

ПРАВИТЕЛЬСТВО ГОРОДА МОСКВЫ
ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА И ТУРИЗМА»

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА: ВОЗМОЖНОСТИ, ПРИОРИТЕТЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сборник материалов

XV Международной студенческой научно-практической конференции

Часть 2

29 апреля 2021 г.
г. Москва



ПРАВИТЕЛЬСТВО ГОРОДА МОСКВЫ
ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА И ТУРИЗМА»



**«ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА:
ВОЗМОЖНОСТИ, ПРИОРИТЕТЫ,
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

Сборник материалов

XV Международной студенческой научно-практической конференции

29 апреля 2021 г.

Часть 2

Москва

УДК 640.4.04.+796.5

ББК 72

И60

И60 **Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы:** сборник научных трудов XV Международной студенческой научно-практической конференции – 29 апреля 2021 г. М.: Московский государственный университет спорта и туризма, 2021. Часть 2. 475 с.

Сборник научных трудов печатается по решению научно-редакционного совета ГАОУ ВО города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» (МГУСиТ).

Оргкомитет конференции

Председатель

Н.В. Масыгина, ректор ГАОУ ВО МГУСиТ;

Заместитель

Д.И. Янгез, начальник отдела научной и и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ;

Члены оргкомитета:

И.П. Кульгачев, заведующий кафедрой туризма;

А.Б. Косолапов, профессор, профессор кафедры туризма;

М.Е. Успенская, заведующий кафедрой гостиничного и ресторанного дела;

И.А. Рубанникова, заведующий кафедрой иностранных языков;

С.К. Тарчоков, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин;

Ю.И. Дудкина, заведующий кафедрой физического воспитания.

Ответственный секретарь

И.Б. Бабаханова, аналитик отдела научной и и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ.

Редакционная коллегия:

Масыгина Н.В., ректор ректор Московского государственного университета спорта и туризма, кандидат педагогических наук, доцент, заслуженный работник физической культуры Российской Федерации, отличник физической культуры и спорта, лауреат премии города Москвы 2019 года в области физической культуры, спорта и туризма;

Янгез Д.И., начальник отдела научной и и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ;

Година Л.Б., редактор отдела научной и и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ.

В сборник включены научные статьи и выступления участников XV Международной студенческой научно-практической конференции «Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы», организованной 29 апреля 2021 года ГАОУ ВО города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» при поддержке Департамента спорта города Москвы (в виде научных статей).

Издание адресовано студентам туристских вузов, специалистам-практикам науки, образования, индустрии туризма, гостиничного дела, предпринимательства, юриспруденции, других профильных и смежных сфер деятельности, а также всем заинтересованным лицам.

ISBN 978-5-9630-0154-7

ISBN 978-5-9630-0157-8 (Часть 2)

© Коллектив авторов, 2021

© МГУСиТ, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 3. РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ

Ю.С. Бердышева, И.П. Кульгачев

АРТ-ФЕСТИВАЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ ВЫКСУНСКОГО «АРТ-ОВРАГА»11

А.А. Бизвава, И.А. Рубанникова

ТОЛЕРАНТНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ20

М.А. Борисова, С.К. Тарчоков

ВИДЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ. ПРЕМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ25

Е.Е. Варламова, Е.В. Петраш

ИСКУССТВО СТРИТ-АРТА КАК ВОЗМОЖНОЕ НАПОЛНЕНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ГОРОДА33

А.А. Василишина, Е.Ю. Никольская

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В МОСКВЕ40

Е.И. Галацкая, А.Ю. Волкова

ВАЖНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ЭКСКУРСИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ47

Е.И. Галацкая, А.Б. Косолапов

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЭКСКУРСИИ КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ52

Л.А. Губаева, Н.В. Косарева

МИСТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ КАК НОВЫЙ ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА55

В.Е. Даргель, А.Ю. Волкова

ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОМ ПЕРИОДЕ63

Д.В. Замотина, Р.Р. Гареев

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКЕ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ67

<i>А.И. Зубарева, С.К. Тарчоков</i> ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ.....	72
<i>Н.А. Игнатова, В.П. Делия</i> ЭКСКУРСИОННЫЕ МАРШРУТЫ СИБИРИ КАК ИСТОЧНИК ПОЗНАНИЯ ДХОВНОГО ВЕЛИЧИЯ РОССИИ.....	80
<i>А.В. Изюмцева, Е.Г. Ляхова</i> ТРЭВЕЛ-БЛОГИНГ: АКТУАЛЬНОСТЬ НАПРАВЛЕНИЯ И ВЛИЯНИЕ БЛОГЕРОВ НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА .	87
<i>В.В. Кириллова, А.Н. Третьякова</i> ЭТИКА СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА	95
<i>М.В. Кобяк, Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин</i> КРИЗИСНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	101
<i>Г.В. Краснова, З.А. Трифонова</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ИСТОРИКО-КРАВЕДЧЕСКОГО ДОМА- МУЗЕЯ Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО).....	108
<i>М.Д. Мачикина, С.Д. Струкова, С.И. Коршунова</i> КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ.....	115
<i>А.В. Николаева, С.А. Корсакова</i> ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ПАМЯТНИКИ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ОБЪЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВОССТРЕБОВАННЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОДУКТОВ.....	122
<i>А. Осинцева, А.Ю. Волкова</i> ПРИМЕНЕНИЕ ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ТУРИЗМЕ.....	131
<i>Н.Д. Петраш, Е.В. Петраш</i> ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКОНСТРУКТОРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В РОССИИ И ЕГО СВЯЗЬ С ВНУТРЕННИМ ТУРИЗМОМ	138
<i>И.В. Пильский, И.П. Кульгачев</i> «МАГЕЛЛАН»-SMART – СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО РЕЙТИНГА ТУРИСТА	144
<i>Е.А. Подуруева, Д.Э. Удалов</i> КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	148

