Министерство науки и высшего образования РФ

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Факультет географии и геоэкологии

**ОТЧЕТ**

**по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности**)

 Направление

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Выполнила:

студентка 2-го курса,

25 группы

Пан В. С.

Руководитель:

доцент кафедры туризма и природопользования

В. Е. Домбровская

Тверь, 2020

**Содержание**

[**Введение** 3](#_Toc45921530)

[**1.** **Цифровизация туристских сервисов** 4](#_Toc45921531)

[**2.** **Нормативно-правовая база туристской деятельности** 18](#_Toc45921532)

[**2.1.** **Глоссарий терминов в сфере туризма** 19](#_Toc45921533)

[**2.2.** **Актуальные вопросы возможности отдыха и обеспечения безопасности туристов РФ** 25](#_Toc45921534)

[**3.** **Составление экспертного заключения научно-практического исследования в сфере туризма** 33](#_Toc45921535)

[**4.** **Индивидуальная работа** 54](#_Toc45921536)

[**4.1.** **Индивидуальное исследование в рамках производственной (технологической) практики на тему:** Проблемы и перспективы развития туризма в малых и средних городах России: Великий Устюг 54](#_Toc45921537)

[**4.2.** **Экспертное заключение** об индивидуальном исследовании по производственной (технологической) практике на тему: «Перспективы развития туризма в малых и средних городах России: г. Гатчина» 73](#_Toc45921538)

[**Заключение** 76](#_Toc45921539)

[**Список литературы** 77](#_Toc45921540)

**Введение**

Практика проводилась с 06.07 по 18.07 на факультете географии и геоэкологии, кафедра туризма и природопользования.

**Актуальность** обусловлена тем, что студенты направления «Туризм» смогут ориентироваться при измененной структуре туристской отрасли в период пандемии.

**Цель** производственной практики (технологической практики): получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; закрепление теоретических знаний, практических умений и навыков, полученных в ходе освоения дисциплин, реализация практического этапа формирования компетенций.

Для решения поставленной цели нужно решить следующие **задачи**:

* актуализировать систему знаний, полученных студентами в процессе изучения теоретических дисциплин, развить необходимые навыков применения теоретических знаний в практической деятельности;
* расширить профессиональный опыт, полученный в процессе прохождения учебных практик;
* приобрести навыки работы с туристской информацией, которая используется в практике различных видов туристской деятельности;
* приобрести навыки производственно-технологической работы в различных организациях сферы туризма.

# **Цифровизация туристских сервисов**

**Сущность цифровизации​**

Цифровизация - процесс интеграции цифровых технологий в жизнедеятельность человека.

Цифровые технологии – технологии сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных в цифровом и электронном виде ("ВШЭ).

Цифровизация туристских сервисов - процесс интеграции цифровых технологий в создание, поддержку, использование и распространение туристских сервисов.

Цифровая туристская экономика:

* *узкая трактовка*: экономика туризма, основанная цифровых товарах и услугах;
* *широкая трактовка*: уклад экономики туризма, основанной знаниях и цифровых технологиях, в рамках которой формируются новые цифровые навыки общества и возможности у общества, бизнеса и государства (Всемирный банк).

**Базовые характеристики цифровизации**

* Представляет собой современный этап развития общества и охватывает почти все сферы его жизнедеятельности.
* Уход от аналоговых носителей информации и взаимодействия в сторону электронных.
* Использование огромного количества цифровых данных автоматизированного и полуавтоматизированного сбора из разнообразных источников (в т.ч. информационных систем) и перерабатываемых в целях извлечения из них полезной информации.
* Использование математических, логических, статистических методов и моделей обработки цифровой информации.
* Направлена на повышение эффективности и конкурентоспособности экономики.
* Направленна на получение прибыли, создание новых производств, бизнес - моделей, моделей управления, новых рынков и новых потребителей.
* Как правило, реализуемая в режиме онлайн.
* Деятельность сосредотачивается на Платформах: ядро платформы, экосистемы субъектов (потребителя, производителя, власти и т.д.).
* Персонифицированные сервисные модели.
* Непосредственное взаимодействие производителей и потребителей.
* Распространение экономики совместного пользования (совместное владение какими-то товарами, плата за предоставление информации - торговля информацией о потребителях взамен бесплатности или удешевления).
* Значительная роль вклада индивидуальных участников.
* Доминирование IT-гигантов. Прообразы цифровых государств и мн. др.

**Принципы цифровизации туристских сервисов**

Фундамент: владение сервисными и технологическими компетенциями

1. Брать имеющиеся сервисы и для них выбирать цифровые технологические решения
2. Декомпозировать имеющиеся сервисы и для их компонентов выбирать цифровые технологические решения
3. Придумывать новые виды сервисов и для них выбирать технологии
4. Придумывать новые виды сервисов, декомпозировать и для их отдельных компонентов выбирать технологии
5. Выбирать технологии и под них придумывать туристские сервисы и др.

**Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»**

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ: 01.10.2018-31.12.2024

ЦЕЛИ И ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

* Увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики за счет всех источников (по доле в ВВП) не менее чем в 3 раза по сравнению с 2017 г.
* Создание устойчивой и безопасной информационно -телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступной для всех организаций и домохозяйств.
* Использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями.

**Тренды цифровизации туристских сервисов**

* Появляются новые виды бизнеса, существующие «только в цифровой форме».
* Трансформация большого числа известных видов жизнедеятельности, связанная с переводом ключевых факторов в цифровую форму.
* Автоматизация, вплоть до «вытеснения» человека из видов деятельности.
* Рост специализации и их интеграция (платформы как ядро).
* Посетители становятся просьюмерами.
* Турорганизации и власть все больше становятся фасилитаторами и наращивателями потенциала.
* Госуслуги в цифровом формате, повышение их доступности.
* Создание множества новых благ для потребителей и общества.
* Трансформация рынка труда, рост производительности и безопасности труда.
* Персонификация и ориентиры на впечатления и опыт.
* Формируются новые типы технологических производственно-потребительских цепочек.
* Аутсорсинг почти всего.
* Улучшение работы со спросом, постобслуживанием и коммуникациями
* Электронные помощники.
* «Circular Economу» - сегодняшние продукты завтра послужат ресурсами для нового цикла производства.
* Система социальной оценки и слежки за человеком.
* Социальный статус вытесняется социальным авторитетом.
* Домификация и мн. др.

**Изменения в кадровом обеспечении**

* снижение спроса на профессии, связанные с выполнением формализованных повторяющихся операций;
* сокращение жизненного цикла профессий в связи с быстрой сменой технологий;
* трансформация компетентностных профилей ряда категорий персонала в связи с изменением инструментария работы;
* возникновение новых ролей и профессий;
* повышение требований к «soft skills», гибкости и адаптивности персонала;
* рост спроса на специалистов, обладающих «цифровой ловкостью» (digital dexterity) и др.

**Риски и угрозы**

* Обеспечения квалифицированными кадрами и квалификации потребителя.
* Уменьшение числа рабочих мест низкой и средней квалификации.
* Несовершенства, неподготовленности нормативно-правовой базы.
* Обеспечения прав человека в цифровом мире.
* Компьютерная преступность и злоупотребление, в т.ч. безопасности данных.
* Опережающее повышение сложности решений.
* Возможности внешнего вмешательства (от частной жизни, до государства).
* Угроза суверенитету» страны и пересмотр роли государства.
* Доминирование IT-гигантов (владельцев технологий и данных), при ужесточении конкуренции «внизу».
* Изменение поведенческих моделей человека.
* Снижение устойчивости.
* Доверия человека к цифровой среде.
* Псевдодебилизация.

**Перспективы цифровизации туристских сервисов​**

В 21 веке информация имеет очень большое значение. Информационные технологии внедряются во все сферы нашей жизни, в том числе и в туризм. ​

В российской туристской отрасли разработка информационных технологий, как правило, ограничивается формированием программных продуктов по оформлению документов, их систематизацией на уровне секретарской работы и в лучшем случае автоматизацией рутинных процессов и созданием локальных баз данных для удовлетворения узких практических потребностей. ​

В настоящее время на российском туристском рынке можно выделить следующие этапы автоматизации типовой турфирмы. ​

1. Применение стандартного программного обеспечения, например, использование программ Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готовых баз данных Access, программ-переводчиков, бухгалтерских, финансовых, систем управления документами, знаниями. ​

2. Применение специальных типовых информационных технологий управления в туризме: «МАСТЕР-ТУР», «САМО-Тур» и др.​

3. Использование глобальных компьютерных систем бронирования: «AMADEUS», «GALILEO», «SABRE», «WORLDSPAN»; в т.ч. отечественных: «Сирена», «Алеан», «МегаТИС». ​

4. Сопряжение типовых информационных технологий управления с системами бронирования. ​

5. Участие в электронной торговле или электронном бизнесе. ​

**2ГИС** — это крупнейший онлайн-справочник, который содержит в себе подробную карту и информацию обо всех государственных учреждениях, развлекательных центрах, ресторанах, больницах, магазинах, а также других объектах инфраструктуры. При скачивании Вы получаете полный справочник с указанием телефонов и адресов, который сможете всегда носить с собой. Огромное преимущество данной программы — Вы можете скачать 2ГИС на Android и пользоваться справочником без интернета, находясь в любом городе, который поддерживается разработчиками. Пока 2ГИС владеет информацией не по всем городам, но их число постоянно растет. ​

