречье является одним из красивейших поселков Омской области. Это очень чистый, практически весь зеленый уголок, где протекает одна из известнейших рек – Иртыш, простираются обширные леса и поля. Почти каждый палисадник местных жителей украшен цветами и растительностью [1]. В поселке много красивых мест, которые можно посетить и которые могут стать объектом внимания как российских, так и иностранных туристов. Одним из таких мест является Большереченский зоопарк, первый сельский зоопарк, посмотреть который съезжаются люди не только Омской области, но и из других городов [2]. Зоопарк отличается красивой и обширной территорией, для прохождения которой может понадобиться около восьми часов. Коллекция зоопарка сегодня насчитывает около 1800 животных, представляющих 205 видов млекопитающих, птиц, рептилий, амфибий и рыб со всего земного шара. Из них более 30 видов занесены в Красные книги России [6]. Визитной карточкой и настоящим украшением зоопарка являются единственные в Сибири африканские бегемоты. Лошади Пржевальского, уриалы, леопарды, страусы Эму, южноамериканские родственники кабанов – ошейниковые пекари, обезьяны, гигантские шпороносные черепахи, родина которых – Африка, молодой двугорбый верблюд, степные лисички корсаки и самый крупный из волков – черный канадский, разноцветные фазаны и уточки мандаринки и каролинки [8].

Еще одна яркая достопримечательность поселка – Большереченский историко-этнографический музей. Экспозиция музея расположена на площади 200 м<sup>2</sup>. Музей знакомит посетителей с историей развития Большеречья и Большереченского района, с флорой и фауной Большереченской земли. Демонстрирует уникальные находки, обнаруженные на Большереченской земле – останки мамонтов, бизонов, носорогов. Фонд музея отражает материалы важнейших археологических раскопок Саргатской культуры – урочища «Батаково», единственного в России археологического природного парка, уникального по своей первозданной сохранности.

Картинная галерея расположена в живописном центре р.п. Большеречье, в здании, построенном в 1958 г. и реконструированном в 1986 г. 27 декабря 1986 г. она приняла первых своих посетителей, многие из которых впервые увидели подлинные художественные

произведения, выполненные профессиональными художниками: живописцами и графиками .

Сегодня галерея занимает одно из важных мест в ряду образовательных и культурно-просветительских учреждений региона. Гордостью картинной галереи является её небольшая, но очень достойная коллекция произведений, ядро которой составляют работы известнейших Омских авторов, членов Союза художников России и Омского отделения Союза художников, представителей старшего и среднего поколения, работающих в разных художественных направлениях.

В картинной галерее проводятся персональные и групповые выставки самодеятельных авторов Большеречья и Большереченского района, которые, как правило, являются самыми востребованными и посещаемыми выставками. Отрадно видеть, что народное искусство п. Большеречья продолжает жить и развиваться. В четырёх выставочных залах картинной галереи могут работать одновременно 3-4 художественных выставки. Ежегодно картинную галерею посещают более трёх тысяч жителей и гостей посёлка [4].

Помимо названных объектов, на территории Большереченского района имеется археологический и природный парк «Батаково», где представлен уникальный комплекс поселений и могильников разных эпох. Чрезвычайно богата флора национального парка. На этой территории сохранились естественные растительные сообщества с богатым флористическим составом – зафиксировано 395 видов высших растений, в том числе 33 вида редких и исчезающих, занесённых в «Красную книгу» [7].

Естественно, что сегодня району необходимо максимально использовать имеющиеся достопримечательности с целью привлечения туристов в свой регион. В этот момент и становится актуальной проблема формирования имиджа конкретного населенного пункта. Сегодня и Администрация Омской области, и некоторые туристские фирмы пытаются создать и внедрить в массы самобытный имидж Большереченского района Омской области.

Омскими туроператорами разработаны программы (рассчитанные на один или несколько дней) пребывания в Большеречье с посещением рассмотренных культурных достопримечательностей. Предполагается отправление на теплоходе в сопровождении гида с посещением этнографического музея и непосредственно самого зоопарка. Приблизительная стоимость однодневного тура с питанием составляет 1700 рублей на человека. Двухдневного – 2500 рублей. Трёхдневный тур более насыщенный. В тур включена, помимо основной программы, экскурсия в комплекс «Старина Сибирская» (обряды, игры, чай с блинами), ночь в гостинице [5].

Одной из основных проблем развития туризма в малых городах (поселениях) является не столько нехватка, а сколько - незнание собственного потенциала, национальных ресурсов.

Для наилучшего развития района необходима разработка единого портала района с переводом на несколько языков, который будет отражать все основные достопримечательности, природные ресурсы, национальные праздники, гуляния, общественные мероприятия, которые смогут заинтересовать не только внутреннего потребителя, но и перспективных зарубежных туристов.

Следующая рекомендация по развитию интернет-рекламы – создание фильмов на примере сайта <http://www.multirussia.ru/>. Создание брендовых, имиджевых фильмов не только областных центров, но и всех малых городов (поселений) с учетом их особенностей, знаменитых достопримечательностей.

Сильным шагом, на наш взгляд, может стать участие района в туристских региональных и международных выставках. В целях привлечения туристов из ближнего и дальнего зарубежья район может участвовать в ежегодной международной выставке «Astana Leisure» в Казахстане (город Астана).

Таким образом, создавая и развивая имидж конкретных регионов, мы можем и развивать внутренний туризм, и привлекать в регионы иностранных туристов, и соответственно – развивать экономику регионов.

### **Литература**

1. Шутова, Н. Нехитрые комбинации хорошего отдыха // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2006. – № 2. – С. –35–37.
2. Шилова С. Г. Сельский туризм. Из опыта некоммерческого партнерства «Зеленый дом» Республики Алтай // Сельский туризм. Красноярск. – 2005. № 6. – С. 96
3. Уникальные территории в культурном наследии и природном наследии регионов: сб. научных трудов / под ред. Гусевой В. А. – М. : Наука, 2005. – 341 с.
4. <http://www.starinasib.ru>

### **АННОТАЦИЯ**

#### **ИМИДЖ МАЛЫХ ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ РАЙОННОГО ПОСЕЛКА БОЛЬШЕРЕЧЬЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**Подласова М.С., Карасёв И.С.**

Статья посвящена туристскому имиджу малых городов. На примере малого города Омского региона авторы показывают тот туристский потенциал, который является необходимым орудием в формировании туристского имиджа.

### **ABSTRACT**

#### **IMAGE OF SMALL TOWNS (ILLUSTRATED BOLSHERECHYE NEAR THE VILLAGE OF OMSK OBLAST)**

**Podlasova M.S., I.S. Karasev**

Article is devoted to tourist image of the small cities. On the example of the small city of the Omsk region authors show that tourist potential which is the necessary tool in formation of tourist image.



**РОЛЬ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕАБИЛИТАЦИИ ДЕТЕЙ С  
ФИЗИЧЕСКИ ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ**

**Гайдамак Ю.А., Карасёв И.Е.**

**Омский государственный институт сервиса, г. Омск**

В современной социальной российской политике наблюдаются устойчивые тенденции в отношении изменения модели социального пространства для лиц с ограниченными физическими возможностями. Ранее принятая медицинская модель, в соответствии с которой осуществлялась изоляция ребенка с ограниченными возможностями от общества в специализированном учебном заведении, показала свою не состоятельность, так как способствовала формированию пассивно-иждивенческой жизненной ориентации. Для изменения сложившейся «традиции» отношения общества к инвалидам в настоящее время разрабатываются методологические основы обеспечения максимально полноценного ведения жизнедеятельности лицами, имеющими устойчивые отклонения в физическом здоровье. В связи с чем рассмотрение туристско-краеведческой деятельности с позиции участия в ней детей-инвалидов, с целью социальной реабилитации является актуальной проблемой.

*Туристско-краеведческая деятельность* – это непосредственное предметное познание окружающей действительности: своего родного края, всей страны, других стран мира. Правильно организованная туристско-краеведческая деятельность – есть средство всестороннего развития личности. В такой деятельности естественно и слитно воздействуют на личность все стороны воспитания: идейно-политическое и нравственное, трудовое, физическое, эстетическое, умственное развитие, политическое образование, экономическое и экологическое образование и воспитание и др., идет интенсивное формирование мировоззрения. Все это успешно реализуется в туристско-краеведческой деятельности, которая может быть активным средством борьбы за нравственное развитие слабовидящих детей. Она создает условия и возможности эффективного формирования общественно-активной, гармонически развитой личности, сочетающей в себе духовное богатство, моральную чистоту и физическое совершенство.

Досуг, отдых, рекреация являются важными моментами в жизни человека, наряду с производственной деятельностью. Для людей, мало занятых в продуктивной сфере деятельности (инвалидов), досуг имеет огромное значение. Его формы, виды и качество определяют успешность реабилитационных и адаптационных процессов и интеграции в общество.

В качестве факторов, обеспечивающих применение туристско-краеведческой деятельности в контексте реабилитации можно выделить следующие:

- оздоровительное влияние природной среды и психофизическая активность на свежем воздухе;

- изменение социальной ситуации развития: кардинальная смена обстановки, изменение и расширение круга общения;
- изменение социальной роли ребенка (переход из роли опекаемого объекта воздействия – в роль активного субъекта взаимодействия); <http://www.moluch.ru/archive/48/6045/>
- взаимодействие в группе, состоящей из равных по социальному статусу детей;
- изменение степени негативного влияния заболевания или дефекта на уровень жизненных возможностей;
- повышение жизненного потенциала: приобретение нового жизненного опыта, освоение новых знаний и умений;
- расширение среды обитания (освоение новых природных условий и новых видов жизнедеятельности).

Так же следует отметить, что в условиях туристско-краеведческой деятельности возможна реализация таких форм реабилитации как психологическая и педагогическая. Педагогическая реабилитация может быть представлена мероприятиями воспитательного характера, направленных на развитие черт характера: отношение к окружающей среде, отношение к другим людям в условиях группового взаимодействия, отношение к общественному труду, отношение к себе как к личности и пр. Психологическая реабилитация предполагает воздействие на психическую сферу с целью улучшения процессов социальной адаптации, через развитие социально-активных установок, формирование волевых качеств, коррекцию самооценки и пр.

При разработке туристско-краеведческих мероприятий для детей с ограниченными возможностями, необходимо соблюдать следующие принципы:

- принцип индивидуального соответствия (содержание туристско-краеведческой деятельности разрабатывается в соответствии с индивидуальной программой реабилитации ребенка)
- принцип безопасности;
- принцип соответствия средовых условий организации туристско-краеведческих мероприятий (при оборудовании среды проведения мероприятий необходимо учитывать физическое состояние ребенка);
- принцип доступности (планируемые физические и психические нагрузки должны соответствовать уровню подготовленности детей)
- принцип комплексного воздействия (при организации мероприятий должны быть предусмотрены средства воздействия, как на физический, так и на психический компонент здоровья ребенка);
- принцип активности (организуемая туристско-краеведческая работа должна стимулировать инициативность и активность ребенка).

Участие в туристско-краеведческих мероприятиях позволяет вовлечь ребенка в процесс самовоспитания, приобретения навыков вести самостоятельный образ жизни, быть достаточно свободным и психологически независимым. Привлечение детей с ограниченными

возможностями к туристско-рекреационной деятельности может являться эффективным средством их социальной реабилитации.

**АННОТАЦИЯ**

**РОЛЬ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕАБИЛИТАЦИИ  
ДЕТЕЙ С ФИЗИЧЕСКИ ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ**

**Гайдамак Ю.А., Карасёв И.Е.**

Статья посвящена очень важной проблеме – реабилитации детей с ограниченными физическими возможностями с помощью туристско-краеведческой работы. Авторы вычленяют факторы туристской деятельности, способствующие реабилитации детей, обозначают принципы, которые необходимо соблюдать при разработке туристско-краеведческих мероприятий для детей с ограниченными возможностями.

**ABSTRACT**

**THE ROLE OF TOURISM AND LOCAL HISTORY ACTIVITY  
IN THE REHABILITATION OF CHILDREN WITH PHYSICALLY DISABLED**

**Gaydamak J.A., I.E. Karasev**

Article is devoted very important for today to a problem – rehabilitation of children with limited physical opportunities by means of tourism and local history work. Authors isolate the factors of tourist activity promoting rehabilitation of children, designate the principles which need to be observed when developing tourist and local history actions for children with limited opportunities.

### 1.3 ДОКЛАДЫ И ТЕЗИСЫ СТУДЕНТОВ

(совместно с научными руководителями)



#### ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ РОССИИ

Назаренко Н.М., Косолапов А.Б.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

Туристский бизнес вообще и в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР) в особенности в значительной степени подвержен влиянию изменений, происходящих во внешней экономической, политической и социальной среде. Среди этих изменений особая роль принадлежит геополитическим аспектам. Не затрагивая проблемы спорных северных территорий, политику закрытости, характерную для КНДР и другие известные проблемы современности в АТР, остановимся на анализе трендов развития регионального туризма и возможных изменениях в направленности и структуре туристских потоков при усилении государственного регулирования туристской сферы.

Дефолт августа 1998 г., мировой экономический кризис 2008 г. выявили две особенности состояния российского туристского бизнеса: с одной стороны, уязвимость и зависимость от внешних экономических и политических факторов, с другой - его относительную устойчивость по отношению к неблагоприятным внешним обстоятельствам. Эти особенности характерны не только для российского туризма и будучи интернациональными, определяют важную роль краткосрочных прогнозов развития сферы регионального туризма для выяснения его роли в системе хозяйственных связей, как дальневосточного региона, так и стран АТР.

Выполненный нами прогноз региональных трендов развития туризма до 2017 г. показывает, что при условии неизменности геополитической ситуации, сложившейся к настоящему времени на Дальнем Востоке России, изменения в распределении туристских потоков между регионами, характерные для сегодняшнего дня, сохранятся и в прогнозируемом периоде. Доли Европейского и Американского регионов в числе туристских прибытий сократятся к 2017 г., тогда как доля Восточной Азии и Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) значительно увеличится. Прогнозируемая доля стран АТР увеличится на 18,2%, что соразмерно уменьшению доли Европейского региона. Минимальный прогнозируемый уровень годового роста числа туристов в период 2013-2017 гг. составит 2,5% для Европы, а максимальный - 7,8% для АТР. В других регионах мира прогнозы на период 2013-2017 гг. также показывают незначительный рост: в Южной Азии - 6,1%, в Африке - 4,1%, а на Ближнем Востоке - 3,4%.

Предполагается, что значительную часть роста прибытий в АТР обеспечит рост внутрирегионального туризма, который в период с 2013 по 2017 гг. возрастет от 38 до 64%.

Структура и направления туристских потоков не претерпят серьезных изменений. Рекреационные районы с преимущественно сезонной пляжной рекреацией, бальнеологические местности и санаторно-курортные учреждения Приморского края и всего Дальнего Востока из-за высоких транспортных тарифов по-прежнему будут привлекать в основном местных жителей. Ориентация развития специализированных учреждений отдыха, в первую очередь санаторно-курортного комплекса на въездной туризм будет вряд ли возможна из-за низкой конкурентоспособности как местных бальнеоресурсов, так и уровня сервисного обслуживания по сравнению с аналогами в странах АТР. На это, в частности, указывает проведенный нами анализ мнений 12 практикующих врачей относительно лечебных свойств грязей залива «Угловой», активно применявшихся в ранее существовавшем курорте «Садгород» и опрос 56 туристов, посетивших курортные местности КНР, Малайзии, Республики Корея, Вьетнам в 2012-2013 гг. Опрос показал высокую эффективность лечебно-оздоровительных мероприятий, проводимых за рубежом, даже при наличии языкового барьера и принципиально различных подходов к лечению многих заболеваний в европейской и восточной медицине. В этих условиях возможными и перспективными направлениями развития въездного туризма могут стать такие его виды как экотуризм, научный, конгрессный, событийный туризм. Такой прогноз весьма вероятен из-за усиливающегося экономического и социального контраста между приграничными районами российского Дальнего Востока и районами сопредельных стран.

В сфере внутреннего туризма недостаточно высокая эффективность использования рекреационных ресурсов российского Дальнего Востока сдерживается отсутствием нормативно-правовой базы развития социальных видов туристской активности, что предопределяет предпочтения зарубежного отдыха в странах АТР среднего класса россиян и даже низкообеспеченных слоев населения.

Рассмотренные аспекты развития въездного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке могут иметь большее или меньшее значение в зависимости от изменений в государственном регулировании туристской сферы и от складывающейся геополитической ситуации. Так, двусторонний рост туристских потоков между Россией и странами АТР будет увеличиваться при сохранении порядка межвизового обмена туристами, при открытии свободных туристских зон на приграничных территориях России и КНР с облегченными таможенными и визовыми формальностями. Напротив, недостаточное внимание России и сопредельных государств к развитию карантинных служб может привести к длительному ограничению туристских потоков, что показали, в частности, эпидемии атипичной пневмонии и некоторых других карантинных заболеваний.

В идеале сфера въездного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке должна функционировать при соблюдении баланса между экспортом и импортом туристских услуг. Однако в настоящее время в России туристский импорт является преобладающим. По туристским импортом страны подразумеваются деньги, потраченные ее гражданами во время

зарубежных поездок, оплата ими транспортных расходов и других услуг в странах пребывания, а также оплата дивидендов иностранным инвесторам индустрии туризма. Разница между доходом страны от экспорта туристских услуг и стоимостью импорта туристских услуг представляет туристский платежный баланс, который может быть отрицательным (дефицит) и положительным. В случае большого дефицита происходит отток денежных ресурсов страны. Поэтому не только малые страны, но и такие промышленно развитые государства, как США, Англия и Германия, стремятся к увеличению доходов от туризма и принимают меры для привлечения в страну иностранных туристов.

Изменение сложившейся ситуации в туристском платежном балансе на российском Дальнем Востоке возможно как при улучшении социально-экономической ситуации в России и дальнейшем развитии туристской инфраструктуры, так и при эффективном использовании геополитических преимуществ, которые будут усиливаться при повышении внимания государства к проблемам развития въездного и внутреннего туризма.

**АННОТАЦИЯ**  
**ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ**  
**РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ РОССИИ**

**Назаренко Н.М., Косолапов А.Б.**

Рассмотрены статистические тенденции изменения туристских потоков в среднесрочном периоде (до 2017 г.). Сделан вывод о возможной оптимизации регионального туристского платежного баланса при повышении внимания государства к проблемам развития въездного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке России.

**Ключевые слова:** туризм, региональные тренды, платежный баланс.

**ABSTRACT**  
**GEO-POLITICAL AND SOCIO-ECONOMIC BACKGROUND**  
**OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE FAR EAST RUSSIA**

**Nazarenko N.M., Kosolapov A.B.**

Considered statistical trends in tourist flows in the medium term (up to 2017). The conclusion about the possible optimization of the regional tourism balance of payments increased government attention to the problems of the development of inbound and domestic tourism in the Far East of Russia.

**Keywords:** tourism, regional trends, the balance of payments.



## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ<sup>1</sup>

Долгова А.Е., Косолапов А.Б.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

В настоящее время внутренний туризм слабо развит как в Приморском крае, так и в России в целом. Существует ряд проблем, которые препятствуют развитию туризма в Приморском крае.

1. Окружающая рекреационная среда значительно загрязнена. Многие пляжи Владивостока и пригорода непригодны для купания и отдыха, так как не соответствуют требованиям Роспотребнадзора. Вода грязного цвета, неочищенная от морских водорослей. Огромные территории пляжей, рассчитанные на большое количество отдыхающих, не имеют достаточного количества мусорных баков, урн и биотуалетов. Наглядным примером может быть пляж для отдыха в Уссурийском заливе «Шамора-2». Пляж загрязнен растительным мусором, не установлены мусорные баки.

Также на пляже большая проблема с туалетами в зоне отдыха, количество отдыхающих на которой может достигать одновременно полутора – двух тысяч человек. При этом двух биокабинок недостаточно, т.к. по санитарным нормам на каждые 70 отдыхающих должна быть установлена одна кабинка. Поэтому жители Приморского края, имеющие финансовые возможности, в большинстве случаев предпочитают отдых за рубежом, где чистое и теплое море, песчаные обустроенные пляжи.