П.Е. Порхачева, В.А. Черничкина
НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ КАК ОБЪЕКТЫ
ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА (НА МАТЕРИАЛАХ МАЛЫХ ГОРОДОВ
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ) 157

Е.А. Просандеева, Н.В. Косарева
ИММЕРСИВНЫЕ ВЫСТАВКИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНОВ 163

С.Ю. Радаева, В.П. Делия
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ТУРИЗМЕ
..... 170

В.А. Ручкин, Е.Г. Ляхова
РАЗВИТИЯ ВО ВРЕМЯ ВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ «COVID-19» 182

О.Е. Скалина, М.А. Джамаева, О.А. Фролова
ДЖАЙЛО ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОТДЫХА 188

К.Х. Уолт, С.И. Коришнова
ТРУДНОСТИ И ПРЕГРАДЫ В РАЗВИТИИ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА 194

Е.М. Харитонова, Н.А. Козаков
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ «СЕРВИС И ТУРИЗМ» В ПРИВОЛЖСКОМ
ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ 202

С.А. Шкода, Ф.К. Гадимова
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ВОССТАНОВЛЕНИЯ
ДУХОВНЫХ СИЛ И РАЗРЕШЕНИЯ ВНУТРИЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТОВ
..... 208

СЕКЦИЯ 4. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ БУДУЩИХ КАДРОВ ТУРИНДУСТРИИ И ГОСТЕПРИИМСТВА

Ю.А. Журавлева, Е.Г. Устинова, С.И. Коришнова
МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ПРИВЕТСТВИЯ В РАЗЛИЧНЫХ
СТРАНАХ 216

Л.А. Полюнова
НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ УСТНОЙ РЕЧИ НА
ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ 222

А.Д. Чингаева, А.А. Терсянцева, А.Р. Гончарова, Н.Л. Харченко
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОЦЕСС ОСВОЕНИЯ
ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА СТУДЕНТАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
«ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» 226

А.В. Голубенкова, Е.Д. Сильчак, Н.Л. Харченко
РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ
ЯЗЫКОВ СТУДЕНТАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» 232

СЕКЦИЯ 5. ДИАЛОГ КУЛЬТУР

М.К. Греков, Ю.Л. Кужель
ЯПОНСКИЕ БОЕВЫЕ ИСКУССТВА 237

В.А. Сергачева, А.С. Додина, Ю.Л. Кужель
ВЫСТАВКИ УКИЕ-Э В РОССИИ 243

Л.А. Польшова, А.Д. Манжосова
ВОЗНИКНОВЕНИЕ ФРАНЦУЗСКИХ ШАМПАНСКИХ ВИН И ИХ ПОЯВЛЕНИЕ
В РОССИИ 248

В.А. Васин, А.А. Крючков
КУЛЬТУРНЫЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ГДР И СССР НА ПРИМЕРЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ НАРОДНОЙ АРМИИ ГДР И
СОВЕТСКОЙ АРМИИ 253

А.С. Вострецова, Ю.С. Гутова, А.А. Крючков
РОССИЙСКО-ГЕРМАНСКИЕ ДИНАСТИЧЕСКИЕ БРАКИ..... 260

Л.А. Польшова, Е.А. Герасимов
ФРАНЦУЗСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ 268

Л.А. Польшова, С.И. Грачёв
ПРЕМИАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ МИРОВОЙ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ..... 273

Л.А. Польшова, Е.А. Гришина
ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАРКИ ФРАНЦИИ. ПРЕДПОСЫЛКИ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ
И СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ..... 278

А.В. Ерпелев, И.А. Рубанникова
ТОЛЕРАНТНОСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ИСКУССТВА ЖИТЬ ВМЕСТЕ..... 285

А.А. Королева, И.А. Рубанникова
РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС И КУХНЯ В ГЕРМАНИИ 290

З.К. Курбанова, Ю.Л. Кужель
SNEBURASHKA: A JOURNEY FROM RUSSIA TO JAPAN 296

С.А. Лабур, С.М. Денисова, Н.В. Гущина
РУССКИЕ СТАРООБРЯДЦЫ В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ 299