Установить приложение можно не только на смартфон, есть версия 2ГИС на компьютер. Она может быть использована как стационарный справочник, пользоваться на компьютере приложением удобнее — больше обзор карты. ​

* После установки приложения вы увидите основные функции приложения: ​
* Возможность искать адреса и телефоны организаций в вашем городе без интернета. При чем в базе есть и государственные, и частные учреждения самого разного образца. ​
* Поможет найти отзывы о необходимой организации и учреждении, а также оценить благоустройство вокруг: наличие платной или бесплатной парковки, остановки общественного транспорта, банкоматов рядом. ​
* Возможность посмотреть здания изнутри, например, многоэтажные торговые центры — с помощью 2ГИС можно сразу найти нужный объект среди остальных. ​
* Навигатор — приложение построит оптимальный пешеходный или автомобильный маршрут, который проведет вас мимо тупиков и заборов. Так как программа все время обновляется, данные в ней всегда свежие, поэтому при перекрытии дорог или появлении ремонтных работ на нужном вам участке, маршрут будет меняться. ​

Вся информация получена из справочника и навигатора для определенного города, 2ГИС уже содержит информацию по более чем 200 городам в мире.

Справочник позволит вам не потеряться в чужом городе и быстро передвигаться по-своему. На карте организации и заведения обозначены в виде пиктограмм. Можно перейти на сайт заведения для получения более точной информации. ​

Вы можете скачать 2ГИС бесплатно для Новосибирска и других крупных городов России и пользоваться им даже при путешествиях — просто скачивайте дополнительную карту города, в который отправляетесь. Разработчики гарантируют, что все данные являются точными и полученными непосредственно от владельцев заведений, также обеспечивается своевременное обновление карт и информации и точность определения геоданных. ​

**Maps.me** — сервис для путешественников с офлайн-картами, путеводителями, пешими и автомобильными маршрутами и возможностью забронировать отель. ​

Аудитория Maps.me в основном состоит из европейских пользователей — 40-50%. Возраст — 25-34 года. ​

Компания стремится создавать для пользователей качественный контент и, чтобы понимать предпочтения пользователей, вкладывается в изучение рынка и аудитории.

Maps.me добавил в приложение вызов «Яндекс.Такси» вместо Uber в России ​

Пользователи картографического сервиса Maps.me получили возможность вызвать «Яндекс.Такси» внутри приложения. ​

​ 4 марта 2020 г. картографический сервис MAPS.ME и Всемирный фонд дикой природы (WWF) представили маршруты по местам обитания исчезающих видов животных. Также пользователи карт смогут в несколько кликов сделать пожертвование в адрес WWF России. ​

Всего в MAPS.ME появилось семь маршрутов от WWF России. На картах отмечены места, где живут амурские тигры, белые медведи, атлантические моржи, зубры, снежные барсы, сайгаки, переднеазиатские леопарды и северные олени. Каждый путеводитель содержит информацию о жизни вида, интересные факты, а также ссылку на сайт WWF России, где можно внести свой вклад в спасение животных. ​

Любому путешественнику необходима карта, которая поможет ему ориентироваться в незнакомой стране. Приложение MAPS.Me Maps With Me отличная программа для туризма без интернета. Для использования приложения необходимо один раз скачать его на свой смартфон, и наслаждаться отдыхом. При необходимости можно с легкостью найти необходимый вам объект, будь то отель, магазин, ресторан, или какая-нибудь достопримечательность. Поиск производится по GPS. В данном приложении можно найти карты абсолютно всех городов мира, включая даже мелкие острова. При включении приложения, вы сразу увидите свое местоположение. Затем вам нужно ввести интересующее вас место, и приложение проложит вам самый быстрый и удобный маршрут. ​

​ Ещё одно важное достоинство Maps.Me – относительно малый размер как самого приложения (менее 50 мегабайт), так и, что самое главное, карт. Для европейского города карта «весит», в среднем, от нескольких до 100 мегабайт, иногда несколько больше – в любом случае, подобные объёмы не слишком обременят любой современный смартфон. Да и загрузится необходимая информация быстро! Разработчики провели серьёзную работу над оптимизацией, чтобы добиться такого результата. ​

Maps.Me – простая в использовании, и весьма функциональная программа для навигации и построения маршрута. Интерфейс реализован весьма просто и лаконично, хотя отдельные решения в нём и не вполне интуитивны – однако выше мы разобрали все основные возможности приложения, так что проблем у вас не возникнет. ​

Конечно, Maps.Me не слишком подходит для планирования серьёзного, сложного путешествия, особенно по экзотическим странам. Ниша применения этого приложения – в первую очередь навигация в больших городах, оно даёт возможность быстро и без подключения к интернету получить самую необходимую информацию, а также поделиться ею. ​

Maps.Me не заменит всех инструментов, полезных для туриста, однако может стать одним из самых востребованных. ​

**Airbnb** - онлайн-площадка для размещения, поиска и краткосрочной аренды частного жилья по всему миру, основанная в 2008 году в Сан-Франциско. ​ Приложением можно пользоваться на ПК, IPhone, Android. ​

На сегодняшний момент приложение насчитывает 3,85 млн пользователей в России. ​Airbnb предлагает жильё в 65 000 городов 191 стране мира. ​Места размещения, которые представлены в приложении – комнаты, апартаменты, бунгало, виллы и даже дома на дереве! Здесь можно просмотреть фото, сравнить цены и почитать отзывы. ​

Плюсы: ​

* Стоимость. Нередко, особенно в крупных городах, через Airbnb можно найти более выгодные предложения, чем в отелях. Либо, за те же самые деньги, можно получить гораздо более привлекательные условия — лучшее расположение, большую площадь, наличие кухни, бытовой техники, бассейна и т. д.​
* Домашний комфорт. Нередко квартиры в airbnb сдаются полностью укомплектованные, в них есть всё, что нужно для привычной жизни, включая стиральную, посудомоечную машины, кухню с полным набором техники и посуды и т. п. В квартире вас будет ждать домашняя атмосфера и возможность поближе познакомиться с культурой страны изнутри. ​
* Возможность уточнить детали условий заранее. Перед тем, как забронировать ту или иную квартиру, Airbnb предоставляет возможность списаться с хозяином и получить ответы на интересующие вопросы. Есть ли рядом супермаркет, далеко ли до ближайшей автобусной остановки, где можно вкусно и недорого поужинать, нет ли шумных соседей, куда выходят окна в комнате и так далее — вы можете уточнить всё, что может повлиять в ту или иную сторону на комфортабельности вашего проживания в данном месте. ​
* Социализация. Если ваш профиль в Airbnb связан с аккаунтом в «Фейсбуке», вы сможете увидеть, где останавливались ваши друзья и спросить их о впечатлениях от этого места. ​
* Рассрочка. С 2018 года можно оплатить проживание в рассрочку. Первый взнос делается в дату бронирования, второй - ближе к дате заезда. Рассрочка распространяется на большинство стран, кроме Бразилии, Китая и Индии. ​

Минусы: ​

* Условия. Это не отельный сервис, а понятие комфорта и чистоты у каждого разное и не всегда ваши требования могут совпадать с возможностями хозяев квартиры — какие-то мелочи, которые незаметны владельцу, могут стать для вас досадным недоразумением. ​
* Скорость. В отличие от сайтов бронирования отелей, где вы можете выбрать нужный номер и тут же поехать заселяться, готовиться к поездке с использованием Airbnb следует заранее — в режиме онлайн не всегда 100% актуальная информация о доступности жилья на нужные даты. ​
* Меньшая приватность. Во-первых, для того чтобы забронировать жильё, необходимо заполнить свой профиль, указать свои контактные данные и, желательно, написать немного о себе (или записать видеопредставление). Также необходимо предоставить для идентификации свои документы (они будут доступны только системе Airbnb, хозяин жилья их не увидит). Во-вторых, если вы планируете снимать не апартаменты целиком, а отдельную комнату, то, возможно, вместе с вами в квартире будут жить другие постояльцы, либо хозяева. ​
* Непредсказуемость. Вам могут отказать в бронировании, если вы, или ваш профиль, чем-то не понравится хозяину. Кроме того, вашу бронь могут отменить в любой момент — это случается редко (для хозяина предусмотрены штрафы за отмену), но, тем не менее, может произойти и это нужно учитывать (если у хозяина были отмены раньше, это отображается в его профиле). ​

​ **BlaBlaCar** — крупнейший в мире международный онлайн-сервис поиска автомобильных попутчиков. Сервис был основан в 2006 году французом Фредериком Маззеллой. В основном сервис работает для междугородных поездок, а расходы на дорогу делятся пропорционально среди всех участников поездки. По данным на 2017 год, BlaBlaCar действует в 22 странах и насчитывает 50 миллионов пользователей. Оператором сервиса является компания Comuto SA, стоимость которой оценивается в 1,6 млрд долларов. ​