2. Слабо развита туристская инфраструктура. На территории Приморского края недостаточно комплексных развлекательных центров, парков отдыха, детских игровых центров. В результате невозможно существенно увеличить развитие иностранного туризма и привлечь туристов в Приморский край из других регионов России.

3. Нехватка квалифицированных кадров, которая препятствует полноценному развитию туризма.

Пути решения проблем.

Прежде чем принимать отдыхающих, необходимо провести обследование и очистку дна водоемов в зоне купания, оградить эту зону буйками, выделить место для купания детей. Дно должно быть очищено не только от бытового и промышленного мусора, но также от острых камней, водорослей и ила.

На пляж необходимо завозить чистый песок, выполнять ремонт и дезинфекцию раздевалок, душевых, туалетов. Необходимо наличие скамеек, лежаков и прочих атрибутов пляжного отдыха. На территории пляжа обязательно должны располагаться фонтанчики с питьевой водой.

---

<sup>1</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum»

На расстоянии 40 метров друг от друга должны быть установлены урны, заключен договор на постоянный вывоз мусора, организована регулярная уборка территории.

Для развития туристской инфраструктуры необходимо привлекать иностранных инвесторов.



## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В Г. ВЛАДИВОСТОКЕ<sup>2</sup>**

**Осипова В.И., Косолапов А.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Развитие туризма в Приморском крае – одна из первоочередных задач, входящих в общий экономический блок развития региона. Реализация приоритетных федеральных и региональных проектов в рамках подготовки к саммиту АТЭС позволило в короткие сроки построить многочисленные объекты транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры.

Можно отметить следующие важные шаги по развитию Приморского края как центра Российского и международного туризма:

- создание игорной зоны «Приморье» на территории Артемовского городского округа, что, безусловно, привлечет в Приморский край большое количество туристов;
- создание на территории острова Русский туристско-рекреационной особой экономической зоны;
- организация крупных международных и региональных деловых, спортивных и развлекательных мероприятий: Тихоокеанского экономического конгресса, Международного конгресса рыбаков, международного кинофестиваля стран АТР «Меридианы Тихого», Международного правового форума стран АТР и др.

Владивосток – современный, динамично развивающийся мегаполис с развитой туристической инфраструктурой. Однако остается открытым вопрос – насколько она развита и для кого? Действительно, сегодня горожане и гости столицы Приморья имеют возможность хорошо отдохнуть, практически не покидая пределов Владивостока. К услугам отдыхающих многочисленные базы отдыха. Однако насколько туристическая инфраструктура соответствует международным стандартам и окажутся ли туристские услуги привлекательными для иностранных гостей?

Можно привести пример строительства пятизвездочных отелей. Несмотря на огромные капитальные вложения (затраты на возведение одного отеля составляют около 7,52 млрд рублей), по мнению экспертов, принимавших участие в общественных слушаниях по

---

<sup>2</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

использованию объектов Саммита АТЭС (Владивосток, декабрь 2012 г.), отели вряд ли будут соответствовать заявленной категории из-за многочисленных отклонений от проекта.

Широко разрекламированный комплексный объект «Русский остров» также требует вложения огромных финансовых средств для создания зон отдыха, пляжей и другой туристской инфраструктуры. Мост между материком и Русским островом, безусловно, стал сегодня визитной карточкой Владивостока и всего Дальневосточного региона (стоимость 32,2 млрд руб.), но местные жители нарекли его именем «Мост в никуда». Это название моста широко используется в социальных сетях, в какой-то мере отражающих общественное мнение, поэтому было весьма полезно изучить истоки возникновения такого пессимистического заключения в отношении уникального объекта. Проведенный открытый опрос 35 респондентов 19–20 летнего возраста показал, что практически все они (91,4%) считают неоправданными такие высокие затраты при неопределенности дальнейшего развития инфраструктуры острова. Указанный пессимизм, как оказалось, возник в связи с многочисленными проблемами, сопутствующими строительству и вводу в эксплуатацию кампуса ДВФУ, океанариума, очистных сооружений и других объектов острова Русский.

Таким образом, огромные финансовые средства, вложенные в развитие инфраструктуры Владивостока, несомненно, оптимизировали социально-экономическую сферу города, однако на притоке туристов эти преобразования пока не отразились. Принимаемая как обыденность мосты, транспортные развязки, средства размещения, иностранные туристы хотят видеть во Владивостоке уникальный туристский продукт, не имеющий мировых аналогов, однако такого продукта в настоящее время нет.

Для обеспечения системного развития туристического комплекса г. Владивостока необходим взвешенный подход к решению задач по формированию современной материально-технической базы туризма, разработке и реализации рекламно-информационного обеспечения туристской сферы, развитию международного и межрегионального сотрудничества в области туризма, совершенствованию региональной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров.



## **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЕТСКИХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТУРОВ<sup>3</sup>**

**Худякова А.О., Бартовщук В.И., Косолапов А.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Современный экологический туризм в России еще не приобрел широкую популярность среди школьников и студентов, предпочитающих виды отдыха, связанные с развлечениями. Однако наблюдается стабильный рост желающих отправиться в путешествие по местам дикой

---

<sup>3</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

природы. Это показывает статистический анализ, который был проведен в ходе изучения привлекательности детских экологических туров в 2012 г. Были опрошены 50 родителей школьников и 16 учителей средних школ г. Владивостока. Все они отвечали на вопросы, касающиеся экологического туризма.

Результаты анкетирования показали следующее.

1. Учителя (16 анкет). Все респонденты отметили, что имеют возможность выезжать на природу. Однако выборочный опрос показал, что эта возможность реализуется очень редко, прежде всего, из-за возрастных ограничений, поскольку 50% из них находятся в возрастной категории более 50 лет.

Все учителя подтвердили знание целей и задач экологического туризма, но большинство из них (15 чел. из 16) в задачах экологического туризма видят только отдых, общение со сверстниками и развитие командного духа. Между тем, экологический туризм в его классическом понимании не связан с этими составляющими отдыха на природе.

Учителя считают, что ответственным и заинтересованным лицом в экологическом туризме должен быть учитель биологии и природоведения. И лишь один респондент указал, что специальность не имеет значения, главное – это желание работать с детьми. Хотя каждый из школьных учителей (разных предметов) указал, что детям необходимо больше знать о правильном взаимоотношении с окружающей средой, правильном поведении в экотурах. При этом, 80% учителей предпочитают знакомить детей с природой при размещении в здании, а не в палаточном лагере.

Более 60% учителей считают, что для детского экологического тура достаточно 2–4 дней, а 30% хотели бы ограничиться одним днем, т.е. предложить ученикам, не экологический тур, а экологическую экскурсию.

Все анкетлируемые были единодушны, отметив, что развитие детского экологического туризма чрезвычайно полезно и необходимо, а деятельность государства по его развитию оценили как удовлетворительное.

2. Родители (50 анкет). Более половины родителей (38%) утверждают, что не часто выезжают на природу со своими детьми и не посещали ни одного из заповедников Приморского края. Ничего не знают о детском экологическом туризме 82% опрошенных, но к задачам экологического туризма все они отнесли отдых, общение со сверстниками и развитие командного духа.

Доверили бы своих детей учителям, а не квалифицированным инструкторам в роли сопровождающего на маршруте 50% родителей.

На вопрос о предпочтительном виде проживания в экологическом туре, 74% родителей отметили закрытое помещение, они обосновали свой выбор тем, что это безопасно, комфортно и удобно. Несколько родителей (5%) указали на наличие аллергии у ребенка, что, по их мнению, препятствует его нахождению на экологическом маршруте, по крайней мере в период цветения поллинозоопасных растений. Один из родителей отметил, что не хочет, чтобы его ребенок кормил комаров и медведей. За шутливым ответом скрывается особая мотивация,

присущая некоторой части родителей, связанная с особенностями воспитания, присущими определенной части семей («оградительная» педагогика). Но, все же 13 родителей (26%) выбрали палаточный лагерь, обосновывая свое мнение тем, что это настоящий экологический тур, в палатке дети почувствуют себя ближе к природе, приобретут навыки нахождения в таежной местности. Более половины анкетированных лиц (65%) указали оптимальный срок детского экологического тура – 2-4 дня.

Сумма, которую родители были бы готовы потратить на экологический маршрут – до 2 тыс. рублей. Один из родителей был готов потратить более 10 тыс. рублей, но при желании ребенка, а не по принуждению классного руководителя.

Большинство родителей (90%) считают, что детский экологический туризм в Приморском крае необходимо развивать, однако 4 человека (8%) ответили отрицательно, а один респондент (2%) подчеркнул, что экологический туризм ему безразличен.

Имея достаточные финансовые средства, 78% родителей отправили бы детей в зарубежный тур или в оздоровительный лагерь. И только 20% родителей хотели бы, чтобы их ребенок приобщился к экологическому туризму. Один респондент (2%) оставил бы ребенка дома.

3. Дети в возрасте от 12 до 15 лет (60 анкет). Все респонденты отметили, что любят путешествовать и хотели бы, чтобы их сопровождали в путешествиях или родители (40%) или инструктор по туризму (33 %). Остальные затруднились ответить на этот вопрос.

Практически все опрошенные дети (75%) ничего не знают о детском экологическом туризме. Однако, больше половины детей (58%) хотели бы посетить экологический тур. В вопросе о количестве дней путешествия дети не смогли прийти к общему мнению. Одинаковое количество голосов было отдано как за однодневную поездку, так и на 2-4 дня, 5-8 дней и более 8 дней.

Все дети указали, что бывали хотя бы в одном из заповедников Приморского края.

На вопрос о предпочтительном виде проживания в экологическом туре дети единодушны с мнениями учителей и родителей. 75% детей выбрали проживание в здании.

Исследование анкет показало, что в целях экологического туризма дети видят отдых и общение со сверстниками (75% опрошенных). 14 человек отметили, что хотят научиться правилам пребывания на природе. Также несколько человек указали, что не хотят никуда ехать.

Таким образом, результаты анкетного опроса показали выраженную заинтересованность учителей средних школ и родителей в развитии экологического туризма. Однако большинство респондентов не имеют достаточно четкого представления ни об экотуризме, ни о его целях и задачах. Поэтому для развития детского экологического туризма необходима его информационная поддержка, направленная на учащихся, родителей и учителей, и преимущественное предложение со стороны турбизнеса не экологических туров, а экологических экскурсий.



## ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИСТОРИКО-СПОРТИВНОЙ ИГРЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ, КАК ГОРОДСКОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА<sup>4</sup>

Негода Н.В., Гущина М.В.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
филиал в г. Уссурийске

Организация выездов детей школьного возраста в туристских целях необходима для их полноценного развития и интеграции в общественной жизни. В связи с этим проектирование историко-спортивной игры для школьников очень актуальное городское мероприятие детского туризма.

Проведение данного рода мероприятия в Международный день туризма знакомит школьников с туризмом и его профессионалами. Концепция игры разрабатывается и обсуждается в ходе «мозгового штурма», где итогом становится определение мероприятия как историко-спортивной игры.

В качестве целевой аудитории избраны школьники старших классов, так как, они обладают необходимыми знаниями для участия в игре, а так же проучившись, долгое время вместе способны создать сплоченную команду.

В качестве места проведения игры выбран историко-ландшафтный парк «Изумрудная Долина». Руководство парка оказывает необходимую поддержку в проведении мероприятия.

Для проведения историко-спортивной игры «Тайны Изумрудной Долины» необходимо получить разрешение в администрации города, и разместить информацию об игре на их сайте, так как данное мероприятие является городским, в нем принимают участие школы города, а они, в свою очередь, получают информацию о запланированных мероприятиях непосредственно с сайта администрации. Помимо всего прочего, без данного разрешения ни одна школа города не имеет права участвовать в игре.

Положение об игре, как официальный документ, в первую очередь утверждается администрацией ДВФУ, а затем согласовывается с отделом образования.

Для эффективного проведения игры более целесообразно пригласить к участию 5 школ города, так как количество мест в предоставленном автобусе ограничено, всего 25, однако, в связи с тем, что интерес к игре гораздо выше запланированного, она проводится в два захода.

К сожалению, даже увеличив количество команд до 10, всех желающих, задействовать, не удалось, так как их оказалось на порядок больше.

Подобный ажиотаж говорит о заинтересованности школ города в занятости учеников во внеурочное время. Но пригласить более 10 команд физически невозможно, так как при организации третьего захода длительность игры увеличивается еще на два часа, и тогда возвращаться школьникам придется уже в темное время суток, что недопустимо.

Для проведения мероприятия и организации награждения участников и победителей

---

<sup>4</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

необходимы финансовые средства спонсоров. Заинтересовать их необходимо с помощью СМИ. Эффективными информационными партнерами, которые публикуют отчет о мероприятии стали газета «Коммунар», новостной Интернет-портал «Золото Уссурийска», а так же сайт уссурийского филиала ДВФУ и us-sk.ru. В качестве спонсоров игры «Гайны Изумрудной Долины» выступили руководство уссурийского филиала ДВФУ, предоставившее автобус для транспортировки участников, книжный магазин «Сталкер», предоставивший призы, а так же кафе «Галерея», предоставившее свежую выпечку для организации чаепития участников. Таким образом, от совершенно разных организаций была получена вся необходимая материальная база для проведения игры.

Данная игра включает в себе соревнования команд в трех областях одновременно, а именно спортивной подготовке, эрудированности и знаниях истории Приморского края, а так же спортивном ориентировании.

Для того, чтобы у всех участников были равные шансы вне зависимости от того насколько хорошо они знают месторасположение объектов, каждой команде предоставляется схема парка, но объекты в ней обозначены в виде рисунков. В качестве пунктов, которые необходимо отыскать участникам, а так же, где им нужно выполнить задания, выбраны 11 объектов, и каждый зашифрован логическими заданиями либо в стихотворной форме. На каждом объекте участники отыскивают задание, только выполнив которое они получают шифр следующего объекта.

Для удобства школьные сопровождающие участников в день игры приглашаются в беседку, в которой располагается финишная точка. Перед игрой школьникам разъясняются правила. В начале игры необходима жеребьевка. Так без предвзятости в соответствие с вытянутым номером команды узнают, с каким куратором им предстоит проходить маршрут. А каждый маршрут, в свою очередь, закреплен за определенным куратором. Несмотря на то, что маршруты разрабатываются с учетом того, чтобы команды не пересекались, тем не менее, это случилось, так как на выполнение заданий участниками требует разное количество времени. И для того, чтобы команды не встречались на пунктах, кураторы команд, искомое место которых еще занято, отводят школьников на расстояние от места и приостанавливают время, а затем возобновляют, когда объект освобожден. Таким образом, удается избежать прослушивания решений заданий.

Игра была спланирована таким образом, чтобы по окончании первого захода не оставалось значительного времени перед вторым набором команд. После финиша команд второго захода, для участников и их сопровождающих от школ организуется сладкий стол и горячий чай. Так поддерживается боевой дух школьников и эффективно завершается игра.

В целом, все задания оказались посильными для участников, за исключением викторины на знания истории Приморского Края, в которой лучшая команда ответила на 7 вопросов из десяти. Что касается заданий на физическую подготовку, то в них лучше всего прослеживается степень сплоченности команд.

Победителем игры становится команда, прошедшая весь маршрут за самый короткий

отрезок времени, при этом набравшая наибольшее количество баллов за выполненные задания, а так же проявившая себя как самая сплоченная.

К сожалению две команды не смогли принять участие в игре, заранее не предупредив об этом, и из-за этого не было возможности пригласить к участию команды, которым ранее отказали, в связи с нехваткой мест. Из всех команд, которые по факту приняли участие в игре, помимо победителей еще четыре поощрены в номинациях «Самая спортивная команда», «Самая эрудированная команда», «Самая сплоченная команда» и «Самая веселая команда». Важно, чтобы все школьники были отмечены теми или иными призами, чтобы не чувствовать себя обиженными. Во время награждения победители и участники поощряются призами, а затем все высказывают свои впечатления по поводу мероприятия. Такая обратная связь необходима для анализа проведенной игры и планирования будущих мероприятий. Положительные отзывы говорят о правильном планировании события. Кроме того, школьники готовы участвовать в игре снова, что характеризует их заинтересованность даже по окончании мероприятия. Для закрепления отношений со спонсорами и информационными партнерами им выражается благодарность, вручаются благодарственные письма.

Подводя итог, можно сказать что цели, поставленные при организации данной игры, были в полной мере достигнуты, а именно, развитие у школьников спортивно-туристских навыков, пропаганда здорового образа жизни, расширение знаний школьников об истории и географии Приморского края, воспитание взаимопомощи, развитие любви к спорту и ответственности за команду. Таким образом, историко-спортивная игра «Тайны Изумрудной Долины» стала как хорошим опытом для организаторов в деятельности подобного рода, так и для участников, обогатив их знания об истории родного края. Для студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» подобная практика и ее анализ являются крайне важными в становлении специалистов.



## **ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ТУРФИРМЫ<sup>5</sup>**

**Шубина А.В., Косолапов А.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,**

**г. Владивосток**

Существует большое количество маркетинговых способов, с помощью которых потребители туристских услуг, повторно обращаются в офисы турфирм. Однако все эти способы в условиях повсеместного распространения интернет-бронирования теряют свою силу. В настоящее время необходим поиск новых технологий привлечения и удержания клиентов, основанные не только на классическом признаке оптимального соотношения цены и качества.

---

<sup>5</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

Рассмотрим некоторые из них.

Многие авиаперевозчики и отели предлагают бонусные программы, предусматривающие различные бонусы за использование услуги. Этот бонус фиксируется на карте клиента, либо на его персональной электронной странице. Эти баллы можно потратить на приобретение новой услуги. Турфирмам следует по возможности использовать опыт бонусных программ, чтобы туристы копили баллы, а при следующей покупке тура тратили их. Баллы могут присваиваться в зависимости от стоимости тура или от количества ночевок в поездке. Вероятно, в итоге турист получит не очень значительную скидку, но все же это окажет влияние на имидж турфирмы.

Часто туристы не только восхищаются поездкой в целом, но у них также остаются теплые воспоминания о группе, с которой они отдыхали. Турфирмам предлагается устраивать «Встречи туристских групп». В дружеской обстановке за чашкой чая туристы будут вспоминать поездки, при этом менеджеры турфирмы могут предложить новые туристские программы.

Крупные турагентства или туроператоры могут создавать консорциумы на основе взаимовыгодного сотрудничества. Например, турфирма может заключить договор с телефонным оператором (МТС, Мегафон) и предложить своим туристам специальный выгодный тариф. Такое предложение особо понравится туристам, выезжающим за пределы Российской Федерации.

Возможна совместная работа турагентств и свадебных салонов. В этом случае в офисе турфирмы должны быть каталоги со свадебными сопутствующими товарами (реклама свадебного салона), а в салоне – каталоги, рекламирующие свадебные путешествия (туры). Необходимо рекламировать преимущество, которым будет обладать влюбленная пара, если приобретет свадебное платье именно в этом салоне, например, при покупке свадебного платья, можно выдавать ваучер с 7% скидкой на двухнедельный тур на о. Бали.

Представляется идеальным союз турфирмы, авиаперевозчика и телефонного оператора. Такой альянс экономически и имиджево выгоден каждой из трех организаций. Если клиент будет удовлетворен обслуживанием и его не подведет телефонная связь, а перелет окажется комфортным, можно с уверенностью утверждать, что он придет в турфирму еще раз. Предлагаемый комплекс услуг должен быть дешевле, чем у конкурентов из-за отсутствия посредников.

Наиболее простым способом является улучшение обслуживания клиентов турфирмы в контактной зоне «менеджер – турист». К сожалению, во многих турфирмах не в полной мере используют потенциал сотрудников, реализующих турпакеты. Менеджер, прежде всего, концентрирует свое внимание на продаже тура, а не на «предпродажном периоде». При качественной и грамотной работе с клиентом, даже если он и не приобретет путевку, информация о турфирме по типу «сарафанного радио» обязательно распространится среди его ближайшего окружения. Это, в конечном счете, приведет к росту обращаемости потенциальных клиентов.