В феврале 2014 года BlaBlaCar вышел на территорию России и Украины за счёт поглощения российско-украинского сервиса «Подорожники», который основал Алексей Лазоренко с двумя партнёрами. Сумма покупки «Подорожников» публично не озвучивалась, а сам Алексей Лазоренко продолжил работать в BlaBlaCar в должности регионального руководителя в России и Украине. За первые 10 месяцев работы в России на сервисе зарегистрировалось более 1 млн человек, что стало абсолютным рекордом среди всех стран, где до этого запускался BlaBlaCar. ​

В российской команде работает 11 человек: маркетологи, бизнес-девелопер, пиар-менеджер и менеджеры по развитию занимаются исключительно продвижением сервиса, а все остальные решения принимаются во Франции. ​

В 2016 году **Booking Group** запустила сервис совместных путешествий Boombilla. По словам основателя Booking Group Алена Байбекова, в России очень большой и неосвоенный рынок междугородных перевозок, поэтому конкуренции новый сервис не боится. Другим прямым конкурентом в России является сервис BeepCar от Mail.Ru Group, запущенный в 2017 году, однако именно BlaBlaCar пользуется большой популярностью среди российских пользователей, поскольку сервис работает практически во всех регионах России, включая Тверскую область. ​

Плюсы:

* Деньги. Водитель окупает топливо, а пассажир тратит на перемещение сумму, заведомо меньшую, чем на общественный транспорт.​
* «Радость общения». Люди функционирующие примерно в одном месте и режиме всегда найдут о чём поговорить.​
* Время. Автомобиль, конечно, медленнее самолёта, но зато быстрее любого другого вида транспорта,​ и время, сэкономленное на дороге — это всегда приятно!​

Минусы:

* Есть риск, что рейс отменят и вам нужно составить список отелей заранее или продумать другой вариант возвращения.​
* Можно не найти место старта транспорта, если вы о встрече договариваетесь в незнакомом городе.​
* Машина может сломаться и вам не гарантируют ее замену.​

В современных сервисных технологиях в туризме пик развития IT еще не наступил. Туризм продолжает развиваться и привлекать всё новые сферы деятельности человека и новые рынки сбыта. Использование Интернета происходит практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристской компании, начиная от поиска и привлечения клиента и заканчивая формированием турпродукта с учетом его индивидуальных запросов. Реализация идеи привлечения туристских потоков должна основываться на тщательном изучении и оценке собственных туристских ресурсов и их потенциале, особенностях объектов туристской индустрии, использовании материалов для продвижения туристской компании при помощи Интернета. ​

# **Нормативно-правовая база туристской деятельности**

УКАЗОМ ПРЕЗИДЕНТА РФ ОТ 5 ИЮНЯ 2020 Г. N 372 «О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) передано из ведения Министерства экономического развития РФ под прямое руководство правительства РФ. ​

На Агентство возложены функции: ​

* по выработке и реализации госполитики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма и туристской деятельности; ​
* по координации работы по реализации приоритетных направлений госрегулирования туристской деятельности в России; ​
* по госнадзору за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма. ​

 **Планирующиеся изменения в законодательстве по туризму РФ:**

* АКТУАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ с целью переориентирования российского туризма с выездного и въездного на внутренний. ​
* Ввести налоговые послабления для отрасли, прежде всего – изменение ставки НДС. Ее предлагается снизить до 10% до конца 2020 года. ​
* Предлагается в целом снизить тарифы на коммунальные услуги для отрасли. ​
* Упростить порядок и процедуры оформления туристических виз для иностранных туристов​
* Разработать механизмы государственного регулирования, потребительской кооперации, создать условия для льготного кредитования и развития механизмов государственно-частного партнерства. ​
* Ускорить работы над «регуляторной гильотиной» ​
* Создать в сегменте внутреннего туризма отраслевое объединение для оказания помощи туристам, оказавшимся в экстренной ситуации по причине финансовой несостоятельности туроператора. В сфере выездного туризма такая ассоциация уже существует. ​

**«Регуляторная гильотина»** – механизм реформы контрольной и надзорной деятельности, который нацелен на пересмотр всех действующих и обязательных для бизнеса требований с целью понять — соответствуют ли они современным реалиям. Если соответствуют, то нормы остаются, если нет, то они отменяются или изменяются. ​

**Цель реформы** - существенно сократить административную нагрузку на бизнес — с одной стороны, а с другой — повысить уровень безопасности потребителей.

## **Глоссарий терминов в сфере туризма**

**(Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ (в последней редакции от 08.06.2020) – «Статья 1. Основные понятия»)**

**В настоящем Федеральном законе используются следующие основные понятия:**

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

туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

туризм внутренний - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

туризм выездной - туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

туризм въездной - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

туризм международный - туризм выездной или въездной;

туризм социальный - туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

туризм самодеятельный - туризм, организуемый туристами самостоятельно;

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

туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников;

туристский продукт - комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта;

туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор);

турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее - турагент);

заказчик туристского продукта - турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

формирование туристского продукта - деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

продвижение туристского продукта - комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

реализация туристского продукта - деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором;

экскурсант - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;

экскурсовод (гид) - профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

гид-переводчик - профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

инструктор-проводник - профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов;

экстренная помощь - действия по организации перевозки туриста из страны временного пребывания (оплата услуг по перевозке) и (или) иные действия (в том числе оплата услуг по размещению), осуществляемые объединением туроператоров в сфере выездного туризма в соответствии с настоящим Федеральным законом в случае неисполнения туроператором своих обязательств по договору о реализации туристского продукта в сфере выездного туризма в части неоказания полностью или частично туристу входящих в него услуг по перевозке и (или) размещению в связи с прекращением туроператорской деятельности по причине невозможности исполнения всех обязательств по договорам о реализации туристского продукта;

электронная путевка - документ, сформированный на основе договора о реализации туристского продукта туроператором или турагентом в форме электронного документа с учетом особенностей, определенных настоящим Федеральным законом;

туризм детский - туризм организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, который несет обязанности их законного представителя;

система навигации и ориентирования в сфере туризма - совокупность необходимой для ориентирования туристов информации о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии и средств размещения такой информации (информационных знаков, конструкций, сооружений, технических приспособлений и других носителей, предназначенных для распространения информации, за исключением рекламных конструкций);

туристский информационный центр - организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также продвижению туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках.

туристский маршрут - путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов.

средство размещения - имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц;

гостиница - средство размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое относится к одному из видов гостиниц, предусмотренных положением о классификации гостиниц, утвержденным Правительством Российской Федерации. К гостиницам не относятся средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций и (или) религиозных организаций, входящих в их структуру;

гостиничные услуги - комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Правительством Российской Федерации, которые предоставляются индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами;

классификация гостиниц - отнесение гостиниц к определенным категориям, установленным положением о классификации гостиниц, утвержденным Правительством Российской Федерации, на основании оценки соответствия гостиниц и предоставляемых в них гостиничных услуг требованиям, установленным этим положением;

классификация горнолыжных трасс, классификация пляжей - отнесение горнолыжных трасс, пляжей к определенным категориям, установленным правилами классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей, утвержденными уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, на основании оценки соответствия горнолыжных трасс, пляжей требованиям, установленным этими правилами [1].

## **Актуальные вопросы возможности отдыха и обеспечения безопасности туристов РФ**

**(Главы III «Права и обязанности туриста» и Главы VII «Безопасность туризма» (№132-ФЗ))**

Одним из важнейших элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов.

Опасности физического и социального характера должны приниматься в расчет субъектами индустрии туризма, которым следует минимизировать и предотвращать разнообразные угрозы безопасности туристской деятельности.

Обеспечение безопасности предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, гарантирующих безопасность перемещения туристов по территории государства, их пребывания, сохранность здоровья, жизни и имущества.

Осведомленность туристов об их правах и обязанностях играет важную роль в планировании путешествия. Основной смысл кроется в том, что таким образом граждане могут рассчитывать на помощь в случае форс-мажорных обстоятельств, а также самостоятельно обеспечить себе личную безопасность. Для этого создан особый свод правил, который может послужить своего рода памяткой для граждан, отправляющихся в путешествие.

**Статья 6. Права туриста​.** Данная статья содержит всю необходимую информацию рекомендательного характера для подготовки туриста к предстоящему путешествию. Также в документе прописаны все права, на которые могут рассчитывать граждане на время поездки. ​ Исходя из основной темы статьи, можно выделить несколько правовых аспектов, на которые может опираться турист при планировании отпуска или же во время самого отдыха.

1. Гражданин имеет право на необходимую и достоверную информацию о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там, об обычаях местного населения.
2. На обеспечение экстренной помощи за счет средств резервного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
3. На возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения условий договора о реализации туристского продукта туроператором или турагентом.
4. На информацию о возможности добровольно застраховать риски, связанные с совершением путешествия и не покрываемые финансовым обеспечением ответственности туроператора.