Сегодня, «в эпоху продаж», современных потребителей трудно чем-либо удивить, поэтому турфирмы предпочитают работать со своей постоянной клиентской базой и ведут

«войны» за потенциального клиента. На фоне новых технологий бронирования, рекламных акций, методов продаж, персонал турфирм часто упускает важный момент при продаже туристского продукта, а именно, улучшенное обслуживание. Персонал должен четко понимать, что реализация тура происходит не в момент подписания договора о реализации турпродукта, а в момент его формирования. Следовательно, менеджеры должны грамотно «вести» своего клиента при разговоре с ним по телефону, при личной встрече, при общении в сети интернет. Сотрудники турфирм должны стать не столько «продавцами», или как они себя называют «продажниками», сколько компетентными, сопереживающими участниками выбора и реализации тура. Когда клиент приходит в офис и его профессионально обслуживают, не отвлекаясь, не используя сленга, он подсознательно формирует свое представление о компании и понимает, что обратившись повторно, он может быть уверен в отличном обслуживании. Таким образом, главным способом формирования клиентской базы является улучшенное обслуживание, хотя не следует пренебрегать и другими технологиями, рассмотренными выше.

**АНОТАЦИЯ**  
**ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ТУРФИРМЫ**  
**Шубина А.В., Косолапов А.Б.**

Предложены технологии оптимизации работы туристической фирмы, основанные на применении современных компьютерных технологий продаж, привлечении партнеров, оказывающих сопутствующие услуги, а также на основе «принципа сопереживания».

**Ключевые слова:** постоянные клиенты, бонусные программы, дополнительные услуги.

**ABSTRACT**  
**TECHNOLOGY CREATE A GROUP**  
**OF LOYAL CUSTOMERS BY THE TRAVEL COMPANY**  
**Shubina A.V., Kosolapov A.B.**

Proposed technology optimization travel company, based on the use of modern computer technology sales, attracting partners that provide related services, as well as on the basis of the principle of «empathy».

**Keywords:** regular customers, bonus programs, and additional services.



**АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С  
ОГРАНИЧЕННЫМИ ЖИЗНЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ НА  
ПРИМЕРЕ УССУРИЙСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА**

**Вышкварок Е.Ю., Овчаренко Н.П.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

В настоящее время численность людей с ограниченными жизненными возможностями свыше тринадцати миллионов человек – около 9,2% населения. Особенно рост числа инвалидов значителен за последние три года. Это обусловлено многими факторами, важное место среди которых занимают сложная социально – экономическая ситуация, ухудшение экологической обстановки и демографические процессы.

В наше время туризм во всем мире является средством познания окружающего мира, отдыха, оздоровления, спорта. В систему туристских мероприятий ежегодно вовлекаются десятки миллионов людей, и во многих странах туризм стал важным сектором экономики, занимая в общем мировом экспорте третье место.

Туризм для лиц с ограниченными возможностями – это наименее изученное направление туризма в целом. Оно является сравнительно новым, но динамично развивающимся. Социальная значимость туризма для особых категорий населения обусловлена тем, что число лиц с различными видами ограничения возможностей непрерывно растет, а общество нередко отторгает людей с особенностями развития и отклонениями в состоянии здоровья. Отношение к инвалиду зависит во многом от того, как часто он появляется в общественных местах. Некоторые инвалиды выходят на улицу всего несколько раз в год, в результате чего, у многих инвалидов формируется замыкание в себе, социальная апатия, ограничение общения с окружающим миром.

Согласно статистическим данным в Уссурийском городском округе проживает 180 745 человек, из них: 33 760 человек – это люди пожилого возраста, а 12 704 человек – инвалиды разных категорий. Был проведен анализ развития доступного туризма в УГО. Как показало исследование туристского рынка города Уссурийск, реклама любого типа полностью отсутствует в области инвалидного туризма, туров, экскурсий для инвалидов не предлагается ни в одной туристской фирме города. Специальных предложений для туристов особой категории так же нет.

По результатам анкетирования во Всероссийском обществе инвалидов в г.Уссурийск выявлен явный спрос на туристские услуги, а именно, большинство анкетированных положительно высказались за проведение активного досуга за пределами города, при этом путешествовать туристы предпочитают, как своей – уже знакомой компанией, так и заводить новые знакомства во время путешествия. Положительным фактором является то, что люди с ограниченными возможностями готовы часть расходов на путешествия, ведение активного образа жизни взять на себя. Поэтому большим плюсом и помощью со стороны администрации было бы – выделение денежных средств из государственного бюджета или из местного

бюджета для развития туризма в округе.

У большинства людей складывается представление об инвалидах, как о пациентах больниц, кому требуется постоянный уход и противопоказано любое движение. Изменить такое представление в обществе поможет создание доступной среды. Люди с ограниченными возможностями должны жить и работать среди здоровых людей, пользоваться наравне с ними всеми благами, чувствовать себя полноценными членами общества.

Из Паспорта долгосрочной целевой программы "Об обеспечении беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной инфраструктуры, беспрепятственного пользования пассажирским автотранспортом, средствами связи и информации в Уссурийском городском округе на 2010 – 2013 годы", которая разработана на основании Федерального закона от 06 октября 2003 года № 131 – ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и статей 14, 15 Федерального закона от 24 ноября 1995 года № 181 – ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» можно проследить значительный рост удельного веса объектов социальной инфраструктуры, приспособленных для беспрепятственного доступа инвалидов, к общему числу объектов социальной инфраструктуры с 2010 года по 2013 год – с 11,6 % до 36,6%. По данным Росстата на сегодняшний день возросло число инвалидов, вовлеченных в общественную жизнь Уссурийского городского округа с 18% до 42%. Эти данные говорят о том, что среди людей с ограниченными жизненными возможностями много творчески одаренных личностей и людей, желающих активно работать, так же немало любителей туризма. В России редко ставятся вопросы, связанные с их отдыхом, тем более, с активным. Ограничение финансовых средств на социальные программы и здравоохранение привело к снижению качества жизни и развития людей.

Учитывая статистические и демографические данные, можно прогнозировать дальнейшее увеличение инвалидности и если не произойдет улучшения социально – экономической ситуации, то учитывая ухудшение состояния здоровья населения, увеличения количества лиц с хроническими заболеваниями, демографические изменения, можно ожидать, что при сохранении темпов роста числа инвалидов в не столь отдаленной перспективе возникнет угроза «инвалидизации» всей страны.

Становится необходимым улучшение качества жизни инвалидов, повышение общего уровня комфорта городской среды для всех граждан, изменение общественного сознания в отношении проблем доступности инвалидов к объектам социальной инфраструктуры, беспрепятственного пользования туристскими услугами. Ведь такая емкая отрасль, как туризм может стать методом социализации общества, она должна предоставлять возможность реализовывать свои возможности и потребности особой категории туристов в Уссурийске, Приморском крае и с стране, в целом.

Учитывая то, что основной проблемой пассивного образа жизни людей с ограниченными жизненными возможностями является сложное финансовое положение, отсутствие специальных предложений для особой категории граждан в туристских фирмах, нехватка

обученных, подготовленных кадров в этой области, администрации Уссурийского городского округа, общественным организациям необходимо больше внимания уделять развитию туризма. С 2010 г., в рамках реализации долгосрочной целевой программы "Об обеспечении беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной инфраструктуры, беспрепятственного пользования пассажирским автотранспортом, средствами связи и информации в Уссурийском городском округе на 2010 - 2013 годы" выделяются средства из местного бюджета, а так же из внебюджетных источников. Исходя из результатов исследования, помощь Всероссийскому Обществу Инвалидов (ВОИ) оказывают и спонсоры – как финансовую, так и в виде содействия в организации различных спортивных, культурных мероприятий для членов ВОИ.

Таким образом, создание оптимальных условий для воспитания, обучения, успешной коррекции нарушений, социально – трудовой адаптации и интеграции инвалидов людей в общество – относится к числу важнейших задач. В настоящее время существует гарантированная законом обязанность заботиться о потребностях инвалидов, и все чаще эту группу учитывают как важный сегмент рынка. Туроператоры и представители других отраслей туристского бизнеса получают возможность обслуживать крупный и все более возрастающий рынок, одновременно выполняя требования закона. Становится необходимой разработка новых средств социальной реабилитации, ориентированных на расширение возможностей инвалидов. Это не только дало бы инвалидам возможность обеспечивать собственное содержание, но и вносить посильный вклад в развитие общества.

Все выше сказанное, еще раз доказывает, в России растет потребность в развитии инвалидного туризма, он нужен России, как форма реабилитации и интеграции инвалидов в общество.



## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ<sup>6</sup>**

**Наумкина С.В., Барашок И.В.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Согласно новой редакции ФЗ (от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в РФ» самодетельный туризм – «туризм, организуемый туристами самостоятельно» [6]. Понятие претерпело изменения с 1996 г., т.е. в новой редакции отсутствует «активное» составляющее. В статье автор освещает самодетельный туризм в его спортивной форме.

Самодетельный или спортивный туризм - это вид туризма, активного отдыха и спорта, где участники самостоятельно выбирают и разрабатывают маршрут путешествия (похода),

---

<sup>6</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

комплекуют группу, закупают продукты, билеты и снаряжение, и без помощи наемных проводников или инструкторов проходят намеченный путь.

Самодетельный туризм основывается на деятельности добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые издают собственные нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность, проводят походы, туристские слеты и соревнования, издают собственную туристскую методическую литературу и периодические издания. Самодетельный туризм имеет программно-нормативные основы, определяющие направления, характер, содержание туристской общественной практики, требования по овладению туристскими умениями и навыками.

Эта тема актуальна по нескольким причинам.

Во-первых, согласно статье 5, закона «О туристской деятельности на территории Приморского края» самодетельный туризм признается одним из приоритетных направлений туристской деятельности в Приморском крае. Согласно закону «Органы исполнительной власти Приморского края оказывают содействие развитию указанных направлений туризма» [4].

Во-вторых, самодетельный туризм дает широкие возможности для познания мира, прививает интерес к исследовательской работе, а красота природы развивает эстетический вкус. Никакая учёба по книгам не может сравниться с этим непосредственным восприятием живой действительности во время путешествия. Необходимость самому готовить маршрут и осуществлять его на практике вырабатывает активную жизненную позицию, умение выходить из сложных ситуаций. Условия прохождения автономного маршрута, жизнь в коллективе в сложных и, нередко опасных условиях – развивают физические, психологические и нравственные качества.

В-третьих, самодетельный туризм – это база для развития экологического туризма.

Становление и развитие самодетельного туризма в Приморском крае приходится на первые послевоенные годы. Первые туристские кружки и секции открывались в учебных заведениях края и на заводах. Во Владивостоке активно занимались организацией туристской деятельности П.И. Костромин (Дальневосточный государственный университет) и А.М. Борисов (Дальзавод). В 1946 г. был организован и проведен первый многодневный поход школьников по маршруту: с. Анучино – с. Еловка – с. Сергеевка – г. Сучан (ныне г. Партизанск) [9]. В 50-е гг. прошлого века туристские секции работали уже во многих городах и районах края.

Согласно Постановлению ВЦСПС «О дальнейшем развитии туризма» от 20 июня 1962 г. в стране упразднялись Федерации и секции туризма. В Приморье Краевая секция туризма (Краевой турклуб) перешла в подчинение краевого туристско-экскурсионного управления, и к середине 60-х гг. во многих городах и поселках края (Спаске, Лесозаводске, в п. Большой Камень, Кавалерово, Славянка) функционировало несколько турклубов. Во Владивостоке многочисленные секции Дальзавода и Главвладивостокстроя были объединены в турклубы «Горизонт» и «Строитель».

При Краевом совете по туризму и экскурсиям (КСТЭ) были созданы Комиссии по

разным видам спортивного туризма и маршрутно-квалификационная комиссия, в обязанности которой входили вопросы обеспечения безопасности самодеятельных походов (путешествий)

В 1977 г. под эгидой ВЦСПС были созданы Федерации туризма при областных и краевых советах по туризму и экскурсиям. В Приморском крае на туристской конференции был избран совет Краевой федерации в количестве 60 человек, а затем президиум Федерации в составе 13 человек. Федерация туризма разрабатывала планы массовых туристских мероприятий, контролировала работу краевых комиссий по видам туризма, в том числе и самодеятельного.

Открытие Краевой Федерации активизировало развитие туристской деятельности. За первых 4 года деятельности Федерации было подготовлено около 20 тыс. «значкистов» «Турист СССР»; проведено 14 семинаров по подготовке туристских кадров. В районе бухты Шамора (мыс Крутой) была построена база для сдачи нормативов ГТО по самодеятельному туризму. Ежегодно в мае проводился Краевой слет туристов, в котором участвовало до 700 туристов.

На развитие самодеятельного туризма в период работы Краевой Федерации из средств профбюджета выделялось 60–70 тыс. рублей в год. Эти средства целевым назначением шли на работу турклубов, проведение массовых туристских мероприятий, подготовку кадров, пропаганду туризма, проведение совещаний.

В 1990 г. на смену Федерациям туризма пришел туристско-спортивный союз (ТСС) – общественная организация.

Современный этап развития туризма в нашей стране начался с распада и преобразования государственных структур России. Таким образом, с января 1992 г. профсоюзный туризм перестал существовать, как и Советы по туризму и экскурсиям. Это поставило самодеятельный массовый туризм на грань исчезновения. В 90-е гг. прекращено централизованное финансирование самодеятельного туризма. В настоящее время самодеятельный туризм находится на самофинансировании за счет разнообразной коммерческой деятельности. Претерпела изменение и система управления в данной сфере. В 1993 г. самодеятельный спортивный туризм «перешел» в систему Госкомспорта России. С 2000-х гг. руководство спортивным туризмом в стране осуществляется Федеральным агентством по физической культуре и спорту.

В Приморском крае единственным коллективным членом и представителем туристско-спортивного Союза России является краевая общественная организация «Приморская федерация спортивного туризма» (ПФСТ), которая объединяет спортивно-туристические клубы и организует большую часть соревнований, имеющих отношение к спортивному туризму в Приморском крае. Председателем Совета федерации является В.В. Шкрябин. В плане ПФСТ на 2013 г. обозначено 20 мероприятий организуемых федерацией, кроме того участие в официальных спортивных мероприятиях Дальневосточного Федерального округа, Всероссийских и международных официальных спортивных мероприятиях, а также прохождение маршрутов различных направлений.

Анализируя деятельность ПФСТ за предыдущие годы можно отметить положительную

динамику:

2008 г. – 9 мероприятий. А также школа по подготовке туристских кадров спортивного туризма.

2009 г. – 10 кубков, первенств и чемпионатов, 3 семинара.

2010 г. - 10 кубков, первенств и чемпионатов, а также подведение итогов спортивного сезона 2008-2009 г. по дистанции «маршрут», и прохождение маршрутов различных направлений и категорий в течение года.

2011 г. – 12 кубков, первенств и чемпионатов, а также участие в официальных спортивных мероприятиях Дальневосточного Федерального округа и во Всероссийских и международных официальных спортивных мероприятиях

2012 г. - 16 кубков, первенств и чемпионатов. Участие в официальных Всероссийских спортивных мероприятиях и мероприятиях Дальневосточного Федерального округа, а также в международных официальных спортивных мероприятиях, в том числе «Год Российского туризма в Китайской Народной Республике» [7].

Федерация взаимодействует с департаментами администрации ПК: Департамент физической культуры и спорта ПК, Департамент образования ПК. А вот взаимодействие с Департаментом международного сотрудничества и развития туризма Приморского края отсутствует. ПФСТ является самофинансирующейся организацией, материальная поддержка со стороны государства существует только со стороны департамента физической культуры и спорта ПК, и то только на часть мероприятий.

По состоянию на 2013 г. в ПФСТ состоит 21 клуб. Большая часть клубов сосредоточены в краевом центре, но есть клубы и в с. Воздвиженка, г. Уссурийске, г. Большой камень и г. Арсеньеве. Самыми крупными и активными являются клубы краевого центра - Green Tour (мультиспортивный туристский клуб) под руководством В.В. Шкрябина, туристический клуб «Сплав ВГУЭС», который возглавляет мастер спорта, заслуженный путешественник России, член ПФСТ Г.Г. Кариков. Одним из старейших туристских клубов, основанном в 1966 г., является клуб ГОДОСТ «Владивостокский клуб спелеологов». Руководство клубом осуществляет Д.А. Шкурыгин. Клуб содержит уникальный опыт в организации спелеотуризма и накоплении информации о туристских ресурсах Приморского края. Детское направление в самостоятельном туризме развивают в мультиспортивном клубе «Вершина», который посещают дети в возрасте от 10-16 лет.

С целью оценки современного состояния самостоятельного туризма в Приморском крае автором было проведено интервьюирование. Мнения респондентов неоднозначны. В.В. Шкрябин: «Сложный вопрос, на него можно долго разглагольствовать... Если кратко, то в зачаточном состоянии...». Д.А. Шкурыгин: «За последние 10 лет видно развитие. Увеличивается количество проводимых мероприятий по спортивному туризму, увеличивается количество людей принимающих в них участие, повышается уровень судейского персонала. Повышается уровень инструкторского состава, занимающегося подготовкой кадров по спортивному туризму. Повышается опыт, дающий возможность посещать самые глубокие

пещеры мира. Но все это держится на инициативе отдельных лиц, заинтересованных в том, чтобы спортивный туризм был».

Согласно вышеприведенной информации можно сделать вывод, что современное состояние самодеятельного туризма в Приморском крае можно оценить как удовлетворительное, что совершенно не соответствует понятию приоритетного направления. Самодеятельный туризм в Приморском крае развивается отдельно от туризма и воспринимается как спорт, финансирование практически отсутствует, что опять же противоречит упомянутому в законе № 45-КЗ пункту о содействии развитию приоритетным направлениям туризма. Намечилась положительная динамика, которая видна в количестве клубов и проводимых мероприятий, но все это по большей части существует благодаря неравнодушным энтузиастам, любителям своего дела.

Практически каждый день на рынке Приморья появляются новые туристские предложения, касающиеся зарубежных стран. Что же касается Приморского края практически все турфирмы, работающие на рынке внутреннего туризма, предлагают дублирующие туры, отличающиеся только продолжительностью, ценой и разнообразием программы. Новые предложения появляются крайне редко, хотя туристские ресурсы Приморского края, намного богаче того, что предложено. Маршруты, разработанные клубами могут быть взяты за основу развития экологического туризма в Приморском крае, а члены клубов привлечены в качестве инструкторов, поскольку работа на экологических маршрутах различных категорий требует не только стандартных способностей руководителя туристской группы, но и специальных знаний и умений.

Остается лишь вопрос взаимодействия, ответственности и безопасности, которой иногда пренебрегают туристские фирмы, и которая стоит на первом месте для спортивного туризма. И если наладить это взаимодействие, то можно добиться стабильного развития внутреннего туризма в Приморском крае и повышения профессионализма работников туристских фирм, работающих на внутренних маршрутах.

#### **Литература**

1. Владивостокский клуб спелеологов. URL: <http://www.cavingclub.ru/> (дата обращения: 11.03.2013).
2. Грицак Ю.П. Организация самодеятельного туризма: учебное пособие. – Харьков: Экограф, 2008. – 164 с.
3. Мультиспорт в Приморье [Электронный ресурс]. URL: <http://multisport.primkrai.ru/> (дата обращения: 25.02.2013).
4. О туристической деятельности на территории Приморского края: Закон Прим. края от 18 мая 1999 года N 45-к. [Электронный ресурс]. URL: [www.primorsky.ru](http://www.primorsky.ru) (дата обращения: 24.02.2013)

5. Об основах туристской деятельности в РФ: Закон Российской Федерации от 24 ноября 1996 года, по состоянию на 10 октября 2004 года N 132-ФЗ/Сибирское университетское изд-во, 2004. – 28 с.
6. Об основах туристской деятельности в РФ: Закон Российской Федерации от 24 ноября 1996 года, в редакции от 03.05.2012 N 132-ФЗ Москва, Кремль. [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru/online/](http://www.consultant.ru/online/) (дата обращения: 23.02.2013)
7. Приморская федерация спортивного туризма [Электронный ресурс]. – Электрон. Дан. – Режим доступа: <http://pfst.narod.ru/index.html> (дата обращения: 02.03.2013)
8. Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае на 2011-2016 годы: краевая целевая программа опубликована 16.11.2011[Электронный ресурс]. – Электрон. Дан. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/11/18/primorie-prog-turizm-reg-dok.html>
9. Смирнов, А.Г. Берестовой, А.А. Ходили мы походами... Очерки истории туризма Приморского края. – Владивосток: Русский остров, 2009. – 260 с.
10. Спортивно-туристический клуб Green Tour [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://turizm.primkrai.ru/> (дата обращения: 25.02.2013)
11. Спортивный туристический клуб Вершина [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: <http://vershina.ucoz.com/> (дата обращения: 10.03.2013)
12. Туристический клуб «Сплав». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.vladsplav.ru/> (дата обращения: 08.03.2013)



### **АЗАРТНЫЕ ИГРЫ КАК ТУРИСТСКАЯ УСЛУГА**

**Бакотин С.Б., Овчаренко Н.П.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

С повышением интенсивности труда человека растет и необходимость в полноценном отдыхе. Во всем мире уделяется огромное внимание индустрии туризма и досуга, в частности игорному бизнесу.