**Статья 7. Обязанности туриста.** Основная мысль статьи направлена на основные правила, необходимые для соблюдения их туристом во время поездки. Данный документ позволяет гражданину понять необходимость в первую очередь личной безопасности, поскольку соблюдение этих правил в целом уменьшает вероятность форс-мажорных обстоятельств в течение всего отпуска. ​ Таким образом, выделяется несколько правил, которые обязывают гражданина к выполнению тех или иных требований в течение отпуска:

1. Турист должен соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования.
2. Турист обязан сохранять окружающую среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры в стране (месте) временного пребывания.
3. Турист должен соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания, выезда из страны (места) временного пребывания и пребывания там, а также в странах транзитного проезда.
4. Турист обязан соблюдать во время путешествия правила личной безопасности.

**Статья 14. Обеспечение безопасности туризма​.** Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов, сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

При заключении договора о реализации туристского продукта туроператор или турагент обязан представить заказчику достоверную информацию:

* о правилах въезда и выезда в страну (место) временного пребывания, необходимых документах;
* о необходимости самостоятельной оплаты туристом медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания;
* о требованиях законодательства страны пребывания к условиям страхования в случае их наличия;
* об условиях договора добровольного страхования, о страховщике, об организациях оказания медицинской помощи в экстренной и неотложной формах и ее оплату, а также о порядке обращения туриста в связи с наступлением страхового случая: о месте нахождения, номерах контактных телефонов страховщика, иных организаций.
* об опасностях, с которыми турист может встретиться при совершении путешествия;
* о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах;
* о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;
* о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма для получения экстренной помощи;

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране (месте) временного пребывания туристов угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения.

При расторжении до начала путешествия договора о реализации туристского продукта туристу и (или) иному заказчику возвращается денежная сумма, равная общей цене туристского продукта, а после начала путешествия - ее часть в размере, пропорциональном стоимости не оказанных туристу услуг.

**Статья 15. Специализированные службы по обеспечению безопасности туристов.** Основной смысл статьи заключается в оказании помощи туристам, попавшим в бедствие на территории Российской Федерации. Помощь осуществляется специализированными службами, определяемыми Правительством Российской Федерации.

**Статья 16. Защита интересов российских туристов за пределами Российской Федерации в случаях возникновения чрезвычайных ситуаций.** В случаях возникновения чрезвычайных ситуаций государство принимает меры по защите интересов российских туристов за пределами Российской Федерации, в том числе меры по их эвакуации из страны временного пребывания. ​

**Статья 17. Добровольное страхование имущественных интересов туристов.** Туроператор (турагент) обязан разъяснить туристу под личную подпись, что в случае отказа от заключения договора добровольного страхования расходы на оказание медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания несет сам турист, а расходы на возвращение тела несут лица, заинтересованные в возвращении тела.

Правила страхования должны предусматривать:

* обязанность страховщика осуществить оплату и возместить расходы на оплату медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания или возвращения тела;
* заключение договора добровольного страхования на срок не менее указанного туристом периода его временного пребывания за пределами страны постоянного проживания;
* условие о вступлении договора добровольного страхования в силу не позднее даты пересечения туристом Государственной границы Российской Федерации;
* установление страховой суммы в размере, определенном исходя из требований к размеру страховой суммы, предъявляемых страной временного пребывания туриста, но не менее суммы, эквивалентной двум миллионам рублей по официальному курсу Центрального банка Российской Федерации, установленному на дату заключения договора добровольного страхования.

Страховщик вправе устанавливать в правилах страхования дополнительные события, при наступлении которых у него возникает обязанность произвести страховую выплату, а также вправе увеличивать установленную настоящей статьей минимальную страховую сумму.

В случае необходимости получения туристом медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания при наступлении страхового случая в медицинскую организацию или врачу предъявляется договор добровольного страхования (страховой полис) на русском и английском языках или сообщаются его номер, наименование страховщика и номер телефона, по которому следует обращаться при наступлении страхового случая [7].

**Вопросы безопасности в туризме.** Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) вместе с экспертными и аналитическими центрами начало подготовку предложений по восстановлению туристической отрасли после снятия ограничительных мер, сообщает пресс-служба ведомства. ​

В частности, речь шла о том, что в ходе поэтапного выхода отрасли из карантинных мер появятся новые требования безопасности туристов. В сообщении Ростуризма не указывается, что конкретно имеется в виду, однако подчеркивается, что при их внедрении необходимо сохранить привлекательность турпродукта. ​

В настоящее время мероприятия с целью спасения жизни граждан, находящихся за рубежом, осуществляются в соответствии с поручениями Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации.

Решение об осуществлении медицинской эвакуации гражданина принимается Правительством Российской Федерации при наличии согласованного решения Минздрава России, МЧС России, МИДа России, Минфина России.

Таким образом, наиболее надежным способом получения российским гражданином бесплатной медицинской помощи за рубежом является страхование граждан, выезжающих за рубеж.

​Министерство иностранных дел РФ выпустило **мобильное приложение "Зарубежный помощник"**, которое позволит российским туристам получить помощь в кризисной ситуации за границей.

Скачать бесплатное приложение можно в Google Play, App Store и Windows Store на любой смартфон. Перед поездкой за границу в МИД рекомендуют установить приложение, указав свои паспортные данные и номер телефона, и зарегистрировать свой маршрут. Среди функций, которыми можно воспользоваться во время путешествия: обратный звонок, уведомления о ЧС, экстренный вызов.

**О мерах безопасности при нахождении в странах с жарким климатом​.** Ростуризм призывает российских туристов, находящихся на отдыхе в Турции и других странах с жарким климатом, во избежание несчастных случаев учитывать особенности своего здоровья и возможное воздействие климата на общее самочувствие, а также соблюдать нижеприведенные рекомендации Роспотребнадзора.

Во время отдыха следует быть особенно осторожными при контакте с животными, потому что именно они являются источниками многих инфекционных и паразитарных болезней.

**Страховка для путешествующих** — это квалифицированная медицинская помощь в любой точке мира во время вашей поездки.

**Заключение.** В России в последние годы начался процесс системного подхода к обеспечению безопасности туризма.

Постепенно приходит осознание и понимание того, что это не просто личная предосторожность и осмотрительность самого туриста — это комплексная и многогранная задача. Она охватывает все аспекты безопасности на транспорте, в местах развлечения, размещения и отдыха. А еще на водных объектах, в горах, при занятиях экстремальными видами туризма, при посещении объектов культуры, особо охраняемых природных территорий. Все это требует серьезной координации вовлеченных в этот процесс структур, законодательного и нормативного правового регулирования, использования современных и передовых практик, технологий, систем и приборов!

# **Составление экспертного заключения научно-практического исследования в сфере туризма**

Экспертная и аналитическая работа может предполагать формирование экспертного заключения. Экспертные заключения готовятся на различные объекты, например, на инвестиционный (или иной) проект туристского объекта или комплекса, туристского маршрута, научно-исследовательскую работу, нормативно-правовой акт и т.д. Поводы к подготовке экспертного заключения могут быть различны. Практика выполнения экспертных заключений в сфере туризма и в смежных отраслях показывает, что особенности экспертного заключения во многом зависят от сферы деятельности и последующего использования этого документа. Например, существенно различаются экспертные заключения на нормативно-правовые акты или отдельные услуги.

В самом общем виде экспертное заключение представляет собой документ, в котором выражается обоснованное мнение эксперта по заранее оговоренным вопросам.

В составе экспертного заключения рекомендуется предусматривать наличие следующих основных частей:

* дата, время и место проведения экспертизы;
* сведения об экспертной организации и/или об эксперте (фамилия, имя, отчество, образование, специальность, стаж работы по специальности, наличие ученой степени, ученого звания, занимаемая должность, место работы);
* вопросы, поставленные перед экспертом, экспертами;
* объекты исследований и материалы, представленные для проведения экспертизы;
* содержание и результаты исследований с указанием методик;
* мотивированные ответы на поставленные перед экспертом, экспертами вопросы;
* выводы.

**Экспертное заключение** **об актуальности аналитического исследования Аналитическим центром НАФИ «Коронавирус - не помеха: Российские туристы планируют путешествовать летом 2020»**

Дата: 10.07.2020

Время: 10:00

Адрес: 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. Прошина, д. 3к2

Экспертная организация: студенты 25 группы направление «Туризм» - Лабутина А.К Анастасия, Мякишкова Валерия, Пан Валерия, Романова Александра, Романова Елена, Харитонова Дарья, Чижова Мария, Шамарова Дарья.

Объект исследования и состав экспертных материалов: данные аналитического обзора, проведённого НАФИ в апреле 2020 года. <https://nafi.ru/analytics/koronavirus-ne-pomekha-rossiyskie-turisty-planiruyut-puteshestvovat-letom-2020/> [6].

**Таблица критериальности оценок:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка**  | **Значение**  |
| 1 | Полное отсутствие |
| 2 | Удовлетворительно |
| 3 | Полноценно |

**Мнение экспертов:**

«Индивидуальное экспертное заключение Лабутиной А.К»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Данный критерий оценен высшим баллом, поскольку данное исследование раскрывает важность проблемы, которая действительно затронула многие сферы бизнеса, в том числе пострадала и туристская отрасль. |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 2 | Критерий получил среднюю оценку за достаточно посредственный метод сбора информации. Обоснованием является то, что многие другие ресурсы, на которых проводится сбор, анализ и статистика данных, пользуются аналогичным методом. Тем не менее, само исследование аналитиками выполнено с основательным подходом. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 3 | Критерий получил высшую оценку, так как в связи с актуальностью темы на данный момент собранная информация полностью соответствует действительности и позволяет увидеть, насколько для граждан России важен вопрос касаемо влияния COVID-19 на туристскую отрасль. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Высший балл выставлен после сравнения данных НАФИ с опросом от ВЦИОМ «Отдых-2020: планы меняются?». Анализ инфоцентра практически совпадает с результатами опроса ВЦИОМ – данные не должны быть идентичными, поскольку это все же несколько разные исследования, имеющие похожие поставленные перед респондентами вопросы. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Цель исследования как раз-таки достигнута за счет корректно поставленных вопросов, которые помогли в сборе необходимой информации для составления конечного анализа. В связи с этим критерий оценен высшим баллом. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Данный критерий также получил высший балл, поскольку общий итог исследования НАФИ по предложенной тематике – это то, что большинство россиян, несмотря на сложившиеся обстоятельства, действительно готовы продолжать планирование отпуска, даже если это будет не за пределами РФ. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Общие заключения по данному исследованию полностью соответствуют четко поставленной задаче, поскольку пандемия коронавирусной инфекции создала особые условия для развития внутреннего туризма, а значит, люди будут продолжать совершать поездки и проводить отпуска за пределами дома. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 2 | Выставленная оценка обоснована, поскольку, несмотря на проявленный профессионализм в проведении исследования, возможны расхождения в полученных данных в случае, если другой официальный инфоресурс проведет подобный анализ данных. В связи с этим может возникнуть вопрос о том, чему необходимо отдать предпочтение. Так или иначе, исследование подлежит применению на практике (вышеперечисленные критерии имеют довольно высокую оценку). |

«Индивидуальное экспертное заключение Мякишковой В.В»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Исследование и его цели актуальны на сегодняшний день. Его цель раскрывает проблему путешествий туристов. Из-за коронавируса пострадала сфера туризма. И этот вопрос очень важен. |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 2 | Оценка примеренного метода сбора является онлайн-опросом, где молодежь с лёгкостью отвечает на поставленные вопросы, с другими возрастными категориями проблема. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 2 | Данные достоверны, но не охватывают все возрастные категории, так же не представлена ссылка на половозрастной состав. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Данные НАФИ достоверны и обуславливается это тем, что многие государственные органы берут информацию от этих данных, а также СМИ. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Поставленные вопросы полностью соответственны исследованию. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Оценка высокая, полученная информация полностью соответствует. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | В этом плане все хорошо. Информация понятна и ясна. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Оценка хорошая, данные представлены. |

«Индивидуальное экспертное заключение Пан В.С»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Данное исследование актуально, так как лето – это основной период отпусков. Коронавирус напрямую влияет на деятельность субъектов турбизнеса. Исследование показывает, какие перспективы ожидают представителей туристической отрасли этим летом |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 3 | Примененный метод сбора – онлайн – опрос – дает возможность охватить большое количество респондентов за короткий промежуток времени. Учитывая то, что в настоящее время ситуация в мире меняется постоянно, данный метод сбора информации наиболее рационален. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 3 | Опрос был проведён аналитическим центром НАФИ, который регулярно публикует результаты новых исследований и придерживается принципов объективности и непредвзятости знаний об обществе. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Данные НАФИ регулярно используются государственными органами, всероссийскими общественными организациями, коммерческими компаниями и федеральными СМИ. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Поставленные вопросы полностью соответствуют цели. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Полученные данные полностью соответствуют цели исследования, а также дают дополнительную информацию для субъектов туристской отрасли, что является отличным показателем. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Выводы отражают результаты исследования, информация представлена кратко и понятно. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Практическое применение данного исследования возможно, так как приведены конкретные цифры по каждому варианту ответа. Туроператор сможет составить тур, опираясь на результаты исследования, и тем самым поднять спрос, т.к. тур будет соответствовать пожеланиям туристов. |

«Индивидуальное экспертное заключение Романовой А.С»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Исследование, безусловно, очень актуально, так как коронавирус сказывается на всех сферах жизни общества и отраслях экономики. Наиболее пострадавшая отрасль – туризм. В так называемом «посткоронавирусном» мире интересно узнать, повлияла ли сложившаяся эпидемиологическая и экономическая ситуация на желание и возможность путешествовать? |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 2 | Метод сбора данный очень актуален для молодого поколения, однако, значительный процент туристов – пожилые люди, которые не имеют доступа к компьютеру. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 2 | Так как многие пожилые люди, вероятно, не были опрошены, процент по всем пунктам может значительно измениться, но в целом, думаю, данные достоверны |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Источники достоверны |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Поставленные вопросы полностью соответствуют цели исследования |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Полученные данные соответствуют цели исследования |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Выводы, бесспорно, отражают результаты исследования |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Практическое применение данного исследования, возможно. |

«Индивидуальное экспертное заключение Романовой Е.А»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | На мой взгляд данное исследование достаточно актуально, так как это вопрос настоящего времени (лето 2020), и ситуация, связанная с коронавирусом, влияет на доступность отдыха, что волнует многих россиян. |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 2 | Примененный метод сбора – онлайн – опрос – в настоящее время широко распространен и актуален, но может не охватывать все возрастные группы. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 3 | Опрос был проведён аналитическим центром НАФИ, который регулярно публикует результаты новых исследований и придерживается принципов объективности и непредвзятости знаний об обществе. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Данные НАФИ регулярно используются государственными органами, всероссийскими общественными организациями, коммерческими компаниями и федеральными СМИ. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Поставленные вопросы полностью соответствуют цели. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Полученные данные полностью соответствуют цели исследования. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Вывод отражает результаты исследования, краткая и понятная информация. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Практическое применение данного исследования вполне возможно, так как приведены конкретные цифры по каждому варианту ответа. |

«Индивидуальное экспертное заключение Харитонова Д.В»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Данное исследование очень актуально, так как эта ситуация мирового масштаба. |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 2 | Такой метод сбора, как онлайн опрос – очень актуален в наше время, этот метод очень удобен и прост, но высока вероятность того, что люди зрелого и пожилого возраста не смогут пройти данный опрос, так как некоторые далеки от информационных технологий. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 3 | Опрос был проведён аналитическим центром НАФИ, который регулярно публикует результаты новых исследований и придерживается принципов объективности и непредвзятости знаний об обществе. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Данные НАФИ часто используются государственными органами, всероссийскими общественными организациями, коммерческими компаниями и федеральными СМИ. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Вопросы составлены четко по теме, нет ничего лишнего, что могло бы перечить поставленной цели. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Данные исследования целиком соотв. цели, так как полученная информация этому подтверждение. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Дан небольшой, но полноценный и понятный вывод по исследованию. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Данное исследование, с уверенностью, можно применять на практике, так как даны четкие данные по определенным опросам. |

«Индивидуальное экспертное заключение Чижова М.С»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Данное исследование достаточно актуально, так как эпидемиологическая ситуация сильно повлияла на возможность россиян совершать туристические поездки. |
| 2 | Оценка примененного метода сбора | 3 | Метод сбора – интернет- опрос. Это самый распространенный метод сбора информации, так как глобальная сеть охватывает очень большую аудиторию разных возрастных групп. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 3 | Приведенные данные достоверны. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 3 | Опрос был проведен аналитическим центром НАФИ. Это многопрофильный аналитический центр, информация в нем достоверная. |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели | 3 | Вопросы соответствуют цели исследования. |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 3 | Полученные данные соответствуют цели исследования. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 3 | Вывод раскрывает результаты исследования. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 3 | Есть возможность практического применения исследования, так как собрана вся необходимая информация по теме. |

«Индивидуальное экспертное заключение Шамарова Д.С»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Оценка актуальности цели исследования | 3 | Тема является очень актуальной. Это связано с тем, что россияне, планировавшие свой летний отпуск, вынуждены корректировать свои планы. В связи с пандемией значительно ограничились возможности организации отдыха. |
| 2 | Оценка применённого метода сбора данных | 3 | Опрос – самый распространенный и эффективный метод сбора данных, позволяющий охватить большие совокупности людей и учесть половозрастную структуру современного общества. |
| 3 | Оценка достоверности приведенных данных | 1 | Не указан объем выборочной совокупности, что не дает нам возможность оценить репрезентативность выборки. Отсутствуют ссылки на половозрастной состав и социальный статус респондентов. |
| 4 | Оценка достоверности источников приведенных данных | 1 | Ссылки на источники отсутствуют |
| 5 | Оценка соответствия поставленных вопросов цели исследования | 2 | Вопросы сформулированы не четко. Часто встречается оборот «…насколько вероятно…», что подразумевает применение шкалы. В некоторых вопросах недостаточно вариантов ответов, например: «Какими видами транспорта Вы будете пользоваться» |
| 6 | Оценка соответствия полученных данных цели исследования | 2 | Тема влияния коронавирусной инфекции на развитие туристической отрасли в 2020 году раскрыта не  полном объеме. |
| 7 | Оценка представленных выводов по выполненному исследованию | 1 | Отсутствуют графики и диаграммы. Материал представлен скомкано. Выводы сформулированы  не всегда логично, напимер: «Абсолютное большинство российских туристов не испытывают больших опасений по поводу заражения коронавирусом. Только 18% говорят о сильном страхе перед коронавирусом…». Если пятая часть всех опрошенных говорит о сильном страхе перед короновирусом нельзя писать об Абсолютном большинстве туристов не испытывающих опасений по поводу заражения инфекцией. |
| 8 | Оценка возможности практического применения данного исследования | 2 | Рекомендации для представителей бизнес-сообщества в сфере туризма полезны, но недостаточны. Думаю, что представленные данные скорее будут интересны представителям органов государственной власти для оказания помощи бизнесменам и формирования требований по соблюдению правил безопасности туристов в зонах отдыха и на транспорте. |

**Вывод:**Большинство опрошенных ожидают, что произойдёт открытие границ и уже строят планы. Хоть пандемия коронавируса сказалась на туристической отрасли не лучшим образом, но всё же создала уникальные условия для развития внутреннего туризма. На данный момент 23% респондентов, которые обычно не отдыхают в России, летом 2020 года планируют провести отпуск в РФ.