Мировой рынок азартных игр с каждым годом развивается – если в 2012 г. общий доход составит около 151 миллиард долларов, то к 2015 г. он может составить около 180 миллиардов. Об этом заявила крупнейшая в мире международная сеть компаний по консалтингу и аудиту PriceWaterhouseCooper (PWC) в отчёте под названием «Глобальная перспектива в области азартных игр», где делаются большие ставки на развитие игровой индустрии на азиатских рынках.

Так, одним из наиболее значимых явлений в индустрии гостеприимства за последние два десятилетия является значительный рост числа казино и переплетение этой деятельности с остальными направлениями развлечения. В результате этого процесса появилось совершенно

новое направление гостеприимства – отрасль азартных игр как часть индустрии развлечений. В связи с этим при динамичном расширении и активизации данного направления по всему миру для людей, кто выбрал себе карьеру в этой индустрии, появляются совершенно новые возможности, которых еще относительно недавно не было совсем.

В настоящее время в Российской Федерации сложилась такая ситуация с игорным бизнесом, когда спрос на данную услугу значительно превышает предложения внутреннего рынка. План-проект правительства Российской Федерации об открытии четырех игорных зон претерпевает обширные затруднения и задержки. Даже игорная зона «Азов-Сити», где уже действуют два казино, не получила необходимый приток туристов в силу неразвитости инфраструктуры, которую должна была обеспечить местная администрация.

Товары-заменители, предназначенные для удовлетворения данной потребности, активно развиваются, однако они не могут полностью заменить весь набор услуг, предлагаемые в игорном комплексе. Игроки хотят получить внутреннее удовлетворение от того, как они сами ставят фишки на стол. Они хотят очутиться в месте, которое пропитано духом соперничества и азарта. Для многих казино – это не способ заработать и испытать свою удачу, это место отдыха и релаксации со всем набором дополнительных услуг.

Социальный опрос показал большое число игроков с Дальнего Востока, желающих насладиться игрой в комфортных условиях. А учитывая то, что игроки предпочитают туры общей протяженностью не более недели, также комфортные условия транспортировки, была выявлена объективная необходимость и коммерческий потенциал формирования игорного тура в игорную зону «Макао».

В настоящее время Макао является самой большой игорной зоной в мире. Ежедневно её посещают тысячи туристов и игроков. В ней проходят самые крупные соревнования по покеру и другим карточным играм. Самое большое и роскошное казино в мире, находится именно в данной зоне. По объективным причинам, жители Дальнего Востока не испытают сильный культурный шок, которого опасаются жители европейской части России, в силу знакомства с Китаем на приграничных территориях.

Таким образом, индивидуальный тур в игорную зону Макао для VIP-туристов с отправной точкой в городе Владивостоке, имеет огромный коммерческий потенциал в силу наличия платежеспособной аудитории, желающей прикоснуться к наивысшим стандартам обслуживания в казино и игорных домах. А отсутствие конкуренции на местном рынке, а также грамотная маркетинговая кампания позволят привлечь клиентов с минимальными затратами для турфирмы.

Даже после открытия игорной зоны «Приморье», на Дальнем Востоке останутся игроки, которые захотят посетить казино в Макао, а, следовательно, коммерческий потенциал тура не исчезнет.

Результаты исследования показали также, что в Российской Федерации растет рынок азартных игр онлайн. Для большинства пользователей именно покер занимает значимое место в их жизни. Однако нечеткая система налогообложения и недоступность рынка азартных услуг

снижает доходный потенциал этих игроков для нашей страны.

В свою очередь, деятельность Poker-room может внести изменения в перспективы развития рынка азартных игр, как туристкой услуги, а также всей структуры индустрии азартного дела в России.

Для эффективного развития данного направления на рынке азартных игр, можно предложить следующие рекомендации:

1. С глобальным ростом азартных игр в интернете, необходимо рассказывать игрокам и другой общественности о безопасности, законности и привлекательности тех или иных интернет-сайтов.

2. Заключение контрактов между казино и poker-room о совместном проведении турнира, позволит привлечь большее число профессиональных игроков, vip-клиентов и обычных игроков.

В этом смысле poker-rooms представляют собой для казино глобальную платформу для привлечения игроков, для развития игровой зоны.

Игра в покер является доходным бизнесом. Турниры стали значительно крупней и масштабней с призовым фондом в несколько миллионов долларов.

В наше время игра в покер получила сильную информационную поддержку: покерные мероприятия транслируются по телевидению, покерные баннеры находятся на различных сайтах, покерные сайты освещают самые последние новости из мира покера, выпускаются покерные журналы, книги. В покер играют люди разного возраста, от 18 до 60 лет и более. Покорив столицы и крупные города, игра в покер переместилась на периферию. За покерным столом в poker-room вы можете встретить игроков с самых отдаленных мест.

На прошедшем турнире WSOP 2010 в Лас-Вегасе количество участников превысило 7 тысяч. Вступительный взнос составил \$10000. А средняя сумма денег, потраченных на размещение, питание и дополнительные услуги, составила 4300\$. Как показывает практика, большинство игроков узнали об этом турнире и выиграли invate-ticket's именно через poker-room.

Игровая зона «Приморье», при поддержке правительства и частных инвесторов, может составить конкуренцию «Жемчужине Азии» Макао. В настоящий момент существуют предпосылки для заключения договоров с гигантами онлайн-гейминга как: PokerStars, FullTiltPoker, PartyPoker.

3. Российской Федерации необходимо создать легальную основу для игры на poker-rooms. Грамотная система налогообложения позволит получать доход от всех игроков, независимо от их местонахождения. Такая система обеспечит каждому гражданину РФ легальную возможность получать удовольствие от игры в азартные игры, а государство получит дополнительные налоги, и будет полностью контролировать игровой бизнес.

Сейчас деятельность poker-room законодательством Российской Федерации не контролируется. Не существует статей в Налоговом Кодексе, которые регулируют отношения между государством и poker-room, государством и игроком.

Poker-rooms, расположенные за рубежом, не платят государству РФ налогов и не покупают лицензии на занятие игорным бизнесом на территории нашей страны. Это ведет к большим денежным потерям и оттоку средств.

Согласно статистике сайта [rokertableratings.com](http://rokertableratings.com) общее количество российских игроков в трех самых популярных poker-rooms превышает свыше 250000 игроков, а если учитывать и периферийные сайты и покерные сети, то число может достигнуть 400000 игроков.

### **Литература**

1. О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 244-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2007. - № 1 (ч I.), 1 января. - ст. 7.

2. ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. – Введен в действие от 15 дек. 2009 г. - Москва: Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии; М.; Изд-во Омега-Л, 2010 г. – 20 с.

3. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. – Введен в действие от 30 ноября. 2010 г. – Москва: Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии; М.; Изд-во Омега-Л, 2010 г. – 23 с.

4. Черника Д.Г. Налоги и Налогообложение: учеб. пособие. – М. : Юнити, 2010. – 367 с.

## **ПЕРСОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВРЕМЕНИ МЕНЕДЖЕРОВ ТУРФИРМЫ (НА ПРИМЕРЕ ЯПОНСКОЙ СИСТЕМЫ КАЙДЗЕН)**

**Шевчук А.А., Косолапов А.Б.**

**ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

Кайдзен – японская философская и практическая система управления персоналом, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, управления. Само слово кайдзен переводится как «хорошее изменение», свое же современное значение слово получило в 1951 г., когда Лоуэлл Меллен в составе американской группы Экономического и Научного развития представил в Японии фильм «Улучшение (производства) в четыре шага», в переводе на японский «Kaizen e no Yon Dankai». Как философия бизнеса, система кайдзен получила широкое распространение после выхода книги Масааки Имаи «Кайдзен: Ключ к Успеху Японских Компаний». Кайдзен с успехом нашла свое применение в таких областях как здравоохранение, психотерапия, банковское дело и многих других. Помимо применения в сфере бизнеса и производства, система получила свое развитие как стиль жизни и средство личностного роста. В своей книге «Один маленький шаг может изменить вашу жизнь: Путь Кайдзен» Роберт Маурер показывает как адаптировать систему в

личной и в профессиональной деятельности.

Чем крупнее фирма, тем большие издержки терпит предприятие на неорганизованной работе персонала. Так, например, руководство компании Nissan Motors рассматривает предложения от сотрудников, которые позволяют сэкономить хотя бы 0,6 секунды рабочего времени (это время, достаточно, чтобы протянуть руку за инструментом или сделать полшага).

Во внедрении принципов кайдзен необходимо участие всех сотрудников компании: от директора до уборщика. Улучшение рабочего процесса начинается с оптимизации рабочего места сотрудника для экономного распределения усилий, тщательного подбора инструментов для эффективной работы. Основными же принципами системы кайдзен являются непрерывное совершенствование процесса производства и непосредственная вовлеченность каждого сотрудника в работу всей компании, что становится очевидной необходимостью в современном туристском бизнесе, так как крупные туроператоры становятся основными игроками на рынке туристских услуг. На основе этих принципов были разработаны методы оптимизации рабочего процесса и времени:

1. Фокус на клиентах – для компании, использующей кайдзен, более всего важно, чтобы их продукция (услуги) удовлетворяли потребности клиентов.

2. Непрерывные изменения – принцип, характеризующий саму суть кайдзен, то есть, непрерывные малые изменения во всех сферах организации – снабжении, производстве, сбыте и личностных взаимоотношений.

3. Открытое признание проблем – все проблемы открыто выносятся на обсуждение (там, где нет проблем, совершенствование невозможно).

4. Формирование «поддерживающих взаимоотношений» – для организации важны не только и не столько финансовые результаты, сколько вовлеченность работников в ее деятельность и хорошие взаимоотношения между работниками, поскольку это неизбежно (пусть и не в данном отчетном периоде) приведет организацию к высоким результатам.

5. Развитие по горизонтали (личный опыт должен становиться достоянием всей компании).

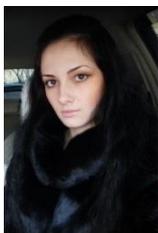
6. Развитие самодисциплины – умение контролировать себя и уважать как самого себя, так и других работников и организацию в целом.

7. Делегирование полномочий каждому сотруднику – передача определённого объёма полномочий каждому сотруднику. Это становится возможным благодаря обучению по многим специальностям, владению широкими навыками и умениями и пр.

8. Стандартизация. (Нужны методы, позволяющие закрепить достигнутый успех)

Система кайдзен привносит в бизнес корпоративную культуру и направленность на непрерывное развитие и эффективный труд. К сожалению, в современной России этим аспектам уделяется недостаточно внимания, что сказывается на продуктивности работы, как крупных организаций, так и малых фирм. В условиях возрастающей конкуренции в сфере туризма, фирма следующая принципам философии кайдзен, при прочих равных условиях имеет значительное преимущество перед конкурентами, что говорит о том, что будущее в туристском

бизнесе у системы кайдзен есть.



## ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СЕРВИСА В СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ<sup>7</sup>

Шкуренко Е.А., Овчаренко Н.П.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

В мощной туристической сфере бизнеса как отдельное направление выделился в последние годы экологический туризм, причем специалисты во всем мире признают его одним из самых перспективных видов туризма. Гостиничный бизнес - не исключение. Во всем мире эко-гостиницы и эко-отели престижны и привлекательны для туристов.

Экологические отели появились как следствие повышенного спроса на естественный природный отдых, который сформировался на гостиничном рынке в последние два десятка лет. Сегодня эко-отели становятся все более популярными и открываются повсеместно. Некоторые из них предлагают услуги в мегаполисах, обеспечивая постояльцам 100% чистую воду, питание и натуральные материалы отделки номеров.

Основные отличия эко-отелей от прочих гостиниц состоят в том, что экологические отели в большинстве своем находятся в заповедных природных зонах. Эко - отели функционируют по принципу гармоничного соседства с природой, не загрязняя окружающую среду продуктами жизнедеятельности туристов. Во всем мире эко-туризм, или, как его еще называют, «ответственный туризм», становится более популярным. В Интернете существует масса предложений по бронированию мест в эко-отелях, где предлагают размещение в таких гостиницах от самого высокого класса до уровня хостела. Главные аспекты, наиболее характерные для эко-гостиниц, условно можно разделить на две группы: это эффективное управление отходами (их минимизация и утилизация) и сокращение использования различных ресурсов (электричества, воды, закупаемых товаров). Именно эти направления легли в основу эко-политики, причем подобные отели всячески информируют клиентов о мерах, предпринимаемых для того, чтобы проживание стало наиболее экологически безопасным.

Однако, эко-отели – это не только безотходное производство и экологически чистые продукты питания. По сути, это гостиницы будущего, применяющие новейшие технологии экономии и регенерации воды и электроэнергии.

Одним из главных элементов эффективно функционирующей системы экологического менеджмента является анализ проводимой и планирование будущей деятельности. Для получения наилучших результатов необходимо оценивать эффективность реализованных мероприятий.

Эко-отели уже завоевали многие страны Европы и Америки и постепенно добрались и до

---

<sup>7</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

России. Гостиницы, придерживающиеся в своей работе экологических принципов, пользуются спросом не только среди ярых защитников окружающей среды. Многие эко-гостиницы располагаются на территории живописных окрестностей, в связи с чем, там любят отдыхать жители многонаселенных мегаполисов. Сегодня многие российские регионы реализуют всевозможные проекты по развитию экологического туризма. Экотуризм считается перспективным туристическим направлением в ряде регионов Сибири и Урала. Богатые природные ресурсы Карелии позволяют создавать на территории республики эко-отели. Экологические гостиницы актуальны для многих заповедных территорий мира.

Актуальность данной работы заключается в том, что в настоящее время, проблемы экологии затронули все сферы человеческой деятельности, в том числе и гостиничный бизнес. Экологические технологии, используемые отелями, не только помогают бережнее использовать природные ресурсы, но и предоставляют эко-отелям конкурентные преимущества перед другими средствами размещения.

Проведенные исследования показали, что экологические услуги являются привлекательными для респондентов. Такой элемент экологического сервиса, как техника, которая способствует сбережению природных ресурсов, является наиболее приоритетной экологической услугой для опрошенных людей (39%). В перечне привлекательных экологических услуг, занимает отделка и оборудование номеров из натуральных, экологически чистых материалов (30%). Определенное место занимают натуральные продукты питания, которые могут быть выращены на собственных гостиничных фермах (20%). Также для респондентов важно и экологическое просвещение(11%). Таким образом, можно сделать вывод, что большая часть опрошенных людей заинтересована в том, чтобы получать экологический сервис в гостиницах.

Исследования также показали, что респонденты заботятся не только о своем экологическом благополучии, но и о сохранении экологии в целом, о сохранении природных ресурсов. Больше половины респондентов (52%) основной функцией экологической гостиницы считают сокращение использования различных природных ресурсов. Также 35% опрошенных основной задачей экологической гостиницы, считают минимизацию отходов. 10% респондентов уверены, что использование экологических технологий позволит гостиницам завоевать конкурентные преимущества среди других гостиниц. На основании этих данных можно сделать вывод о том, что большинство опрошенных людей понимают, в чем заключаются основные задачи гостиниц, которые предоставляют экологические услуги. Притягательность Приморского края для туристов определяется богатыми рекреационными ресурсами, разнообразными ландшафтами, богатым животным и растительным миром, историческими памятниками. Также в наш край приезжает большое количество деловых людей и бизнесменов. Использование экологических технологий в гостиницах Приморья, привлекло бы в наш край еще большее количество туристов, готовых платить немалые деньги за экологические услуги, направленные на заботу о человеке и об окружающей природе.



**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕТСКОЙ СПОРТИВНОЙ СМЕНЫ  
НА БАЗЕ ОТДЫХА «БУХТА ТРОИЦА»<sup>8</sup>  
Перепелица Е.Д., Барашок И.В.  
ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток**

Детский туризм - один из самых массовых видов туризма, который имеет непосредственную связь с социальным развитием и адаптацией ребенка. В советский период детский туризм являлся частью воспитательной, общеобразовательной, оздоровительной системы.

В последние годы в условиях рыночной экономики детский туризм в большей степени стал коммерческим, утрачивая, таким образом, свою сущность. На государственном уровне резко сократилось финансирование детских путешествий всех видов – экскурсионно-туристских, спортивных, культурно-познавательных, сократилось количество загородных оздоровительных лагерей. В сложных экономических условиях оказались учреждения дополнительного образования – Станции юных туристов, Центры детско-юношеского туризма, кружки и секции юных краеведов, юных натуралистов, юных экологов и т.д.

В Приморском крае к 2000 году было зарегистрировано 63 детских оздоровительных учреждений (лагерей), в которых отдохнуло 46,7 тысяч детей. За десять лет количество детских оздоровительных учреждений сократилось и к 2010 году осталось 32 лагеря отдыха, в которых отдохнуло 15,5 тысяч детей, а это в три раза меньше чем 2000 году. В крае, по данным 2011 г., на 179330 детей всего 41 лагерь отдыха. Таким образом, на лицо проблема недостатка учреждений для детского летнего отдыха [5].

В последние годы в центрах детского отдыха большое внимание уделяется программам культурного досуга. Больше стало тематических смен самой разной направленности. Как пример можно привести тематические смены в центрах отдыха детективную - "шпионские секреты" или рыцарскую - "Нарния. Семь рыцарей". В Российской Федерации ведется реализация территориальных целевых программ, направленных на формирование здорового образа жизни граждан. Проводятся мероприятия («Лыжня России», «Кросс Нации») и создаются условия, которые дают возможность населению вести здоровый образ жизни. В связи с тем, что актуальным является обращение к собственному здоровью, просматривается стремление к формированию спортивно-оздоровительных смен. Цель - укрепление и сохранение здоровья подрастающего поколения, создание и внедрение в досуговую сферу детей эффективной системы физического воспитания, ориентированной на особенности развития ребенка [2]. Во многих детских загородных центрах проводят спортивные смены, примером этого служат Всероссийские детские центры «Орленок» и «Океан». На базе этих центров

---

<sup>8</sup> Презентация доклада находится в папке «Presentation\_of\_Forum».

проводятся смены физкультурной направленности «Дети Мира», «На старте Лета» и «Игры Доброй Воли». В Приморском крае в деревне Лукьяновка функционирует единственная детская база отдыха «Ливадийская». Где организуются детские лагеря в две смены по образовательным программам разных направлений: спортивное ориентирование, юный пожарный, юный спасатель, юный эколог.

Проблема недостатка детских оздоровительных учреждений требует поиска новых путей для организации и развития детского отдыха. Одним из вариантов может являться использование баз отдыха, которые в свою очередь испытывают проблему недозагрузки в определенные периоды.

Надо отметить, что в России есть опыт организации детского отдыха на базе туристских комплексов. В Адыгейской автономной области расположена база отдыха «Горная», на территории которой организуется детский лагерь с несколькими видами программ. В Подмосковье проводится детский оздоровительный лагерь на территории базы отдыха «Вымпел».

С целью определения туристской базы, отвечающей требованиям по организации детского отдыха, было проведено исследование. Объектом исследования был выбран Хасанский район как наиболее подходящий по природным и климатическим условиям. Как в целом по краю, так и для Хасанского района характерна проблема нехватки детских оздоровительных учреждений. Были исследованы самые популярные базы отдыха в п. Андреевка и п. Безверхого («Голубая лагуна», «Океан», «ДЭМ Клуб», «Энергетик»). В результате проведенного сравнительного анализа выбор пал на б/о «Бухта Троица». Проведенный SWOT-анализ, позволил выявить сильные и слабые стороны предприятия, и определить стратегию развития базы отдыха – стратегию диверсификации. Таким образом, было предложено для б/о «Бухта Троица» расширение продукта, т.е. открытие детской спортивной смены.

С точки зрения организации детского отдыха преимуществом б/о «Бухта Троица» является наличие большого бассейна с трамплином; качественное и вкусное питание; комфорт и чистота номеров; вежливость и доброжелательность персонала; тишина и удаленность от соседних баз. Привлекательность территории - живописная лесная зона с дубовым парком, в котором находятся беседки, качели, маленькие сады с клумбами из ярких цветов, вся территория украшена элементами декора, небольшими статуэтками мультипликационных героев, а вечером особый шик придают маленькие фонарики и светодиодные деревья. И, конечно же, безопасность: территория базы огорожена забором, база отдыха охраняется охранным агентством ООО «Легат», ведется видеонаблюдение, все здания базы оборудованы противопожарной системой [4].

В то же время база отдыха проигрывает своим конкурентам по следующим параметрам: маленькая доля на туристском рынке; нет спортивной площадки или аквапарка, непривлекательность и неэффективность сайта; влияние сезонности; низкая заполняемость номеров в июне.

Организация детской спортивно-оздоровительной смены с одной стороны позволяет решить проблему детского летнего досуга, с другой стороны – проблему простоя номеров в июне месяце.

Для осуществления данной цели необходимо усовершенствовать территорию базы, а именно разработать и построить универсальную спортивную площадку. Данный объект позволит проводить тренировочный процесс преимущественно для таких видов спорта как каратэ, плавание, художественная гимнастика, баскетбол.

Кроме строительства спортивной площадки, необходимо разработать программу для детско-спортивной смены. Данная программа будет разрабатываться для детей 11-12 и 13-15 лет учащихся Детских юношеских спортивных школ Дальнего Востока.

### **Литература**

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учебное пособие. – М.: «Академия», 2005. – 224 с.
2. Константинов Ю.С. Педагогика школьного туризма: Учебное методическое пособие. 2-е изд., дополненное. – М.: «ФЦДЮиК», 2006. – 208с.
3. Сысоева О.Е. Организация летнего отдыха детей: Учебное пособие. – М.: «Владос», 2006. – 176с.
4. База отдыха «Бухта Троица». – Режим доступа: <http://troica.my1.ru/>
5. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. – Режим доступа: [www.primstat.ru/](http://www.primstat.ru/)
6. Туристический путеводитель по Хасанскому району Приморского края. – Режим доступа: <http://hasan-gid.ru/>.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **Организация детской спортивной смены на базе отдыха «Бухта Троица»**

**Перепелица Е.Д., Барашок И.В.**

Рассмотрены проблемы нехватки детских оздоровительных учреждений в Приморском крае. Проводится исследование баз отдыха Хасанского района, выбирается одна для организации детской спортивной смены.



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ В МУЗЕЕ

Яковец Ю.Г., Овчаренко Н.П.

ФГАОУ ВПО Дальневосточный федеральный университет,  
г. Владивосток

Вопросы воспитания молодежи в духе любви к Родине всегда стояли в центре внимания ученых на протяжении всей истории человечества, и остаются актуальными и по сей день. Ведь одна из серьезных проблем современного общества – отчуждение молодого поколения от отечественной культуры, общественно-исторического опыта своего народа, утрачивание патриотизма как одной из духовных ценностей страны.

Музей как хранитель культурного наследия играет особую роль в развитии, обучении и воспитании человека, в формировании культурной и исторической памяти и связи с прошлыми поколениями. Поэтому его необходимо ввести в сферу жизненных интересов детей. Общеизвестно, что восприимчивость человека к любому феномену культуры зависит от того, насколько рано сформировались его эстетические запросы, навыки восприятия. Это положение вполне может быть перенесено в область музейного воздействия: чем раньше начнется приобщение детей к музею, тем, предположительно, более высоким окажется уровень их музейной культуры в будущем.

Целью работы являлось рассмотрение современных технологий, применяемых в музейной деятельности. Использование интерактивных и мультимедиа-технологий вызвано необходимостью адаптации музеев к новой системе понимания мира. В меняющихся исторических и социальных условиях музеям приходится соответствовать потребностям современного человека и в связи с этим пересматривать и содержание своей работы, применяя новые формы взаимодействия с аудиторией.

Особое значение проблема музейной культуры приобретает в связи с анализом детской аудитории. Интерактивность - это та новая образовательная технология, что дает лучший образовательный результат в современной музейной деятельности, где основным принципом работы является девиз «Пожалуйста, трогайте!».

Анализ деятельности Уссурийского городского музея показал, что в музейной работе с детьми ощущается дефицит творческих решений, нестандартных подходов, новых форм общения младших школьников с культурным наследием. Результаты проведенного исследования показали отсутствие интереса у детей к посещению музея, а также выявили низкую степень вовлеченности родителей и педагогов в нравственно-патриотическом воспитании детей и формирование музейной культуры, то есть осознания ценностного потенциала музея, внутренней потребности посещения музеев, бережного отношения к музейному предмету.

Проведенное исследование позволило разработать интерактивную экскурсию с элементами игры для учащихся младшего школьного возраста.

Выбор внутримузейной экскурсии как формы культурно-образовательной деятельности

для разработки объясняется тем, что, во-первых, это - базовая форма музейно-педагогической деятельности в музее. Во-вторых, ей присуща важнейшая, определяющая ее перспективность особенность – опора на музейный предмет, взаимодействие с музейным предметом; обучение в музее более эффективно, так как в его основе лежит «удивление и переживание» от подлинных вещей.

Содержание экскурсионной деятельности построено с учетом возрастных и психологических особенностей восприятия музейных предметов детьми младшего школьного возраста в возрасте 7-11 лет.

При разработке экскурсии были использованы следующие принципы.

*Интерактивность.* Позволяет создавать в музее особую музейно-образовательную среду, для которой ключевыми являются слова «я сам»: действую, думаю, принимаю решения; дает опыт личного соприкосновения с реальностью истории и культуры через предметный мир. Ребенку предоставляется свободный выбор содержания и форм освоения предмета путем расширения рамок форм музейной презентации.

*Игровая деятельность.* Является ведущей формой познания детьми окружающего мира. Игра вызывает повышенный интерес у детей, они действуют с эмоциональным подъемом, значительно меньше устают. Во время игры активизируется творческая деятельность, дети учатся оперировать знаниями, изменять представления в соответствии с новыми обстоятельствами.

*Диалоговая форма ведения экскурсии* – оптимальное условие развития ребенка, когда из пассивных слушателей они становятся активными участниками происходящего. Диалог, доверительная интонация, беседа, побуждают к совместному обсуждению тех или иных тем. «Давайте поразмышляем... Давайте представим, что... Не знает ли кто-нибудь, как...» – такими могут быть приглашения к серьезной умственной работе перед тем, как экскурсовод изложит группе ход рассуждений, используя подсказку и ответы посетителей.

*Творческая работа* - лучшая форма закрепления и осмысления полученных в ходе экскурсии впечатлений и знаний и к тому же самый естественный для детей способ освоения информации (лепка, рисование, моделирование и т.п.).

Проведенные маркетинговые исследования позволяют выделить основные принципы при разработке и проведении мероприятий в рамках музея.

Во-первых, дети младшего школьного возраста лучше усваивают материал посредством осязания. Им интересно трогать руками, изучать, раскладывать, разбирать. Принцип интерактивности дает опыт личного соприкосновения с реальностью истории и культуры через предметный мир, а главное возможность использовать весь спектр чувств ребенка. В этом возрасте дети сенситивны для развития навыков для обучения, опирающегося на наглядность, в этот период должно развиваться интенсивно творческое воображение.

Во-вторых, игра – ведущая форма музейной работы с младшими школьниками, строится она в форме диалога, где ребенок становится активным участником образовательного процесса. Но учитель и дети должны осознавать, что посещение музея – не развлечение, а серьезная

работа, а поэтому важна серьезная предварительная работа, направленная на эмоциональную подготовку, на расширение знаний и представлений ребенка, на формирование навыков музейного поведения.

В ходе исследования было обнаружено, что педагоги и родители недооценивают значимость музея в образовательном процессе. Хотя преимущество музейного занятия перед школьным очевидно: обучение в музее более эффективно, так как в его основе лежит «удивление и переживание» от подлинных вещей. Музейное занятие позволяет связать школьное обучение с досугом детей.

В-третьих, успех воспитательной деятельности зависит от умения школы и семьи развивать и поддерживать познавательные интересы детей, создавать атмосферу творчества, групповой ответственности для стимулирования интереса ребенка к музею.

Соблюдение вышеперечисленных принципов способствуют всестороннему гармоническому развитию личности каждого ребёнка, повышение качества образования, формирование гражданственности и патриотизма у подрастающего поколения посредством музея, образовательная функция которого является главной.



## **EDUCATIONAL TOURISM<sup>9</sup>**

**Naumkina S.V., Makartseva Y.V.**

**Far Eastern Federal University, School of Economics and Management**

Tourism is a rapidly growing industry, and the same happens with education. Definitions of tourism vary from the point of view we analyze it. Therefore there is no perfect definition for educational tourism either.

According to UN WTO «Tourism - is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal, professional or business purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure.» [12].

So before offering a definition of educational tourism I would like to find out what education is. «Education is the organized, systematic effort to foster learning, to establish the conditions, and to provide the activities through which learning can occur (Smith, 1982:37)». [8].

«Thus educational tourism is the tourist activity undertaken by those who are going on an overnight vacation and those who are part of an excursion for whom education and learning is whether the primary or secondary part of their trip».[8] A basic definition of educational tourism is when someone travels to a unique location, for the purpose of formal or informal learning.)

There is a gigantic amount of articles, books, researches, etcetera about tourism but the

---

<sup>9</sup> Presentation of the report is located in the «Presentation\_of\_Forum».

educational tourism sphere doesn't even have its own article in Wikipedia. Nowadays such an omission can be considered offensive and could give the impression this is an unpopular activity. Just a few researches can be found in this sphere and the only I have found is Brent W. Ritchie "Managing Educational Tourism".

I think this is basically due to the fact that all kinds of tourism can be considered as educational. I would say that every trip is educative, but let's say in most trips people learn something new. When they visit a new country it is learning about customs and ways of life different from their own. And anyhow visiting a new place always implies new information. Therefore there is confusion in definitions and statistics about educational tourism. However, education in other kinds of tourism is mostly a side effect. And as suggested by some current definitions...in educational tourism not seeing, resting, trying or eating but learning is the main purpose.

Educational tourism then comes in a wide variety of formats; in spite of all the differences forms of educational tourism, there are a number of points in common. Among these: the idea that travel is as much about self-improvement as it is about relaxation; that learning can be fun; and that learning is for people of all ages. Check just some kinds of educational tourism below.

«*School trips* are an outing or holiday that a school organizes for schoolchildren».[2]The purpose of the trip is usually observation for education, non-experimental research or to provide students with experiences outside their everyday activities, such as going camping with teachers and their classmates. The aim of this kind of exploration is to observe things in its natural state and possibly collect samples. In western culture, for example, people first come across this method during school years when classes are taken on school trips to visit a geological or geographical spot in order to take a look at the features of the landscape.

*Culture and language study tours* are usually long term trips taken in order to study something, such as a language or culture of another country, or region. These types of tours are provided in a wide range. Language tours offer the ideal way to learn or enhance skills in a foreign language. Communicating with native speakers in their home country, study trips are an excellent way to build confidence in a foreign language. Usually language tours are combined with cultural education. But there are also cultural tours that avoid studying history, art or other components of a country's culture.

*Alternative "spring break" travel experiences.* An alternative break is a trip where a group of colleges engage in volunteer service, typically for a week. Alternative break trips origin can be traced to the early 1980s among college students as a counter to "traditional" spring break trips. Alternative breaks may occur during students' fall, winter, weekend, or summer school breaks. Each trip has a focus on a particular social issue, such as (but not limited to) poverty, education reform, refugee resettlement, and the environment. Students learn about the social issues and then perform week-long projects with local non-profit organizations. Alternative breaks are also drug and alcohol-free experiences, with a heavy emphasis on group and individual reflection. Alternative breaks challenge students to critically think and react to problems faced by members of the communities they are involved with. Being immersed in diverse environments enables participants to experience, discuss,

and understand social issues in a more significant way.

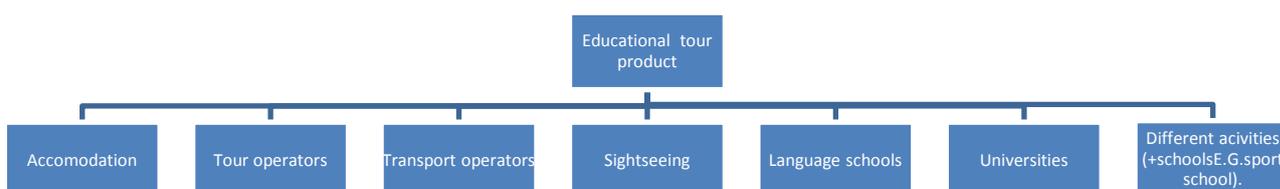
**Seminar Vacations and Senior seminars.** These types of travel experiences especially appeal to those who have recently retired. Programs such as elder hostel provide senior citizens with everything from a chance to learn about arts to lectures on physics or astronomy.

**Skill enhancement vacations.** These are trips that range from learning how to build houses to how to protect the ecosystem. Nations such as Costa Rica have been extremely successful with eco-tourism in which they combine lessons on how to protect the world's ecosystem and the travel experience.

**Educational cruises.** These cruises combine all the fun of a cruise and lectures on specific subjects. Educational cruises have the advantage that people who take them tend to have a common interest and therefore have a greater possibility of making new friends while acquiring new knowledge.

The basic elements of educational tour products are:

**Scheme 1. Basic elements of educational tour product [8].**



Analyzing this scheme we come to the conclusion that to develop educational tourism we don't have to build totally new infrastructures, most of those elements are used by local community or other kinds of tourists, so, we just have to develop and orientate it to educational tourists. Besides this, educational tourism has other benefits, such as:

- Attracting a wide base of consumers who are less satisfied with 'package' vacations.
- Having the potential to create a socially and economically sustainable tourism product that benefits both the region and its visitors.
- Helping rejuvenate tourism throughout the world, celebrating cultures and intermingling of residents and visitors.
- Providing great support for preservation and conservation of the local environment and culture, and creating more meaningful opportunities for residents and visitors.
- One of the most obvious benefits of EduTourism is its sustainable character. It may bring along a continuous flux of visitors generating opportunities for the local population to get directly or indirectly involve in the provision of services.

So in the first part of my article I have analyzed different attitudes towards the definition of educational tourism; talk about the different types; discuss its benefits and main components.

In the second part of my article I analyze how "language and culture study tours" and "Skill

enhancement vacations” are represented in Russia, particularly in Vladivostok.

To find out how educational tours are represented in Russia and Vladivostok I’ve made a research, based on the method of content analyses. I assumed that wide range of tourists now use internet to look for tours. So first I made a request on “educational tours Russia” through google.com. I also assumed that the first two webs are the most popular and viewed. Then within those two pages I choose just tours whose name consisted on the word “education”, or has really educational programs, because most of the answers to the request had just common tours to Russia, or educational tours but not to Russia. Only tours equal or minor to six months were taken into account, because according to the Federal Law of November 24, 1996 No 132-FZ of the touristic activity fundamentals in Russian Federation, tourist is a person who stays in a country or place no more than six month. And I’ve got the following result: (Refer to the table 1).

So among those 2 pages I had found just 5 offers directly related to education. And as we can see most of those tours last no longer than 1 month and they are only available in two central cities of Russia: Moscow and St. Petersburg.

I made a query on “educational tours Vladivostok” for the Second part of the analyses, and it was quite unsuccessful because in the 2 web pages consulted only one educational program was offer (Table 2, line 1).

But this number is too little to make any analyses, so, in order to find out what Vladivostok can offer to foreigners I have checked web pages of Vladivostok universities, being one of the main components of educational infrastructure. There are five universities in Vladivostok: Far Eastern Federal University, Vladivostok State University of Economics and Services, Pacific State Medical University, Marine State University, and Far Eastern State Technical Fisheries University. All of them have English translated version of its home page, but just two of them offer educational tours; let’s don’t forget that programs longer than six months are not considered educational Tourism. The result is represented in the table 2, lines 2 to 6. Universities offer programs on: Russian language and culture; Russian policy; archeology; Russian arts and crafts; and other programs related to the Far East history, its economy, geographical situation and current importance as a transport hub with substantial natural resources, unique local politics and demographics. So according to this one can conclude that the market of educational tourism has some representation in Vladivostok but is still very underdeveloped, and that the city can make a better use of its resources to exploit this kind of tourism more productively.

To understand what kind of tours would be interesting for tourists, what can make them choose Vladivostok over other cities, and what features are important for tourists I have made a survey among my foreign friends on “Facebook”.

Nationalities of respondents are: Chinese, Korean, Colombian, Mexican, Italian and Swedish

The results of the survey are presented below:

1. *If you would go on educational tour to Russia which conditions would be the most important for you? (e.g price, location, content etc.)*

- Price - 16 resp.

- Location (easy to get to, safe, interesting, weather) - 4 respondents
- Program (Teachers, university, certificate, content) – 13 resp.
- Accommodation – 3 resp.
- Length – 2 resp.
- Help with visa – 1 resp.

(So as we can see the most important for most of respondents are price and location, I think Vladivostok can offer better prices than central cities of Russia and also offer good quality, may be unique programs. Within other conditions we also can offer Vladivostok from advantageous perspective of view, for example location is close to Asia-pacific, and if for example FEFU will plan to develop this field it can offer good accommodation in the new campus)

2. *What would make you choose Vladivostok over other cities of Russia? (what kind of things we can offer to make you choose it over other places)*

(Here I didn't analyze statistics of answers I just wanted to look at ideas that people can have and what they know and opinions about Vladivostok. Repeated answers are combined.)

- a. Scholarship, including: Tuition; Lodging (Private room, it could be whether in a student residence or sharing an apartment with other students); Learning Material \*Getting, such as scholarship for sure I would go to study there.
- b. To be honest I don't know anything about Vladivostok, the only cities in Russia that in Mexico we listen are St. Petersburg and Moscow, so it is important to talk about what we can do there, one really important thing is really near of China.
- c. If I choose Vladivostok for educational tour, it may this city is good for living conditions such as safety, public transports, nature environment (temperature) and so on
- d. Vladivostok would be interesting to go too, because it's an important city and still not as well known as Moscow or St. Petersburg. The climate is rather nice; the city is modern and easy to get to.
- e. In reality I don't know why Vladivostok is famous. In general people travel to the capitals of the cities because they are well know and famous.
- f. It would be great if they can provide better facilities, teaching forces and a friendly environment for foreign students.
- g. I don't know much Russia, I can't tell.
- h. This question is very hard to answer because I don't know much about Vladivostok or other Russian cities. As far as I know Vladivostok has a unique history, so this might be its strong point.
- i. The opportunity to study and maybe be certificated.
- j. The university.
- k. It's a beautiful city and it's on the cost I would go on summer.
- l. The culture and the history
- m. I don't know other cities.
- n. The tourist attractions.

3. *What do you think the optimal length for a language tour? (Studying Russian language tour)?*

- 1 month – 3 resp
- 3 month – 3 resp
- 4 month – 2 resp
- 6 month – 7 resp
- More than 6 month, 1 year – 8 resp

(Most of respondents think that Russian is not easy language and so you have to spend more than six month studying it, but I have already mentioned about the barrier that we have for length of tour)

4. *What do you think the optimal length for a “hobby tour”? (tour where you can learn more or practice something that you like to do, for example photography)*

(I rename Skill enhancement vacations into “hobby tour” to make it easier for respondents.)

- 2 – 4 weeks – 7 resp
- 1 month and half – 4 resp
- 3 month – 5 resp
- 4 month – 4 resp
- 6 month – 4 resp

(Most of respondents think that 2 -4 weeks length is perfect for this kind of tours, but difference in amount is not big, so those tours can come in different options of length)

5. *Are you interesting in learning Russian language or culture?*

- Yes (both) – 15 resp.
- No – 1 resp.
- Only culture – 7 resp.
- There also was an interest in engineering and studying methods

(Analyzing this answers we can see that most of respondents are interested in learning Russian language and culture, or at least culture.)