# **Индивидуальная работа**

## **Индивидуальное исследование в рамках производственной (технологической) практики на тему:** Проблемы и перспективы развития туризма в малых и средних городах России: Великий Устюг

**Введение**

**Актуальность** исследовательской работы обусловлено тем, что на данный момент в Российской Федерации в связи с последними события в мире (covid-19) открылись новые перспективы для такого направления, как внутренний туризм. Многим малым и средним городам выпал шанс улучшить свое экономическое положение за счет развития туристской отрасли.

Научная **новизна** заключается в том, что исследование будет учитывать актуальную информацию, связанную с пандемией, и опираться на то, что у городов с неразвитой туристской инфраструктурой появилось преимущество – не имея материальной базы или имея ее в незначительном количестве, они смогут изначально строить объекты размещения, питания, развлечения и т.д. в соответствии с новыми санитарными требования, разработанными Роспотребнадзором.

**Цель исследования** – дать объективную оценку перспективам развития туризма в городе Великий Устюг.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Определить специфику туризма в малых исторических городах России.
2. Выявить проблемы и перспективы развития туризма в малых исторических городах.
3. Изучить материалы об историческом развитии города Великий Устюг и о его современном состоянии.
4. Провести анализ туристского потенциала г. Великий Устюг.

**Глава 1. Теоретические основы развития туризма в малых исторических городах России**

* 1. **Специфика туризма в малых исторических городах России**

Малые города относятся к проблемным городским поселениям России. Бюджеты малых городов и поселков не обеспечивают покрытие минимальных социальных стандартов для их жителей, их база в значительной степени разрушена, не созданы сбалансированные производства и виды деятельности. Отсюда высокая безработица, низкие доходы населения, социальная напряженность. Поэтому малые города представляют собой особую группу населенных пунктов, находящихся в специфической социально-экономической ситуации и требующих особого подхода при реализации проектов. Главная задача – создать в городе такие условия для работы, которые способствовали бы поддержанию высокого экономического уровня, и запустить механизм саморазвития, а значит и решения вопросов занятости, роста уровня жизни населения, развития социальной сферы. Опыт зарубежных стран свидетельствует о том, что существует относительно эффективный способ решения этой проблемы – развитие внутреннего и въездного туризма путем обеспечения притока экономических ресурсов в малые исторические города.

Малый исторический город - это особый тип общины, в котором в значительной степени сохранился отечественный историко-культурный потенциал, способный обновиться и в наше время.

Важнейшей особенностью этого города является взаимодействие с живой природой, нетронутым ландшафтом в отличие от практически полностью искусственной среды большого города. Сегодня планы по возвращению природы в городскую среду не пользуются успехом.

Кроме того, существует большая разница в установившемся образе жизни. Социальная информация, которая с годами оседает в среде небольшого города (традиции, обычаи, мифы, фольклор и т.д.), сохраняется дольше и всегда востребована.

Все это сводится к специфике туризма в малых исторических городах России, который должен быть в основном ориентирован на ознакомление с культурой малого исторического города, детальное знакомство с историей страны. Данный вид туризма выгоден тем, что приносит доход с минимальными затратами и создает рабочие места.

Туризм в России далек от притязаний на высокое качество предоставляемых услуг, которые во всех случаях не соответствуют международным стандартам. Стоит отметить, что ситуация с коронавирусом повлияла на рекреационные потоки, которые теперь будут ориентированы на более доступные по экономическим причинам предложения туристического направления, оно, скорее всего, будет локальным, близким к транспортной доступности. Казалось бы, в этих условиях туризм в малых городах должен развиваться, но, несмотря на то, что туристический потенциал малых исторических городов необычайно велик, отсутствие информации о большинстве из них, а также слабо развитая туристическая инфраструктура, тем не менее, снижает их историческую ценность.

Небольшие города, ставшие историческими, избежали участи превращения в моногорода, но оказались в зависимости от потока туристов. Однако этот поток не стал ожидаемым источником прибыли по вышеперечисленным причинам. Кроме того, музейные объекты федерального уровня ничего не вкладывают в местный бюджет.

Необходимо создать стимулирующие условия для частного бизнеса, которые позволят без больших финансовых затрат достичь двойных целей: экономического роста и роста доходов, с одной стороны, и развития регионального туризма и его инфраструктуры – с другой. Региональный туризм требует серьезных структурных преобразований в малых исторических городах, в первую очередь, смены приоритетов – перехода от исключительной ориентации на высококлассный туризм к развитию массовых видов туризма.

Для того чтобы получить деньги от туризма, мы должны в первую очередь инвестировать в развитие туристической инфраструктуры, создать положительный имидж небольшого исторического городка и проводить рекламные кампании. Желательно действовать именно в таком порядке.

* 1. **Проблемы и перспективы развития туризма в малых исторических городах**

В России малые города — города с населением менее 50 тыс. человек. Они составляют около 2/3 всех городов страны. Именно они (вместе со средними городами) «должны быть основой системы расселения развитого государства, однако, социально-экономические преобразования последних лет зачастую проводились без учета специфики малых населенных пунктов, что не только не способствовало их развитию, но и усугубило кризисные явления» [2].

Историко-культурные ресурсы малых исторических городов РФ вызывают интерес у туристов, однако сейчас историческая среда большинства российских городов пребывает в кризисном состоянии. Много памятников истории и культуры нуждается в срочной реставрации, большинство жилых и общественных зданий исторической застройки нуждаются в модернизации или реконструкции. Кроме этой проблемы, существует и множество других проблем, сдерживающих развитие туризма в малых исторических городах. Среди них:

* неразвитая туристская инфраструктура;
* нехватка квалифицированных кадров;
* безынициативность туроператоров в разработке новых маршрутов;
* отсутствие информации о достопримечательностях;
* посещение только известных мест;
* отсутствие рекламной кампании или некачественное ее проведение;
* незаинтересованность музеев в участии;
* скудный ассортимент туристского продукта;
* невысокое качество обслуживания во всех секторах туристической индустрии.

Начинать решать проблемы, связанные с низким развитием туризма в малых исторических городах РФ, нужно сверху. Лишь государство может гарантировать стабильное развитие туризма.

Не менее важен и вклад региональных и муниципальных органов власти, а также предпринимательства в развитие туризма в малых исторических городах. Он может выражаться в реализации следующих мероприятий:

* реставрация памятников архитектуры и градостроительства;
* подготовка достопримечательностей к туристско-экскурсионному показу;
* благоустройство туристской инфраструктуры;
* развитие ландшафтно-рекреационных территорий;
* организация транспортных и пешеходных связей;
* создание культурно-туристских зон;
* строительство гостиниц эконом-класса, рассчитанных на привлечение и удержание основных потребителей туристических услуг: туристов со средним размером дохода;
* профессиональная подготовка и повышение уровня знания экскурсоводов, гидов-переводчиков и другого обслуживающего персонала.
* разнообразие ассортимента туристского продукта;
* развитие новых направлений туризма.

Потенциал малого исторического города не используется на должном уровне, отчего в итоге страдает его социально-культурное развитие в целом. Среди самых актуальных проблем развития малых исторических городов — «комплексное выявление историко-культурных ресурсов, т. е. идентификация места и разработка самой концепции охраны культурного наследия, изучение и популяризация его среди местного населения, профессиональная организация культурного туризма. Решение этих задач сокращает риск культурной изоляции исторических центров, повышая одновременно их жизненный уровень» [5]. К тому же, эффективное развитие туризма создает возможности для сохранения имеющихся культурно-туристских ресурсов, улучшения экономического положения исторических городов России и повышения качества и уровня жизни местного населения.

**Глава 2. Анализ потенциала развития туризма в малых исторических городах (на примере города Великий Устюг)**

**2.1. Историческое развитие г. Великий Устюг и его современное состояние**

Великий Устюг – административный центр Великоустюгского района. Располагается в 450 км к северо-востоку от Вологды на левом берегу реки Сухоны. Численность населения города на 1 января 2017 года составила 31 606 человек. Датой основания города считается 1147 год.