6. *What kind of information or skills you would like to get on a “hobby tour”? (e.g. how to swim, photography, music, surfing, how to fish)*

(Here also completed answers without counting.)

- a. If I join hobby tour, I want to have some experiences in Russia only. For example, Russian Sambo, making Матрёшка, and so on.
- b. I would try to get a feeling for Russian culture and visit historical sites. Hiking tours and swimming would be fun too, but I'd rather do things I already can do, not try to learn something new because it would take too much time that I'd rather spend on getting in touch with people and visiting places.
- c. Snowboarding, Russian Folk dance
- d. Everything in a good package can be really funny, the most of the people when travel like to do several things and not only focus in one or two activities

- e. If I would go to a hobby tour in Russia, I would like to learn things that I can only learn in Russia, for example Russian cuisine, Russian music, Russian myths and legends, and so on.
- f. a practice on engineering
- g. sailing.
- h. surfing.
- i. history tour art .
- j. learn about art and peoples common attractions or traditions

(And this answers has shown us that people mostly interested in a Russian specific of hobbies, and for some of them Russian culture seems to be a hobby.)

In conclusion I want to say that I think Vladivostok has advantageous geographical location, so it can attract tourist from Asia-Pacific and not only, by using the advantages that it's cheaper, faster and more convenient to come here, and not only by offering interesting and unique programs, demonstrating advantages and strong points of the city that it's located close to other interesting countries, that it has interesting history and marvelous natural places, that it's marine city.

According to the survey that I have made people are interested in learning Russian language and culture, and most of their interests in a hobby tour might be presented in Vladivostok. Some of them are already well developed; we just have to turn it into this educational-touristic area. And as we also can see people are ready to come to Vladivostok and some of them think that it would even be better than going to big cities or the capital.

Educational tourism is a way to give a better use to our facilities. It is not weather or geography dependent, and most of the needed infrastructure is already in place. The complementary activities for "educational tourism" can be adapted for the specific time of the year the tour is offer. It is great opportunity for Vladivostok to attract tourists and to use recourses that we already have. Educational tourism is a young, rapidly developing kind of tourism, the same as Vladivostok. In economic terms, it is valuable change for local people to make money; and hopefully become the city of international students.

*Attachments:*

**Table 1. Educational tourism in Russia**

	<i>Location</i>	<i>Name or theme</i>	<i>Organizer</i>	<i>Length</i>	<i>Price</i>
	Moscow-St. Petersburg	Russian Rhapsody	EF Educational Tours EF Center Boston	9 days or 12 days	NI
	Moscow-St. Petersburg	School Trip Russian Classic	Russian City Breaks name of The City Break Company Ltd, registered in England & Wales Company	6 days, 5 nights	NI
	St. Petersburg	RUSSIAN STUDIES IN ST.PETERSBURG is designed for students and faculty of Russian studies and history who are specifically interested in the	OLTON Travel < Russia	10 days	starts from 639 USD

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

		fascinating history of St.Petersburg, the Imperial capital of Russia, the cradle of three Russian revolutions, the city of unparalleled courage in the battle with Nazis in World War II, home to Russian science, arts and culture.			per person in a group of 20
	MOSCOW AND ST.PETERSBURG	RUSSIAN STUDIES IN MOSCOW AND ST.PETERSBURG is designed for students and faculty of Russian studies and history who would like to experience the cultural and historical highlights of the two capitals of Russia	OLTON Travel < Russia	12 days	starts from 1159 USD per person in a group of 20
	St. Petersburg	Russian language program in St. Petersburg	OLTON Travel < Russia	28-days	NI

**Table 2. Educational tourism in Vladivostok**

№	Name or theme	Organizer	Length	Price
1	Russian course (group)	AMBergh Education, Västmannagatan 50, SE-113 25 Stockholm, Sweden	4-20 weeks	USD 2 131- USD 9 200
	"Russia - Far East" International Summer School	FEFU	2013, August, 5 - August, 23	
2	Program 1 "Russian language and culture" Credits: 1) Russian language course (56 contact hours) – 4 ECTS credits 2) Russian culture course (10 contact hours) – 1 ECTS credit 3) Participation in excursions and field trips- 1 ECTS credit			565 Euros (includes tuition, accommodation, learning materials, majority of cultural activities and recreation expenses)
3	Program 2 "Russian domestic and foreign policy with a focus on the Northeast Asia" Credits: 1) Major course "Russia's foreign policy" (20 contact hours)- 2 ECTS credits 2) Elective courses (one course should be chosen): International politics of Northeast Asia (20 contact hours) - 2 ECTS credits Diplomacy and Conflict Resolution in the Asia-Pacific (20 contact hours) - 2 ECTS credits 3) Russian language course (24 contact			560 Euros (includes tuition, accommodation, learning materials, the majority of cultural activities and recreation expenses)

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В  
ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА И СТРАН АТР»**

	hours) – 2 ECTS credits 4) Participation in excursions and field trips- 1 ECTS credit Levels of Russian language offered: all levels from beginner to advanced			
4	Program 3 "Archeology of the Northern Pacific" Credits: Russian language course (16 contact hours) – 1 ECTS credit: 2 major courses "East Asian civilization archaeology" and "Field studies of Northern Asia earliest cultures: Research methods" (24 contact hours)- 2 ECTS credits Practical field studies (30 hours) – 2 ECTS credits Participation in excursions and field trips- 1 ECTS credit			620 Euros (includes tuition, accommodation (on campus only), learning materials, cultural activities and recreation expenses)
5	Summer Study & Tour Program Russian language and culture – 20 hours per week ● Master classes on Russian culture and Russian arts and crafts ● City tours and weekend excursions	Vladivostok State University of Economics and Service	July 02 - 16, 2012	1100 USD per 2 weeks (including tuition, accommodation, excursion program and three meals daily)
6	The Russian Far East Studies Course (56 Academic hours over 14 weeks) The Russian Far East Study course is an overview of the history of the Russian Far East, its economic, geographical situation and current importance as a transport hub with substantial natural resources, unique local politics and demographics.	Vladivostok State University of Economics and Service	4 weeks (40 hours)- 10 months (600 hours)	12 000 RUB - 90 000 RUB

**References**

1. By Jeanne Whitehead The Digby Courier: Educational tourism keeps them coming back [www.novanewsnow.com](http://www.novanewsnow.com)
2. English Dictionary: Definition of “school trip” [www.collinsdictionary.com](http://www.collinsdictionary.com)
3. English First Educational Tours <http://www.eftours.com/educational-tours/tour-detail.aspx?code=RUX>
4. Journal of “International scientific publications: Educational alternatives, volume 10, part 1” [www.scientific-publications.net](http://www.scientific-publications.net)
5. Lebedev Anton Robertovich: Educational Tourism As An Economic Category *Sovremennââ Ekonomika: Problemy, Tendencii, Perspektivy* Issn/Eissn: 22226532 Year: 2012 Issue: 6
6. OltonTravel - Educational tours to Russia <http://oltontravelrussia.com/tours/educational-tours-to-russia/>

7. Paul Williams : Educational Tourism: Understanding the Concept, Recognising the Value (Jan 2010) [www.insights.org.uk](http://www.insights.org.uk)
8. Ritche, B W. (2003). Managing Educational Tourism. Channel View Publications.
9. Þorvarður Árnason, Director of University of Iceland - Hornafjörður Rural Research Centre: Thoughts on educational (Geo) tourism [www.burrenconnect.ie](http://www.burrenconnect.ie).
10. Website of Far Eastern Federal University <http://dvfu.ru/web/fefu>.
11. Website of Vladivostok State University of Economics and Service <http://eng.vvsu.ru/>.
12. World Tourism Organization UN WTO [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org).



### **THE DEVELOPMENT OF EXCURSION «RUSSKY ISLAND: YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW»**

**Ostroushko M.V., Makartseva Y.V.**

**Far Eastern Federal University, School of Economics and Management**

Several years ago, Russky island was a closed military zone and was limited to the public. Most recently, it was associated only with the place of a summer vacation. Today, the status of the island has changed radically. In light of the current conditions in accordance with the RF Government Decree of 31 March 2010 Russky island is the eighth in a row of tourist-recreational special economic zones in Russia, and it's a place where in September of 2012 APEC summit was held and the construction of FEFU campus had been completed.

Due to the relevance of development of new tourism products in the island, a tour "Russky Island: yesterday, today and tomorrow" is proposed. That is why this theme of excursion was not chosen by chance, but to show what the metamorphosis can occur with the territory under the influence of its novation development.

There are many different tours to the island, both of historical tours and tours on FEFU campus. But all of them are made in the classic version, it means they follow a certain direction.

This tour integrates several components and directions, namely it shows objects as historical terms, and objects related to our days, and it also shows the development prospects of Russky island in the near future.

The purpose of this excursion is to show the historical role of Russky island in the defense of Vladivostok, as well as the achievements of the island in the economic and innovative development.

The tasks of the excursion are:

1. get familiar with the historical objects of the island;
2. get familiar with the information about the role of these objects in the history of Vladivostok;
3. get familiar with the modern objects and the development prospects of Russky island.

The tour includes three parts:

- 1) Cultural and historical part (Seraphim Monastery, Voroshilov battery and Fort № 12);

2) Scientific and informative part (FEB RAS Oceanarium, FEFU campus);

3) Virtual part (The structure of the third part is a presentation that reveals the development prospects of the island).

The length of the route - 60 km.

Excursion time – 8 hours.

The Group - 20 people.

Tour itinerary:

1. Implementation of the ferry crossing (Vladivostok (pier № 1) - Russian island );
2. Transfer to Seraphim Monastery;
3. Visiting Seraphim Monastery;
4. Transfer to Voroshilov battery;
5. Excursion on Voroshilov battery;
6. Transfer to Fort № 12;
7. Sightseeing tour of Fort № 12;
8. Lunch in the open air;
9. Transfer to FEB RAS Oceanarium;
10. Excursion on FEB RAS Oceanarium;
11. Transfer to FEFU campus;
12. Excursion around FEFU campus facilities;
13. Transfer to Vladivostok Central Square by the bridge over Bosfor Vostochny Strait.

The excursion begins with a visit to one of the oldest monasteries in the city - Seraphim Monastery (founded in 1904). There is also a plan to tell tourists about the object history, its architecture and its role in the history of Russia [1]. Also, if a group desires, and with consent of the administration of the monastery, visitors can see the interiors of the monastery.

The next object is Voroshilov battery. Introduction to the subject will be carried by the staff of the Military Historical Museum of the Pacific Fleet, "Voroshilov battery", which is in charge of the object. The Excursion to Voroshilov battery will include a visit to a Military History Museum, which is located on five underground floors directly under one of the main guns. Sightseers will be acquainted with the principles of main gun firing, and with the role of Russky Island in the defense of Vladivostok during the war of 1905 [2].

The third object of the excursion is Fort №12 of St. Grand Duke Vladimir. This fort is one of the most interesting in terms of its structure, which is unique in the world practice. Due to the lack of infrastructure on this object, it's only possible to view the external structures of the fort and internal easily accessible premises. Fort № 12 will be the last object of the historical part of the route and it will end by a lecture about island's history, its role in the establishment, defense and development of Vladivostok.

After visiting Fort № 12 lunch in the open air is scheduled. It's considered to order lunch at one of the catering companies in Vladivostok, which may consist of cold snacks and hot tea. After lunch the excursion will continue and we will move from the events of days gone to the modern period in

the development of the island.

The first object of this stage is FEB RAS Oceanarium, which will be the largest Oceanarium in Russia and one of the largest in the world. This unique facility will be among the visiting cards of Vladivostok and will be the "magnet" for tourists from different countries. That's why it will be given the highest priority within our tour. During the transportation excursionists to the Oceanarium we plan to let them get acquaintance with some facts and figures about this object (the volume of pools, the number of expositions, the reasons for their uniqueness, etc.). On arrival a brief tour of the exposition is offered [3].

The next object in turn is FEFU campus. Tourists can walk along the beautiful waterfront and looking at the modern buildings, and get information about the history of buildings and the prospects of the island due to the further expansion of the campus [4].

After visiting the campus tourists will travel to Vladivostok on the newly built bridge over Bosfor Vostochny Strait. At this time, the guide will show a short video presentation, revealing the details of the construction and records set during the construction of the bridge.

On the way to the final destination tourists will be told about different ways of island development made by experts from China, France and Russia during February meeting in Vladivostok.

In developing the tour some economic calculations were made. So the final price of the tour for a group consisting of 20 tourists is 10858.76 rubles. Tour price per person is 543 rubles.

The developed tour provides participation of both residents and visitors, including foreign nationals. The tour is designed for almost any age group (except pre-school children), and with any degree of physical fitness.

So, the development of this tour whose main purpose is to bring together several eras would be not only an impulse for a new stage of domestic tourism development in Primorsky region, and would contribute to the awakening a sense of pride for the rich military and naval history of Russian Islands among city residents. And also the tour would awaken a sense of pride for having modern infrastructure and facilities, pride for the potential to create medical, educational, tourist and entertainment areas on Russky island.

The tour was developed in accordance with all regulations and is fully consistent with guidelines.

### **References**

1. Серафимовский мужской монастырь: [Электронный ресурс] // [дата обращения: 3.11.2013] – Режим доступа: <http://vladivostok.eparhia.ru/>
2. Ворошиловская батарея: [Электронный ресурс] // [дата обращения: 5.27.2012] – Режим доступа: <http://museumtof.ru/>
3. Океанариум ДВО РАН: [Электронный ресурс] // [дата обращения: 4.17.2012] – Режим доступа: <http://russian-aquarium.ru/>
4. ДВФУ: [Электронный ресурс] // [дата обращения: 4.10.2012] – Режим доступа: <http://dvfu.ru/>

5. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. - М.: Советский спорт, 2000. - 224 с.
6. Емельянов Б. В. Организация экскурсионной работы: Методика, опыт. – М.: Профиздат, 1984. – 144 с.
7. Святославский А. В. Городская экскурсия. Основы теории и практики. – М.: Центр подготовки туристских кадров, 2001
8. Экскурсионная работа. Методические рекомендации для студентов специальности 230500 «Социально-культурный сервис и туризм». Составитель Коломыцкая Е. Ю. Новосибирск: изд-во НГТУ, 2004
9. Родин А. Ф., Соколовский Ю. Е. Экскурсионная работа по истории. М., "Просвещение", 2008.
10. Шолохов В.Н. Организация и проведение экскурсий. М., Прогресс, 1997.
11. Долженко Г.П. Экскурсионное дело. - М.: ИКЦ «МарТ», 2005. - 272 с.
12. Емельянов Б.В. Организация работы курсов по переподготовке и подготовке экскурсоводов. - М.: Турист, 1989. - 118 с.

#### **АННОТАЦИЯ**

#### **РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИИ «ОСТРОВ РУССКИЙ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»**

**Остроушко М.В., Макартеца Е.В.**

Рассматривается вопрос разработки экскурсии на остров Русский, целью которой является ознакомление экскурсантов с исторической ролью острова в обороне г. Владивостока, а также с достижениями о. Русский в экономическом и инновационном развитии. Разработанная экскурсия включает показ объектов как культурно-исторического наследия, так и объектов связанных с нашими днями. Виртуальная часть экскурсии (с использованием проекционного оборудования) раскрывает перспективы развития острова на ближайшее будущее.

#### **ABSTRACT**

#### **THE DEVELOPMENT OF EXCURSION**

#### **"RUSSKY ISLAND: YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW"**

**Ostroushko M.V., Makartseva Y.V.**

In this article the issue of creating the excursion to Russky island is considered. The main purpose of this excursion is to show the historical role of Russky island in the defense of Vladivostok and the achievements of the island in the economic and innovative development. The excursion includes objects as cultural and historical terms and objects related to our days. The virtual part of excursion (with the use of projection equipment) shows the development prospects of Russky island in the near future.



**CULTURAL AND HISTORICAL ASPECTS OF  
DEVELOPMENT OF NEW TOURISM PRODUCT "LATIN  
AMERICA. IN THE WAKE OF RUSSIAN EMIGRANTS"**

**Viktorova A.B., Barashok I.V., Makarceva Y.V.**

**Far Eastern Federal University, School of Economics and Management,  
Vladivostok**

In our world there are a lot of tourist itineraries associated with historical events. Based on this I propose to create a base for the route "Latin America. In the wake of russian emigrants".

One of the most important step in every tourist company is the development of a new tourism product and its promotion. The organization of tours, the provision of basic and additional services combine the technology of tourism service, that is, the production of a specific product is designed to meet the needs of customers.

Nowadays the cultural and historical heritage of Russian emigrants in Latin America can be considered as potentially perspective for the development of tourism. Cultural and cognitive destinations could be promoted on the market as objects of sightseeing tour.

Proposed for development itinerary may include the following destinations - all together or some of them: in Argentina - Russian House in Buenos Aires, the Russian House in Mar del Plata, Russian theater, settlement of cossacks and old believers, Orthodox churches, publishing outfit "Our Country" - the only russian-language newspaper in Latin America, the works of Russian artists in museums; in Paraguay – situated on the river island the grave of the the russian commander Belyaev, who became the national hero of this country, Association of russians and their descendents in Paraguay, Russian Asuncion, in Chile - Viña del Mar church.

Based on the study and systematic material it is possible to design an original tourism product - the route "Latin America. In the wake of russian emigrants". For expansion on the market the product can be variable – it can contain a full or partial visit of tourist centers. However, these destinations can be combined with those that are dominant in Latin America and are not relevant to the subject of the Russian emigration.

Russian emigration to Latin America began at the end of the XIX century. By the nature it was economic emigration and it was consisted mainly of peasants, who came here in search of free land. In 1918 - the beginning of the 1920s in Latin America came the second wave of immigrants - White expatriation. The main place of residence became Argentina, Brazil, Paraguay, Chile, Mexico. The third major wave was composed of immigrants, so-called "displaced persons" - citizens deported by the germans from the occupied territories of the USSR, and former prisoners of war of the Soviet Army, etc. Total number ranged within 10-15 thousand people. [1]

Recently president Vladimir Putin announced the creation of a fund, the main goal of which is to help compatriots in Latin America. The russian-speaking community (it takes the 5<sup>th</sup> place in the world) plays the significant role in this process. In the historical perspective russian diaspora was

surprisingly viable. And it's not about personal destinies: in expatriate circles there were a lot of educated and hard-working people who had to adapt to a foreign social and economic environment. The key is that those people were able to keep the Russian culture, language and Orthodox faith, to impart these values to their children, which have not scattered among the local population, but have preserved the national identity. Now diaspora is concentrated mainly in Argentina, Paraguay, Uruguay, Chile, Mexico, Venezuela, Colombia.[2]

In this scientific work the marketing research was held. The analysis of the tourist companies supply of Vladivostok to Latin America have shown the following results -the largest number of represented tour packages are to Brazil (14 companies), Peru (9), Argentina (6).

Increasing number of travelers, according to representatives of the tourism industry, is due to the fact that many countries have abolished the visa regime, and the Russians began to visit these countries much more likely. Visa-free regime is in force between Russia and Argentina, Brazil, Venezuela, Colombia, Cuba, Nicaragua, Peru, Uruguay, Chile, Ecuador. Representatives of tourist companies noted that among the problems hindering tourism - are the costliness of flights, lack of direct flights (there are only to Mexico, Cuba and the Dominican Republic), the availability of close and less expensive possibilities for recreation in Turkey, Greece, Italy, the remoteness of the region[3].

#### **References**

1. Нечаев С.Ю. Русские в Латинской Америке: научно-популярное издание – М.: Вече, 2010. – 319 с.
2. Русская Латинская Америка. Национальное Возрождение России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vojnik.org/unity/4>
3. Российский союз туристской индустрии. Статистика по Латинской Америке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rstnw.ru/statistika-po-latinskoj-amerike.html>

#### **АННОТАЦИЯ**

### **КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА «ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА. ПО СЛЕДАМ РУССКИХ ЭМИГРАНТОВ»**

**Викторова А.Б., Барашок И.В., Макарецва Е.В.**

Работа посвящена изучению истоков русской эмиграции в Латинской Америке, ее вклада в развитие региона, систематизации ресурсной базы для разработки нового туристического продукта, определению основных центров посещения на предполагаемом маршруте, исследованию рынка предложений г. Владивостока.

**ABSTRACT**

**CULTURAL AND HISTORICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF NEW  
TOURISM PRODUCT "LATIN AMERICA. IN THE WAKE OF RUSSIAN EMIGRANTS"**

**Viktorova A.B.**

The scientific work of a student is dedicated to the study of Russian emigration to Latin America, its contribution to the development of the region, systematization of the resource base for the development of new tourist product, the definition of the main destinations in the proposed itinerary, the analysis of the tourist companies' supply of Vladivostok to Latin America. Nowadays the cultural and historical heritage of Russian emigrants can be considered as potentially perspective for the development of tourism. Destinations can be combined with those that are dominant in Latin America and are not relevant to the subject of the Russian emigration.



**THE ANALYSIS OF THE TRAINING PROCESS IN THE FIELD OF  
TOURISM AND SERVICE. MARKETING RESEARCH OF THE  
TRAINING PROCESS<sup>10</sup>**

**Ocheredko K. D., Ovcharenko N.P., Makarceva Y.V.**

**Far Eastern Federal University, School of Economics and Management,  
Vladivostok**

As the latest research in modern economics show, the tourism industry in Russia is developing successfully over last 30 years. Education and training for the tourism industry must take its rightful place in the system of education in order to satisfy the growing demand for professional staff specifically for this sector of the economy. The rapid development of the tourism industry in Russia led to the appearance of a large number of educational institutions providing training in tourism. According to the Ministry of Education, there are about 300 schools (of various profiles) in our country that are more or less "working for the industry."

While on the one hand, there is a demand for tourism education and a tendency to its further growth, there are educational institutions, ready to meet that demand, but on the other hand, there is a lack of qualified personnel. What is the reason of this discrepancy?

The absence of regular relationships between educational institutions and tourist companies is predetermined by defects of local tourism industry itself. On the recruitment market there is no concept of a wide-profile expert. There is no demand for the universal specialists. What is needed is specific

---

<sup>10</sup> **Presentation of the report is located in the «Presentation\_of\_Forum».**

knowledge and skills (knowledge of specific routs, hotel database, the specific sales of bus tours or cruises, etc.).

However, the tourism in Russia is developing so rapidly that the national system of professional education does not have time to adapt to new touristic realities and to develop rules and standards that will meet the requirements of the employees of tourism area both in country and abroad. High school is now trying to adapt to the market conditions of the economy.

That is why the international experience in training for the hospitality industry is of such a big importance.

Worldwide training for the tourism business has received considerable attention. According to the WTO at the beginning of the 90s in Europe there were already 105 high and 139 secondary schools of the tourism orientation, in America - 6 and 17 respectively, in the Asian-Pacific region - 13 and 35.

The World Tourism Organization has united 17 higher educational institutions of the world into a single system for training specialists in the sphere of tourism. In my research training curriculums are analyzed, as well as programs, goals and objectives of bachelors and masters preparation in higher education establishments for the various sectors of the tourism activity. Training curriculums of the world's best educational institutions in the field of hospitality were analyzed. They are: The Hotel Business School in Lausanne (Switzerland), International Institute of Hotel Management (Essex, UK) and the Institute of tourism management at the World Tourism Organization (Spain)

Hotel business school in Lausanne. The first and one of the most prestigious in Europe, it was founded in 1893. Lausanne Hotel School is fully consistent with the needs of modern business. The unique combination of theory and practice is the key to an effective preparation of students for working in today's global competition. Students themselves work in the cafes specially based on the school. Each year, about 1,000 graduate students from 60 countries become highly skilled experts in the field of modern management. Studying in school is conducted in two languages - English and French.

International Institute of Hotel Management in Essex in the UK presents a lot of electoral courses which are continuously updated and adapted to the changing needs of the hotel industry. Schools and the administration are in constant contact with the hotel industry professionals and research institutions to ensure compliance of curriculums with the latest developments in this field. This Institute has been a pioneer in offering innovative courses focusing on the most recent problems the hotel industry. Students develop their own educational program, choosing from numerous European specialized courses in this field. Students can learn 29 different courses within the 18-month program ICSG in Essex. This modular system allows students to create their own curriculum, choosing courses that best complement their previous education and meet their professional goals.

The Institute of tourism management at the World Tourism Organization is an educational institution for upgrading qualification for the international hotel industry and tourism. This course training allows preparing future entrepreneurs in the tourism and related industries. Lectures and seminars provide a wealth of information on the most important issues of the tourism industry. Much attention is paid to cultural studies subjects and foreign languages. Practicing also takes an important

place in the curriculum of the Institute. The training program at the Institute of tourism management is made up of several courses of management, accounting, administration, data processing and economics. Students learn the process of functioning of the company and learn to work in teams. They learn how to manage staff effectively, recognize and implement solutions to solve management problems, examine legislative regulation, important for managers in the hospitality industry.

The analysis of domestic travel agencies, hotels and restaurants show that the level of training, the quality of the services provided is lower than generally accepted international standards of the West. Russian educational standards of training in the tourism industry differ significantly from the educational standards in America and Europe.

In my research also the surveys of teachers, students of our specialization and employers related to the hospitality industry were conducted. The main purpose of questioning is to learn what shortcomings, according to the students, teachers and employers, exist in the process of learning the profession, what helps and what interferes with the future work of the graduates in the field.

I conducted a survey among 30 students studying "Socio-cultural service and tourism" and to the question "What kind of problems do they see in the training as the most important?" 70% of the respondents named not satisfying teaching of some subjects, the lack of language skills, lack of internships at foreign universities. More than 50% of the students are concerned about little practical training and not taking into account the interests of the employers.

Also I interviewed 10 teachers of this specialty. About 60% of respondents saw the main problems in insufficient hours of work practice, imperfect students career guidance and low discipline of students.

Also eight potential employers were interviewed - directors of travel agencies, recreation centers, restaurants and cafes. Almost 80% of employers marked the following qualities of the graduates having the greatest importance to them, such as the ability to independently acquire new knowledge and skills, including new areas, and the ability to use the knowledge of the legal and ethical standards in their professional activities, communication skills, ability to work in teams.

Thus, as a solution of the problem of training for the hospitality industry in Russia, I see the following:

- Increasing the role of practice directed disciplines in teaching students in relation to general theoretical subjects
- Involving in teaching professionals currently working in the business
- Increasing hours of practice experience
- Ability to study deeper some of the disciplines according to student's choice
- Increasing the level of language training for students
- Expanding contacts with leading universities in the hospitality industry and internship opportunities for students and teachers
- Developing curriculum in close contact with existing tourism oriented businesses in the region.



## **TOURISM FOR PEOPLE WITH DISABILITIES<sup>11</sup>**

**Eremenko D.A., Makartseva Y.V., Barashok I.V.**

**Far Eastern Federal University, Vladivostok**

Tourism is a rapidly growing industry and people with disabilities and older persons are becoming a growing group of consumers of travel, sports, and other leisure-oriented products

and services. Thus large numbers of people require tourism to be made barrier-free. Indeed, good access will benefit not only people with disabilities, but also many other members of the community, especially senior citizens. Although the number of tourists who would benefit from accessible facilities and services are on the increase, most tourism providers have still not yet recognized the importance of taking action on this issue [1].

People with disability have a right to, and do want to enjoy travel leisure experiences. However, their travel experiences are still characterized by transportation constraints, inaccessible accommodation and tourism sites, and inadequate customer services. If professionals of tourism industry are to succeed in accessing these potential new markets, they must understand the needs involved and learn how to respond to these challenges for the benefit of both the tourism industry and people with disabilities. One crucial element in meeting this goal is the existence of a legal framework, which ensures that persons with disabilities have the right to access tourism facilities and services and to encourage tourism professionals to adopt related measures. It is also essential that the tourism industry improve its service to people with disabilities.

In many civilized countries the rights of people with disabilities are not only attached on the paper, but are really implemented. In Australia, Britain, the United States the most comfortable, with a wide entrance parking place is given to people with disabilities.

Typically, the entire public transport is equipped with special lifts to facilitate landing in interior wheelchair users. Subway stations are equipped with elevators. Most of the state and public buildings in the U.S. are equipped with special low-pitched arrival and automatically opening doors for wheelchair users. Under the law, all public institutions are required to have a special phone line for people with hearing loss. Judicial and medical facilities include a state of the sign language interpreters for deaf patients. For the blind and visually impaired street signs and signage on buildings equipped with an additional inscription made in Braille. Blind people are allowed to come with guide dogs in public transport and government offices.

---

<sup>11</sup> **Presentation of the report is located in the «Presentation\_of\_Forum».**

One of the leaders in caring for people with disabilities is Germany. Along with the high level of large-scale level of the necessary infrastructure an organization of recreation for disabled people is developed. Many organizations and associations offer ready tourism products for this category of people and always willing to help make the dream of independent journey for people with disabilities comes true. For this purpose, special travel agencies engaged in tourism for the disabled are formed, there are specially equipped rooms in hotels, transportation services and so on [3].

Spanish Barcelona has recently also become a real resort for people with disabilities. The central streets and public transport are maximally adapted to their needs.

Barcelona Tourist Board pays particular attention to the accessibility of tourism for people with disabilities. Catalan authorities are also making great efforts to engage these people in a full active life. There are specially adapted for the disabled tourist infrastructure, specialized catalogs are published, activities including sports are carried out.[5]

In Russia, according to Health Ministry, there are approximately 14.5 million people with disabilities, or about 10% of the total population. In this case, the tourist industry and infrastructure of that kind of tourism in Russia is actually not developed.

In Russia, disabled-friendly tourism has been given proper attention only in past three years. Second international conference on disabled-friendly tourism held in 2012 clearly showed there are still a plenty of problems in this sphere of tourism. Perhaps the biggest problems are the insufficient government support of this very special type of tourism and extreme shortage of large touristic agencies in this segment. As it turned out, it's very hard to find a sign language interpreter even in Moscow.

Yet in the past two years in Russia a lot more opportunities have appeared for disabled to visit museums and travel around the country. For example, within the last couple of years about 40 per cent hotels in Moscow have equipped rooms for disabled. Some of the museums opened their doors for people with disabilities with prepared infrastructure. According to conference, the best museum complex for disabled is 'Tsaritsyno' complex awarded with special prize 'Accessible World.'

At present time tourist market of both Russian capitals Moscow and St. Petersburg can provide a wide range of appropriate accommodation. Among the working hotels of Moscow, 13 hotels have specially equipped single and double rooms which have enough space to welcome about 50 people on a wheelchair. This number is going to grow in the future.

Since 2011 realization of the project 'Disabled-Friendly Environment' has started in Russia. Nowadays in Moscow about 70 per cent of city infrastructure is accessible (according to wheelchair users, it's way too less).

Tourism for the disabled people in Primorsky Region is in its infancy and is not have sufficient infrastructure yet and there are too few number of organizations dealing with the issue.

One of the organizations working with problems of people with disabilities in Primorsky

Region is a society of disabled "Kovcheg". February 19, 2013 "Kovcheg" took part in a meeting with the Vice-Governor of the Primorsky Region, who visited the office of that social organization to discuss with its representatives the issue of disability movement in the Primorsky Region. At the meeting were announced the three most important problems to solve - transport, construction of rehabilitation center for disabled people on Russkiy Island and "Invaletto 2013" – it's a rest, organized on the seacoast for people with disabilities [7].

In general the opportunities in Russia are still not enough to enable people with disabilities to travel freely in the country. The most important tasks in the field of tourism for disabled people for today are:

- establishment of an action group to organize the Russian Association of accessible tourism
- formation of the necessary legal framework for the development and implementation of this type of tourism
- development of the available objects for accessible tourism
- development of program of activities to reduce the transport "barriers"
- adjustment of the current educational standards and training programs in the field of tourism in order to prepare personnel for tourism services to people with disabilities.

#### **References**

1. Barrier-free tourism for people with disabilities in the Asian and Pacific region : Economic and social commission for Asia and the Pacific / New York: United Nations, 2003. - 115 p.
2. Bastyrkina, A.V. Tourism in system of rehabilitation and social integration senior and disabled people : educational aid / A.V. Bastyrkina. - M.: Moscow, 2008. – 132 p.
3. Dmitrieva, E. Move borders of disabilities / Tourism: practice, problems, perspectives – Moscow: Business Market – 2008. – №10
4. Germany. Charming vacation [Internet resource] : Barrier-free Germany. – Internet address: <http://www.germany.travel/ru/germany-for/barrier-free-travel/people-with-restricted-mobility.html>
5. Ionitskaya, K.A. Experience of Catalonia in development of infrastructure of accessible tourism / K.A. Ionitskaya. – M.: Publishing centre «Maxim» - 2010
6. Minaeva, A. What waits disabled travellers in Russia? / Tourism: practice, problems, perspectives – Moscow: Business Market – 2008. – №10
7. Social organization of disabled people «Kovcheg» [Internet resource] : «Kovcheg». – Internet address: <http://kovcheg-vl.ru/about>



## HOTEL AND F&B DEPARTMENT<sup>12</sup>

Misharina E., Elyutina R.I.

Far Eastern Federal University, School of Economics and Management,  
Vladivostok

The United States perceived a decline in the quality of hotel food and beverage (F&B) operations in any lodging properties. The middle 70s saw a rebirth in the purpose and quality of hotel food service operations. In Russia, Olympic Games of 80s caused a sharp rise of hospitality industry, but, 10 years later, all those accommodations became useless. Hospitality business saw the necessity of rebirth and changes. And, today, hotel restaurants become an integral part of the profit plan at many properties. Experienced chefs, high-quality F&B products and services help to create an overall positive image for hotel's food and beverage operations. That's why, we dedicate the research to restaurant business inside hotels. This study is marked by its actuality, so it illustrates the foundation of restaurant business, and, to say exactly – hotel f&b department. During the research we make operational process transparent, simultaneously showing you the linkage with other departments of the hotel.

We state such questions as:

- What forms of managing F&B department exist?
- What is the organization chart, how it differs according to the size of the property and its category?
- What distinctive services are offered in the hotels by F&B department?
- And others.

The results of our project enables totally imagine the nature of hotel restaurant facilities, go deeper to their internal structure, mark the features and assess their participation in hospitality business.

### Classifications and regulations

There are no any strict prescribed regulations concerning types of hotel F&B. But some factors as hotel category, size of hotel, its positioning and location can help to define, what type of catering facility is the most suitable.

All union state standard (GOST number 50645-94) [1] helps **to define the minimum hotel standards** to refer them to a particular category. It also includes regulations concerning the availability of F&B. Analyzing such characteristic as “premises for FB services allowed”, we conclude:

- 2\* hotels must have at least one restaurant or café;
- 3\* hotels must have a bar in add. To 2\* hotels requirements;
- 4\* hotels are obliged to accommodate their customs with several-halls restaurant, specially

---

<sup>12</sup> Presentation of the report is located in the «Presentation\_of\_Forum».

divided cabins, and ability to transform restaurant hall into conference hall;

5\* hotels must include everything of above-listed and also a night club.

So, these are general regulations that help us to see, that presence of FBD can depend on the category of a hotel. Again, **the FBD can also be classified** and it is regulated with all union state standard number 50762-95 ‘Classification of food service facilities’[2]. So, FB facilities can be introduced in many ways, GOST defines several types of them:

Restaurants

Bars

Cafes

Canteens

Lunchrooms

However, **restaurants and bars are also classified**. Take restaurants: their category depends on the level of service provided – luxe, supreme, and first category. Restaurant must comply with such requirements as:

- Luxe; sophisticated interior, high level comfort, wide range of services provided, assortment of original, delicious, exclusive dishes, drinks, cocktails on bar;
- Supreme; off-beat interior, comfort, wide range of original dishes and drinks;
- First category; harmony, comfort, diverse choice of exclusive dishes and drinks, etc.

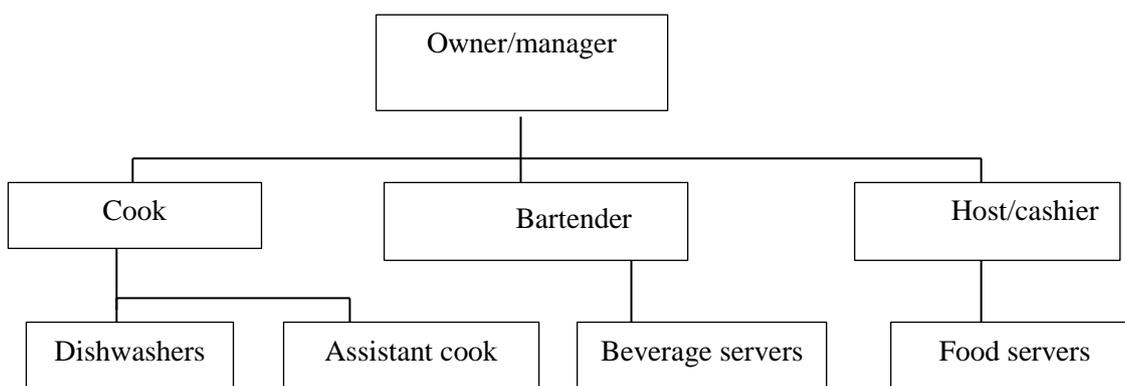
*To make a small conclusion*, food service facilities are available in different lodging operations. There are also many types of hotel food service facilities, such as a la carte dining in restaurant, café, or dining in lunchroom. Another thesis to distinguish is that many hoteliers realize: FBD must attract not only in-house guests, but also other community to maximize profits.

### Organization chart

This chapter focuses on the organizational structures of hotel restaurants. An organization chart shows you the relationship among various positions in an operation. It also shows you how different types of food service operations can be organized.

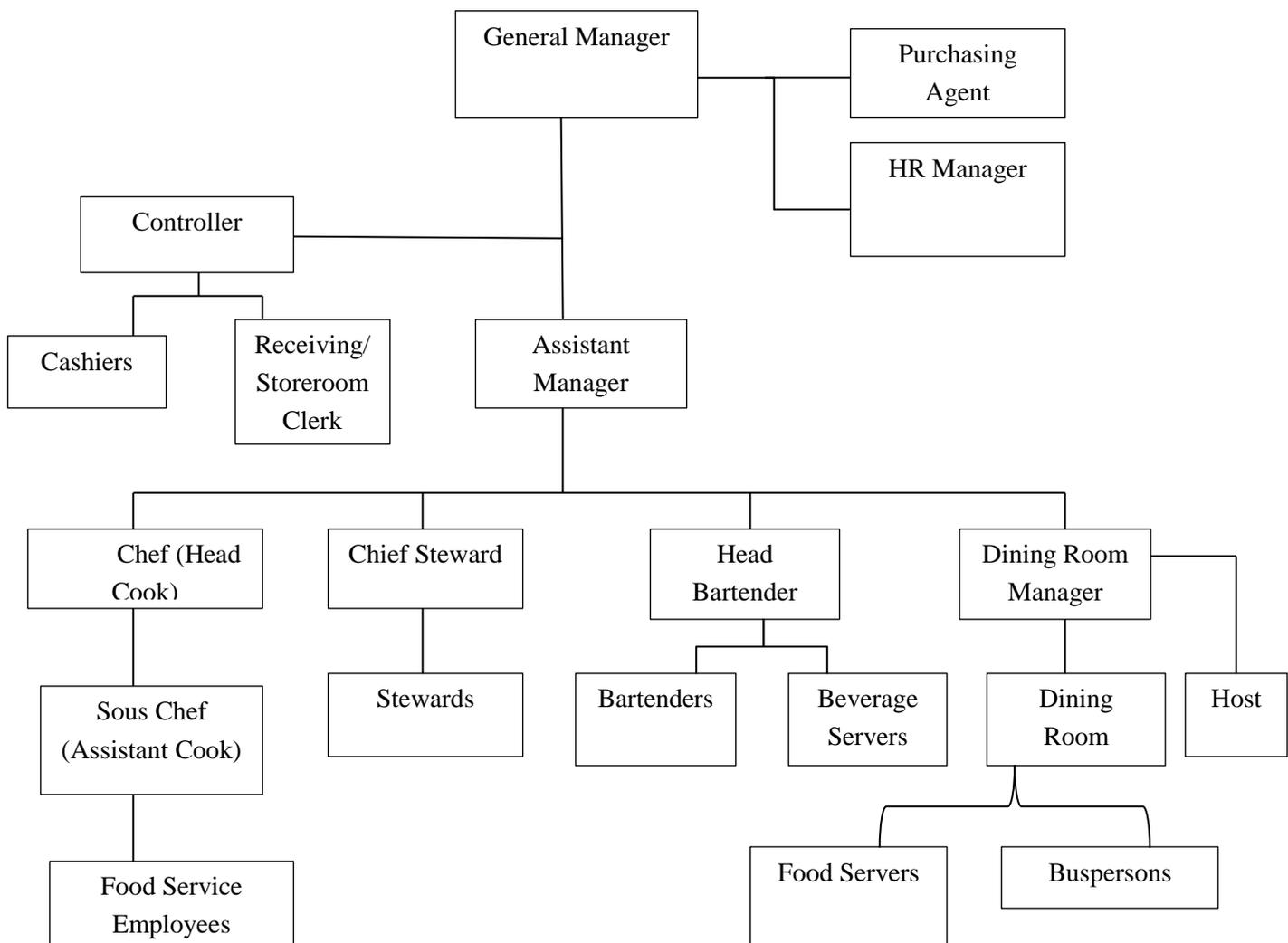
Let`s go through various types of organizations, that depend on the size of a property.