В XII веке великий князь Всеволод Большое Гнездо основал первое поселение в районе нынешнего Великого Устюга – Гледен – на высокой горе у слияния двух рек: Сухона и Юг. Постоянно изменяющееся течение Сухоны подмывало правый берег, на котором располагался Гледен. Это послужило тому, что посадские люди переселились на левый берег и основали новое поселение, названное по устью реки Юг – Усть-Югом или Устюгом.

Несколько веков Устюг и Гледен существовали параллельно. В первой половине XV века Гледен активно принимал участие в разборках между московскими и звенигородскими князьями. После полного уничтожения города вятичами (в 1438 году), Гледен уже не восстанавливался. Часть жителей ушла в Великий Устюг, часть – в село Морозовица. Единственное напоминание о существовании город – Троице-Гледенский монастырь.

Первые достоверные сведения об Устюге относятся к 1212 году, когда в городище был заложен Михайло-Архангельский монастырь. Во второй половине XV века Устюг сыграл большую роль в собирании северных земель под властью Москвы. Устюжские полки совершили более полутора десятков военных походов.

В середине XVI века Устюг перестал быть окраинным укреплением и потерял свое военное значение. Но выгодное географическое положение и открытие торгового пути по Сухоне и Северной Двине к Белому морю позволило Устюгу продолжить свое развитие в качестве торгового центра. Устюг стал главным пушным рынком страны. Рост торговли послужил толчком к развитию кустарных производств и художественных промыслов. В XVI веке за ним утверждается название Великий.

Великий Устюг – родина выдающихся мореходов и землепроходцев. Предприимчивые устюжане раньше прочих прошли вдоль и поперек всю Сибирь от Урала до Тихого океана, что и послужило толчком к началу географических открытий русских землепроходцев в Восточной Сибири и далее. Открытия эти начались в 1648 году походом Семена Ивановича Дежнёва, жителя Устюга.

В XVIII веке в связи с перемещением торговых путей Великий Устюг, как и многие другие северные города, утратил торгово-транспортное значение.

В XVII веке в Великом Устюге сложился известный русский народный художественный промысел – великоустюжское чернение по серебру. В 1933 году образована артель Северная чернь (в настоящее время завод «Северная чернь», производящий художественные серебряные изделия, в том числе ювелирные).

Во второй половине XIX – начале XX веков предприимчивое устюжское купечество открыло в городе и уезде целый ряд промышленных заведений, продукция которых находила широкий сбыт. Тончайшее полотно из лучших сортов местного льна ткали на Красавинской фабрике наследников Я. Грибанова. На маслобойных заводах Чебаевских выпускали льняное масло и олифу, на заводе «Новатор» И. Я. Львова – клееную фанеру, на заводе «Бавария» Л. Г. Зебальда – отличного качества пиво и лимонад. Большая заслуга принадлежала устюжанам и в развитии пароходства на северных реках. В городе были открыты пристань и Михайловские мастерские по ремонту и строительству судов. В 1910-х годах Устюг по развитию промышленности занимал второе место после губернского центра [3].

Первый музей Великого Устюга – древлехранилище – был открыт в 1910 году в здании Введенской церкви Михайло-Архангельского монастыря. За время существования в древлехранилище были переданы предметы древности из Михайло-Архангельского, Иоанно-Предтеченского, Троице-Гледенского монастырей, Успенского собора, Кирилло-Мефодиевской, Спасовсеградской, Сретенской Мироносицкой церквей. Ценнейшие фонды древлехранилища стали основой созданного в 1918 году Музея северодвинской культуры.

Самые яркие и драматические страницы в истории музея – его бескомпромиссная борьба за сохранение архитектурного облика Великого Устюга. В 1924 году в ведение Музея северодвинской культуры были переданы Михайло-Архангельский собор, Владимирская церковь Михайло-Архангельского монастыря, в 1926 году – Троицкий собор Троице-Гледенского монастыря с его уникальным иконостасом, деревянной скульптурой и колоколами.

В 1970-х годах началась активная работа по восстановлению памятников истории и культуры города, которая продолжается и в наши дни [3].

**2.2. Туристский потенциал г. Великий Устюг**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Город (название, тип, подтип).**  | **Турфирмы (названия, адреса сайтов, юридические адреса)​** | **Основные направления деятельности** | **Экскурсионные программы по городу** |
| Великий Устюг:Малый стабильный рекреационный город вне крупной городской агломерации, который не является центром городских округов, относительно успешный город с экономикой, базирующейся на эксплуатации естественных ресурсов | Великоустюгское бюро путешествий* Адрес: 162394, Великий Устюг, ул. Красная, 108а, БЦ "Меридиан", оф. 25
* Сайт: <http://vubp35.ru>, <http://buroputeshestviy.ru>
 | Автобусные экскурсионные туры по России: Карелия, Санкт-Петербург, Киров, Казань, Дивеево-Муром-Боголюбово, Коми, Москва, «Золотое кольцо», «Серебряное кольцо» и по Белоруссии.Групповые турыСборные турыАвтобусные туры на море | Город древний, город славный - Великий Устюг.Здесь начинаются чудеса.Один день в гостях у Деда Мороза. Зима.Сказка круглый год на 2 дня. |
| Север-транс, ООО* Адрес: Великий Устюг, ул. Красноармейская, 6
* Сайт: <http://severtrans-tur.ru>
 | Отдых в РоссииОтдых за рубежомТур выходного дняШкольные турыАвтобусные турыТуры в Великий УстюгПаломнические поездкиДеревенский туризм | Зимняя сказка в Великом Устюге.Новогодняя ночь в Великом Устюге.Один день в гостях у Деда Мороза.Экскурсионный тур (3дня/2 ночи).В гостях у Деда Мороза. |
| ТК СеверГрадъ* Адрес: 162390, Набережная ул., 23, Великий Устюг
* Сайт: <https://www.severgrad.com/>
 | Туры с проживанием в гостинице Усадьба Арлазорова, Лечебные туры, Оздоровительные туры, Туры выходного дня, Экскурсионные туры, Школьные туры, Новые туры, Групповые туры, Весенние туры, Летние туры, Зимние туры, Семейные туры, Охотничьи туры, Свадебные туры, Туры по России, Новогодние туры в Великий Устюг | 18 ноября 2020 День рождения Деда Мороза 2/1 (гостиница).Великий Устюг-Сольвычегодск 3/2 (май - октябрь).Сплав по реке Юг.Сплав по реке Сухона.Конный тур 4/3 включающий конные прогулки.Новогодние туры в Великий Устюг.Школьные туры нового года 2020 (зимние забавы на Даче Деда Мороза). |
| Турбюро СМК Великий Устюг* Адрес: Гледенская ул., 61, Великий Устюг
* Сайт: <http://smk-prok.ru/>, <https://vk.com/id234985903>
 | Отдых в России и за рубежом. Санатории и пансионаты Белорусии, Крыма, Абхазии, Краснодарского края, Кавказских Минеральных Вод.Отдых в Испании, Таиланде, Кубе, Доминикане, на Мальдивах, Шри-Ланке, Греции, Австрии, ОАЭ, Болгарии Корпоративный тур | Тур выходного дня город великий, город старинный 2 дня/1 ночь.Осенние каникулы у Деда Мороза 2дня/1ночь.Рождество в гостях у Деда Мороза.День рождения у Деда Мороза. |
| Туристическая фирма УстюгГазтур* Адрес: 162394, ул. Красная Гора, 6, Великий Устюг
* Сайт: <http://www.gaztur.ru/>
 | Летние туры в Великий УстюгОсенние туры в Великий УстюгЗимние туры в Великий УстюгВесенние туры в Великий УстюгДеревенский туризм | В гости к Дедушке Морозу.День Рождения Деда Мороза.Новый год 2019-2020 в Великом Устюге.Праздничный тур с 3 по 5 января 2020.Тур выходного дня «В гости к Дедушке Морозу» 2 дня / 1 ночь. |
| Туристская фирма Северный Мир* Адрес: 162390, ул. Луначарского, 7, Великий Устюг
* Сайт: <http://www.severmir.ru/>
 | Сборные турыИндивидуальные турыШкольные турыПо Росси: Санкт-Петербург, Москва, Нижний Новгород, Вологда, Казань, Великий Устюг, «Золотое кольцо» и по Беларуси. | В гости к Деду Морозу 2дня/1 ночь.Каргополь-Великий Устюг-Сольвычегодск-Тотьма.Православная Вологодчина.Рождественская сказка у Деда Мороза.Рождество в гостях у Деда Мороза.День рождения у Деда Мороза. |
|  | Туркомпания Устюг Великий* Адрес: 162390, Красная ул., 81, Великий Устюг
* Сайт: <http://ustug-v.ru/>
 | Великий Устюг | Новогодняя сказка.Путешествие в сказку.Два дня в сказке Деда Мороза.Каникулы в сказке Деда Мороза.Один день в сказке Деда Мороза.Деревенские каникулы на родине Деда Мороза.Уроки в Школе Волшебства. |
|  | Устюг тур* Адрес: 162390, Красная ул., 103, Великий Устюг
* Сайт: <http://устюг-тур.рф/>
 | Туры в Великий УстюгВотчина Деда МорозаАвтобусные туры на МореЭкскурсионные туры на автобусеПо России: Казань, Карелия, Соловецкие острова, Мурманск, Водлозеро, Кенозерье, Архангельск Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Крым, Урал, Кавказ, Южное и Восточное «Золотое кольцо», «Серебряное кольцо» и по Беларуси, Финляндии, Германии. | Каникулы в новогодней сказке.Новый год в гостях у Деда Мороза.Один день на родине Деда Мороза.Сказка в гостях у Деда Мороза.Экскурсия на Вотчину Деда Мороза.  |

Великий Устюг входит в число российских городов, обладающих особо ценным историческим наследием. Существующий исторический облик города формирует гармоничное сочетание древних каменных церквей и городских усадеб. В городе насчитывается 150 объектов культурного наследия федерального и регионального значения.