#### Exhibit 1 - Organization chart for a small restaurant [3]



The first exhibit shows simple organization of a small restaurant. In this case, the restaurant manager is the owner. The cook, bartender, and host/cashier report directly to the owner/manager. A third level of the organization consists of an assistant cook and dishwashers (supervised by the cook), beverage servers (supervised by the bartender), and the food servers (supervised by the host/cashier). Of course, every operation is different. The owner can prefer a flat organization structure, where every person, regardless of position, would be supervised by the owner itself.

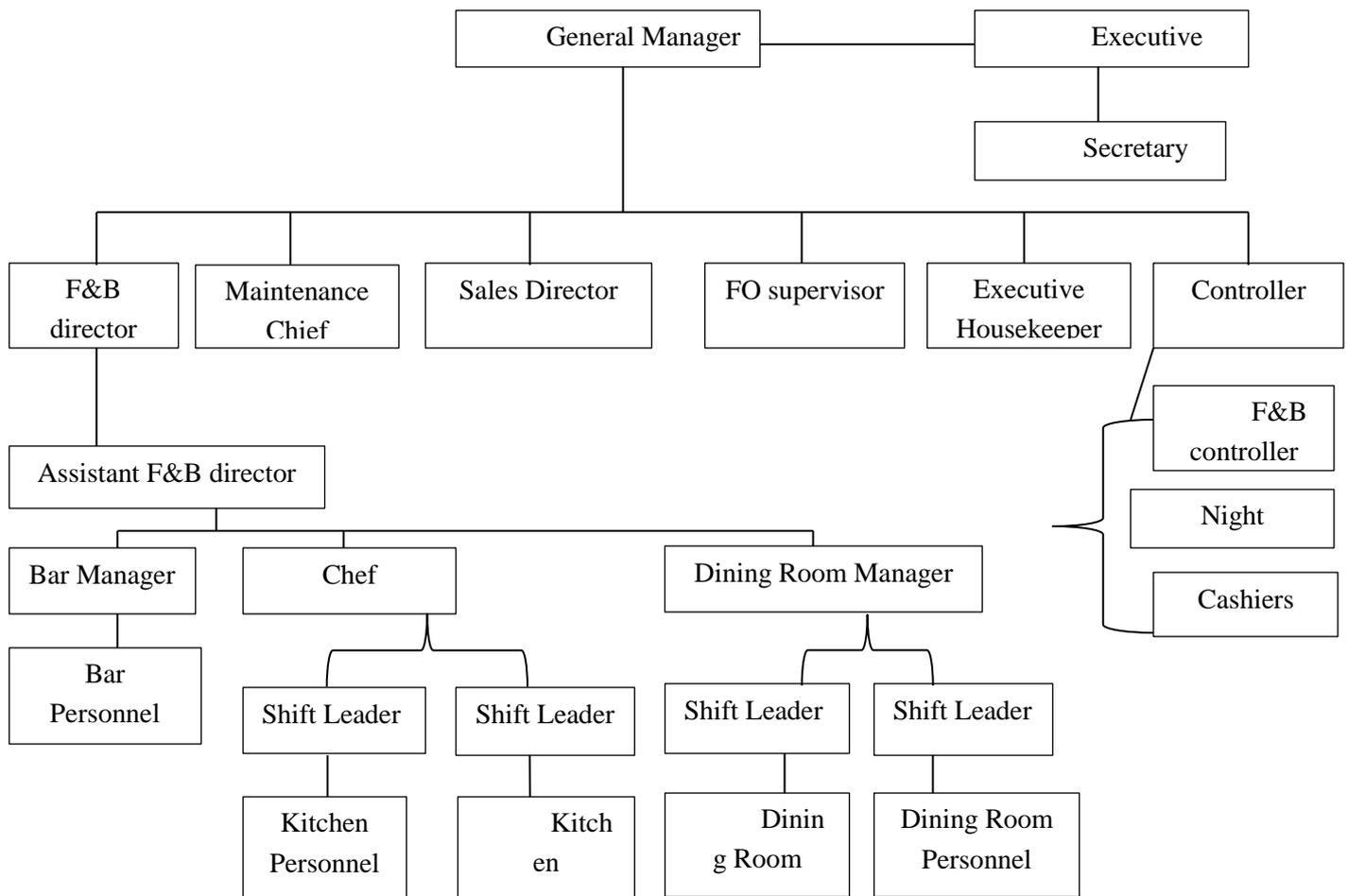
**Exhibit 2 – organization chart for a Large Restaurant [3]**



As a food service organization grows, it is likely needs more employees. It also must make the work more specialized, so additional positions become necessary. Exhibit 2 shows a possible organization chart for a large restaurant. In this example, the general manager directly supervises two positions: the controller (responsible for cashiers and receiving/storeroom clerk) and the assistant manager. The assistant manager directly supervises four department heads: a chef or a head cook (responsible for food production), the chief steward (responsible for sanitation), a head bartender

(responsible for beverage production and service), and a dining room manager (responsible for food service). Each of these department heads supervises employees. Because of increased number of levels, a greater amount of direction and communication is necessary in this operation than in other, shown in Ex.1. All operations must meet the same needs: purchasing, preparing, serving food and beverages, and cleaning up. The number of employees, the degrees of specialization, and the number of organizational levels account for the differences between the organizational structures of small and large operations.

**Exhibit 3 – organizational chart for a 200-room hotel [3]**



This exhibit shows an abbreviated organization chart for a 200-room hotel. Note that the hotel's general manager supervises the food&beverage manager director who, in turn, supervises an assistant F&B director. The assistant F&B director manages the bar and dining room managers and the chef. The Food and beverage director is on the same organizational level as the other department heads (maintenance chef, sales director, FO supervisor, executive housekeeper and controller).

**So, the hotel F&B facilities may vary in size, and their organizational structure becomes more complicated.** The more sophisticated service provided at the property, the more labor-intensive production will be.

### Services provided by hotel F&B department

**Hotels offer more food and beverage options and outlets than just restaurants, coffee shops, and lounges.** While room service has long been a staple at many properties, as we have already mentioned at the beginning, a growing number of hotels are making changes in room service operations and are looking to a number of limited-service options for providing f&b service to guests [4]. Some of them are:

1) Room Service.

Requirements: additional staff during night shift, including preparation cooks, stewards, order-takers, delivery personnel, who must be willing to work the often inconvenient hours, additional food costs.

Executives: contract with catering company, contract with freestanding restaurant, hotel outlet.

Target market: business travellers, convention groups, upscale leisure market.

Many managers feel that room service is a key to keeping guests over the long term.

2) Other profitable alternatives:

-Specialty kitchen with single items like pizza, burgers, such bars, etc.

- Providing single meal, as breakfast;

- Providing with delis, where guests can pick up their favorite food and prepare in their rooms.

Executives: hotel outlets, contract with outside vendors;

Though it can be convenient for hotel to avoid full-ledged room service and additional expenses, risks connected with implementing such department, but such limited-service operations have dramatically changed the nature of room service and show a limitation of quality service.

3) Including free breakfasts.

Executives: hotel outlets.

Target market: business travellers, middle-class travelers, seniors, families;

Hotels are finding that many guests, especially business travellers, are looking for cheaper alternatives to full-service hotels and choose properties that offer fewer services and amenities. Also, hotels have found that guests are enthusiastic about the free-breakfast concept, both in terms of price and convenience.

On the downside, the property may have to raise room rates to cover food expenses, add workers may be needed to run breakfast bars or delivery services, and extra costs may be incurred for cleanup. But overall, properties prefer 'free' breakfasts as they generate guest relationship and outweigh these disadvantages.

4) Coffee cart.

Executives: hotel outlets, contract with outside vendors.

Target market: guests in a hurry.

Offer a wide array of products (coffee, tea, gourmet, muffins, juices, etc.). They can be placed in high-traffic locations as lobbies or meeting rooms. In add to breakfast items, coffee carts can offer anything from yogurt to pizza.

5) Minibars.

Executives: contract with other company on leased inventory, hotels inventory.

Minibars are most often stocked with bottled water, soft drinks, juices, alcoholic beverages, and candy.

As a result, we can see **the range of various styles of f&b services provided in the hotel**. It indicates the tendency of growing and diversion of f&b department. The managers try to adapt to customs needs, this is their first priority. Long-time business observers help to watch upcoming trends. That underlines the importance of quality hotel operations to please guests and to have different styles of services.

### **Forms of organizing food service inside a hotel**

It is not a secret that an up-to-date hotel business is diverse and can offer you different types of running a facility. You can have additional pool, training or café, but all these can be managed by its separate owners, it seems like inter-related ingredients in integral system called hotel. And what type of organizing food service is best suitable and steady for hotel? It depends.

– Talking about hotel food operations, they can be introduced *as independent properties* (restaurants, cafés) in contractual relationship with a hotel for providing food&beverage services. The owner is the general manager of this unit. It is quit useful because hotel general manager isn't obliged to control this department totally. The restaurant and the hotel are connected financially and work inter-relatively, promoting each other. In addition, restaurant organizes buffet service for hotel guests and is used to organize special events.

– But in general practice they are introduced as a *hotel property*. So, this is a whole F&B service that provides room service, buffet service, and delivers all necessary types of food service: FB, HB, B&B, AI and others. It is clear, that F&B director is responsible for F&B operation.

– Concerning special events, hotel (hotel general manager) can hire a *catering company*, to offer several food stations, bars, etc. It is quit useful when a hotel meets any business events or other types of events with a big number of guests.

### **Going deeper to Vladivostok**

In Vladivostok, our research was dedicated to Hotel Primorye, as it has a neighbor – restaurant Pizza-M, well-known in our city. Primorye is a certified 3\* hotel, that is located near the central railway station of Vladivostok city.

Target market: business-clients.

Talking about forms of organizing F&B service within a hotel, it finds out that hotel food operations are introduced *as independent property* in contractual relationship with a hotel for providing food&beverage services. Both properties have their own legal entities and work independently. So, all banquets, special events required by quests are organized only by restaurant – so guests should refer to restaurant administrator on duty. As you can understand, hotel doesn't get any profits from restaurant.

But in day-to-day operation they collaborate. Restaurant provides buffet service to quests, and guests consider that this is hotel service. In this way, and restaurant and hotel promote each other.

We have also revealed, that restaurant's attendance is variable in accordance with season. For

example, during the valley season, when it's time for business trips, the city doesn't look so attractively, streets are poor lightened and dangerous for tourists, so guests prefer to stay in a hotel, that's why restaurant meet a lot of guests. Though during the peak season, when it's summer, there are a lot of places and entertainments to go – so, restaurant's capacity decreases.

Russian practice is introduced as young, second-wave, trying to adapt to modern conditions and paces of development. That's why such form of organizing food service is considered as hotel's advantage.

So, the hotel doesn't provide any f&b services itself. But creating an illusion of providing f&b services by near-standing restaurant makes the clients think this is the one product. We can call it the difficulties of Russian business and the art of satisfying guests:

“We are very glad to meet customers' needs by offering them restaurant Pizza-M. As we are targeted on business guests, we are trying to develop especially range of business services. We've just finished with a new laundry service and started to construct a new convention hall with all necessary audio- and visual- equipment. So restaurant eases our operation and we don't have to think about f&b department. Of course we agree that availability of your own F&B department is a great indicator of a hotel, it's category and so on, but it requires the inflow of a great amount of money. Nowadays, we are tied up by local conditions and relatively low financial statement to develop our own f&b. We are sure that if you want implement something new in your hotel, so it must be good-quality product,” – answers executive director.

In fine, we conclude that hotel business reality and theory have some discrepancies. As a hotel can't provide any services, it can benefit from other properties. In this case, location plays an essential role. Many Vladivostok hotels have f&b operations as nearby independent properties. All these facilities are aimed to organize operation in such a way, that clients consider these services as a hotel's product. The hotel tries to offer quality facilities, restaurant, and recreational facilities. It is a great plus if they are situated near their property. As tourism will develop, hotels try to have their own f&b department. But nowadays it seems a very long-term perspective...

### **Conclusion**

Until the 50s of XX century, hotel restaurants were a drag on hotel facilities, and had minor influence on hotel business. It was normal to get losses from restaurant business, and to cover them from the benefits of a room department [5]. On the other hand, customers considered the restaurant meal unacceptable in its quality and preferred to dine and supper in other restaurants. Though the end of XX century sharpened a great decline of hotel's level of business, and the importance of F&B department as perspective source of income started to rise up. Consequently, nowadays F&B influence the hotel so much – hotel owners try to do their best to provide customers with superior catering service. So, the major customers' expectations are primarily connected with accommodation and meal.

We should mention that hospitality business is constantly changing; it adopts to modern life conditions. Everyday development of hotel departments, implementing innovations results in human factors, such as necessity in accommodation, meal, comfort, safety, communication and variability.

F&B department nowadays – is one of the main sources of hotel revenue, especially, modern F&B facilities allow to satisfy several guests' needs at once. That's why quality organized f&b department of a hospitality unit is a prime factor of its success.

But in fine, we conclude that hotel business reality and theory have some discrepancies. As a hotel can't provide any services, it can benefit from other properties. In this case, location plays an essential role. Many Vladivostok hotels have f&b operations as nearby independent properties. All these facilities are aimed to organize operation in such a way, that clients consider these services as a hotel's product. The hotel tries to offer quality facilities, restaurant, and recreational facilities. It is a great plus if they are situated near their property. As tourism will develop, hotels try to have their own f&b department. But nowadays it seems a very long-term perspective...

This data can help to be aware of the role of food operations in hotel industry, to catch its diversity in terms of hotel positioning, hotel size and category. During our investigation, we've discovered that:

- According to hotel classification, there are different requirements to f&b departments
- Restaurants and bars are also obliged with classification
- In accordance with the size of a property, there are different organizations charts
- F&B department can offer a wide range of services in the hotel
- There are different types of organization f&b service within a hotel

Also, we analyzed Vladivostok hospitality market. The research reveals that:

- Not every hotel can provide f&b department
- The most common type of providing food service – relationship with nearby independent food property
- Owning its own f&b department is a long-term perspective

### **References**

1. All union standard number 50645-94 "Tourists service. Classification of hospitality facilities" dated February, 24, 1994.
2. All union state standard number 50762-95 "Classification of food service facilities" dated April, 5, 1995
3. Jack D. Ninemeier "Management of Food&beverage Operations", fifth edition, p. 36– AH&LA: Michigan, 2010
4. James R. Abbey "Hospitality Sales and Marketing", fifth edition. P. 531 – AH&LA: Michigan, 2008
5. Milton T. Astroff, James R. Abbey "Convention management and service", eighth edition. P.457 – AH&LA: Michigan, 2011
6. Hotel Primorye, sources of remote access - <http://hotelprimorye.ru>

Great thanks to executive director of Hotel Primorye, Tatiana Aleksandrovna Kirechkova!



## QUICK-SERVICE RESTAURANTS CHAIN EXPANSION<sup>13</sup>

Kalashnikova A.A., Soboleva N.F.

Far Eastern Federal University, School of Economics and Management,  
Vladivostok

Today, in the century of globalization, we tend to simplify all the aspects of our life in order to survive and become successful in a high-paced environment and get everything done on time.

As we all know, time is money and an extremely important resource we feel the lack of. Therefore, fast food outlets have become popular with different types of consumers nowadays.

A fast food restaurant, also known as a quick service restaurant (QSR) is a specific type of restaurant characterized by minimal table service where food is typically offered from a limited menu; is cooked “in bulk” in advance and kept hot, and then finished and packaged to order.

Fast food restaurants are usually part of a restaurant chain or franchise operation, which provisions standardized ingredients and partially prepared foods and supplied to each restaurant through controlled channels.

In 2012, the fast food nation of the USA has chosen its favorite fast food chain. That was Subway.

Subway history started in 1965 when a 17-year-old entrepreneur Fred DeLuca and his family-friend partner Dr. Peter Buck opened the first submarine sandwich shop named “Pete’s Super Submarines” in Bridgeport, Connecticut.

With its 39078 restaurants in 101 countries, Subway finds itself balancing in a unique spot, wedged between two industries - health food and fast food.

As fast food is wholly associated with indulgence and unhealthiness, its message can create cognitive dissonance for consumers - the discomfort of two conflicting notions held at the same time.

However, Subway has to balance these two ideas and still makes it believable.

But the growth has been generated not only by Subway's offer of a healthy alternative to burgers and fries, but also a supremely efficient franchising model started in 1974 when Fred DeLuca sold a franchise to his fraternity friend Brian Dixon.

The average cost for opening a Subway Franchise

Total Investment	\$85 200 - \$260 350
Initial Franchise Fee	\$15 000
Royalty Fee	8%
Number of employees in unit needed	8-12
Term of Agreement	20 years

Subway allows absentee ownership of franchise. Subway’s director of development, Don

---

<sup>13</sup> Presentation of the report is located in the «Presentation\_of\_Forum».

Fertman highlighted that franchising model gives a lot more people opportunity to franchisees and those people are dedicated to their individual stores.

As a result of being 100 % franchised, the dollars stay local and the impact is on a local basis.

Regarding the international expansion of a multi-unit chain, the trick was to handle each market separately and considering the fact that local entrepreneurs know their markets a lot better than the ones in the headquarters.

Started in the year of 1984 with the opening of the Subway outlet in the Middle Eastern market of Bahrain, the chain started to appear in such distant lands as Iceland, Poland, Nicaragua and China.

Allowing an innovative and flexible market opportunities in Asia-Pacific region Subway keeps in mind its cultural and religious diversity. Entering Indian market with relatively low expectations, Subway built 330 outlets in 65 cities across India.

The marketers from Asia-Pacific countries note a large amount of foreign businesses entering Chinese market.

They find reasons for it in strong positions on European and North American markets and emphasize Subway's strategy of adapting to cultural and religious features as serving beneficial among other chains.

In regard to Russia, Subway outlets are concentrated mostly in such cities as Moscow and Saint Petersburg, the cities in the middle part of Volga region (Nizhny Novgorod, Saransk, Kazan, Samara and Saratov), middle and southern Ural mountains region (Kirov, Yekaterinburg, Chelyabinsk, Orenburg), western Siberia (Tyumen, Surgut, Novy Urengoy), and Altai Krai (Biysk, Barnaul).

The total number of Russian properties equals 532. According to the official Subway website, the Far Eastern region is represented only by Khabarovsk.

To sum it all up, Subway has now become "a habit" for some people.

However, sometimes people tend to feel themselves too virtuous eating "healthy" food as the ads suggest, and they reward themselves with chips, sodas, or extra condiments that can turn a healthy meal into an unhealthy one.

The 4 P's of marketing mix in the case of Subway can be described as following:

- Product: sandwiches and salads, nutritious, healthy, adapted to each region
- Price: affordable, features discounts
- Place: franchisee shops - different outlets located in various parts of the world ranging from small corner shops to big QSRs, nontraditional locations – airports, amusement parks, hospitals, universities
- Promotion: national TV advertising, posters, brochures

Consequently, Subway gained its popularity due to rather interesting health-oriented product promoted with a good advertising campaign.

Moreover, it is not going to let the competitors take their place as they continue the expansion with 2000 new outlets opened each year.