Памятники Великого Устюга являются объектом постоянного внимания тысяч туристов, ежегодно посещающих город. Развитию туризма активно способствует проект «Великий Устюг – Родина Деда Мороза», который реализуется с 1998 года.

Туры в Великий Устюг уникальны, в первую очередь, тем, что предоставляют детям альтернативу – вместо поездки к Санта-Клаусу в Финляндии ребенок может побывать в гостях у Деда Мороза. Основными потребителями туров в Великий Устюг остаются москвичи и люди из провинции.

В Великоустюгском районе насчитывается 8 турфирм: «Устюг Великий», «СМК Великий Устюг», «СеверГрадъ», «Устюг-Тур», «Бюро путешествий», «Север-Транс», «Северный мир» и «УстюгГазтур».

Туры, которые предлагают турфирмы: «Каникулы в новогодней сказке», «Один день на родине Деда Мороза», «Сказка в гостях у Деда Мороза», «Экскурсия на Вотчину Деда Мороза», «День рождения Деда Мороза», «В гости к Дедушке Морозу», «Рождество в гостях у Деда Мороза».

В Великоустюгском районе активно развиваются различные виды туризма: развлекательный («Здесь начинаются чудеса»); экскурсионно-познавательный «Экскурсия на Вотчину Деда Мороза», «Город древний, город славный - Великий Устюг»); фольклорно-этнографический («Самородки северного края»); паломнический («Устюг - православный, Богом хранимый»); приключенческий и спортивный туризм (сплавы рекам Сухона и Юг, охота, рыбалка, конные туры); экологический («Устюг – первозданный», «Путешествие в лесную сказку»); деревенский («Лето в северной глубинке», семейный отдых в сельской местности и др.); лечебно-оздоровительный туризм.

Одним из перспективных направлений Великоустюгского района является развитие летнего туризма. Для развития таких направлений туризма, как культурное, историческое, паломническое, этнографическое и деревенское, Великий Устюг имеет огромный потенциал: первозданную природу, объекты, обладающие особо ценным историческим значением, кадры квалифицированных краеведов. Особый интерес у туристов вызывает событийный туризм: Праздник Русского Лаптя, Прокопьевская ярмарка, Праздник лошади.

Деревенский туризм с каждым годом становится всё популярнее. Туристам предлагается отдых на природе с погружением в деревенский быт настоящей северной глубинки: русская банька, огород, «деревенский зоопарк» - наблюдение и, по желанию, уход за домашними животными, фольклорные программы, катание с гор, катание на лошадях, деревенские забавы и праздники деревень.

**Заключение**

Наиболее характерная для Великого Устюга причина, сдерживающая развитие туризма - это состояние туристской инфраструктуры, а точнее низкий уровень развития материальной базы, устаревшее оснащение гостиниц, санаториев, домов отдыха, слабая транспортная обеспеченность, удаленность или оторванность от основной транспортной сети.

Несмотря на проблемы, связанные с низким уровнем развития туристской инфраструктуры, благоприятное влияние на развитие туризма в городе оказывает природный фактор (мягкий климат, жаркое лето, продолжительность залегания снежного покрова для зимних видов отдыха, комфортная температура воды, пересеченный и разнообразный рельеф, разнообразный растительный и животный мир, богатые гидроминеральные ресурсы и т.д.).

Проект «Великий Устюг - родина Деда Мороза» доказывает свою инвестиционную привлекательность и создает благоприятную среду для дальнейшего развития. Динамично развиваются культурно-образовательное, воспитательное и социальное направление проекта, а также межрегиональное и международное сотрудничество. Почти 85% туров, которые предлагают турфирмы, связаны с посещением объектов данного проекта. Некоторые турфирмы специализируются на турах только этого направления, а т.к. даже в период пандемии турфирмы остались на рынке и активно предлагают свои услуги, значит то, что проект «Великий Устюг - родина Деда Мороза» востребован на данный момент и имеет огромный потенциал для дальнейшего развития.

Вместе с проектом развивается экономика и социальная сфера Великоустюгского муниципального района. Появились новые рабочие места, развивается инфраструктура города, обновляется исторический центр, строятся дороги, гостиницы и предприятия общественного питания, открываются новые магазины, торгово-выставочные центры и супермаркеты.

## **Экспертное заключение** об индивидуальном исследовании по производственной (технологической) практике на тему: «Перспективы развития туризма в малых и средних городах России: г. Гатчина»

Дата: 15.07.2020

Время: 21:00

Адрес: 170021, Тверская область, г.Тверь, ул. Прошина, д. 3к2

Эксперт: студентка 25 группы направление «Туризм» -  Пан Валерия.

Объект исследования и состав экспертных материалов: данные индивидуального исследования, проведённого Гусаровой Анной в июле 2020 года [4].

**Таблица критериальности оценок:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Значение** |
| 1 | Полное отсутсвие |
| 2 | Удовлетворительно |
| 3 | Полноценно |

**Индивидуальное экспертное заключение Пан В. С.:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы эксперта** | **Обоснование ответа** |
| 1 | Соответствие названия выбранной тематике | 3 | Данный критерий оценен высшим баллом, поскольку название полностью соответствует выбранной тематике. |
| 2 | Грамотно сформулированы цели и задачи | 3 | Критерий получил высшую оценку, т.к. четко поставлена цель, задачи сформулированы лаконично, в логичной последовательности. Соответственно, поэтапное решение задач способствует достижению цели. |
| 3 | Актуальность работы | 3 | Высший балл выставлен, т.к. работа позволяет понять, какое влияние оказывает туризм в малых и средних городах России в повышении благосостояния страны. |
| 4 | Новизна | 3 | Высший балл выставлен после тщательных поисков аналогичных работ. Исследовательских работа на тему: «Перспективы развития туризма в малых и средних городах России» именно на примере г. Гатчин не существует, что доказывает новизну данной работы. |
| 5 | Полнота содержания | 3 | Критерий получил высшую оценку, так как собранная информация полностью соответствует действительности и позволяет представить общую картину на рынке туристских услуг, а именно основные направления турфирм и предлагаемые экскурсионные программы, а также проблемы и перспективы развития туризма в г. Гатчин. |
| 6 | Выполнение поставленных задач | 3 | Данный критерий также получил высший балл, поскольку поставленные задачи были решены успешно и на основе полученных данных было сделано качественное заключение. |
| 7 | Раскрытие темы | 3 | Исследователю удалось раскрыть полностью тему. |

**Максимальный балл экспертного заключения: 21/21.**

**Общий вывод:** Данная исследовательская работа получила наивысший балл, т.к. наблюдается взаимосвязанная последовательность, которая образует целостность текста. Следует отметить, что корректно поставлены задачи, цель сформулирована лаконично. Решение задач способствует достижению поставленной цели. Работа уникальна тем, что исследований на данную тему, именно на примере г. Гатчин, не существует и доказывает свою актуальность для научного мира.

# **Заключение**

Таким образом, в рамках практики было изучено много новой теоретической информации о цифровизации туристских сервисов, нормативно – правовой базе индустрии гостеприимства и рассмотрена методика проведения экспертизы аналитических исследований в туризме.

По каждой теме были выполнены практические задания, которые помогали закрепить полученные знания и тренировать уже имеющиеся навыки.

В качестве итоговой работы каждый студент 25 группы провел индивидуальное исследование, в котором смог применить полученные навыки экспертной оценки и детального анализа.

Также на практике были получены навыки публичного выступления, изучены материала о малых и средних городах России: их перспективы и проблемы развития туризма и туристская привлекательность.

Стоит отметить, что подробно был изучен Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ (в последней редакции от 08.06.2020) – «Статья 1. Основные понятия», Главы III «Права и обязанности туриста» и Главы VII «Безопасность туризма**»** пи получены ценные знания.

# **Список литературы**

1. «Консультант Плюс» - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)
2. Барабошина, Н. В. Малые города России: как остаться в истории / Ярославский педагогический вестник. Ярославль, 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vestnik.yspu.org/releases/2012\_3g/56.pdf
3. Великий Устюг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cultinfo.ru/historical-cultural-heritage/historic-settlements/great-ustyug.php>
4. Гусарова, А. Перспективы развития туризма в малых и средних городах России: г. Гатчина / Исследовательская работа / Тв.: ТвГУ, 2020 – с. 16
5. Крогиус, В. Р. Исторические города России как феномен ее культурного наследия / В. Р. Крогиус. — М.: Прогресс-Традиция, 2009 – с. 321
6. НАФИ — Аналитический центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nafi.ru/>
7. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/>

​

​

​