П.В. Малашина, А.Г. Граве
ДОМЕНИКО ТРЕЦЦИНИ: ИТАЛЬЯНСКИЙ АРХИТЕКТОР В ПЕТЕРБУРГЕ . 303

Л.А. Польшова, А.Н. Олифер
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ: СПОСОБЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПОЛУЧЕНИЯ
ВО ФРАНЦИИ И РОССИИ 309

Д.А. Софина, Л.А. Польшова
УЛИЧНЫЙ ТЕАТР ВО ФРАНЦИИ И РОССИИ 314

Д.А. Старикова, Е.В. Жерикова. О.А. Фролова
ТУРИЗМ ПОСЛЕДНЕГО ШАНСА 318

Л.А. Польшова, Л.А. Стрелков
РУССКИЕ ИМЕНА В ДВИЖЕНИИ СОПРОТИВЛЕНИЯ ВО ФРАНЦИИ 323

М.З. Худжабекова, Н.В. Гущина
ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В МОСКВЕ, СВЯЗАННЫЕ С
ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКОЙ 328

СЕКЦИЯ 6. РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

А.И. Милюков, М.В. Еремин
СКАНДИНАСКАЯ ХОДЬБА КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ ФАКТОРОВ
УКРЕПЛЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ ЛИЦ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА 333

М.О. Немкина, Н.Л. Филиппова
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В
РОССИИ..... 339

Сипехри Мунир, С.К. Тарчоков
МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ «RED STAR SURF»
..... 343

«ВЛАДИВОСТОК-МОСКВА: МОБИЛЬНОСТЬ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, ТУРИЗМ, 2021»

Ю.К. Ананьева, Т.С. Романишина
ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСТРЕБОВАННОСТИ РЕЧНЫХ КРУИЗОВ ПОСЛЕ
ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА..... 349

Д.Е. Блохина, Т.С. Романишина
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ ПОРТА СЕРПУХОВ. ТЕПЛОХОДНЫЕ
ПРОГУЛКИ ИЗ СЕРПУХОВА 356

<i>Е.А. Овчинникова, Л.О. Ермолович</i> БОТАНИЧЕСКИЙ САД ДВО РАН КАК РЕСУРС ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ.....	364
<i>А.А. Кутаисова, Р.И. Гриванов</i> ВАЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТА ВЛИЯНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.....	373
<i>Е.Е. Варламова, А.Т. Скорняков, Е.В. Петраш, А.Б. Косолапов</i> ЭКСКУРСИИ КАК РЕСУРС ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ.....	376
<i>В.Э. Васецкая, В.И. Суржиков</i> СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ РОССИИ.....	382
<i>Ю.Е. Кочеткова, Д.В. Куриленко, Д.С. Андросов, Д.Е. Галигузов, Р.И. Гриванов</i> РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ...	387
<i>А.Р. Гончарова, А.Б. Косолапов</i> ЛЕГЕНДЫ И МИФЫ ПАРКОВ МОСКВЫ КАК РЕСУРС ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ	396
<i>В.Е. Даргель, А.Б. Косолапов</i> ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОМ ПЕРИОДЕ	400
<i>О.О. Евзютина, И.Г. Чурилова</i> РЕЧНЫЕ И КРУИЗНЫЕ ТУРЫ ПО ОКЕ В ГОРОДЕ КОЛОМНА: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ.....	405
<i>П.В. Шадрин, Г.А. Петрова</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR- И AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	410
<i>И.Н. Коновалов, Е.В. Бобрычнова, А.Б. Косолапов</i> МЕДИЦИНСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРАЖДАН КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА МЕДИЦИНСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА	416
<i>Г.А. Петрова, А.А. Исаев</i> КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ БЛАГОПРИЯТНОСТИ ИМИДЖА МОРСКОГО ГОРОДА	423
<i>А.А. Пладес, И.Г. Чурилова</i> НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА НА РЕКЕ ПАХРЕ	428

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

А.Ю. Ребенчук,

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 3 курс
Старший преподаватель кафедры «Международного маркетинга и торговли,*

Л.Ф. Степулёва

В эти непростые для человечества времена с появлением такого понятия в обиходе современных жителей планеты, как пандемия, у людей появились барьеры в путешествиях. Почти каждый человек, который когда-либо хотел поехать отдыхать в тур еще больше захочет это сделать, когда отступят ограничения. Для комфортного пребывания в поездках одним из немаловажных факторов является наличие необходимого и достаточного товара в багаже путешественника.

Повысить привлекательность турорганизации на рынке высокой конкуренции можно за счет рационального формирования и реализации ассортимента товаров для поездок с учетом их особенностей (маршрута, направления, продолжительности, времени года и т.д.).

Грамотно сформированный товарный ассортимент позволит обеспечить туристу комфортное пребывание в поездке и в местах отдыха. Соответственно ассортимент должен максимально удовлетворять потребности туристов с учетом выбранного тура. Обозначенная нами плоскость проблемы лежит на поверхности и нуждается в практическом осуществлении. Этим обусловлена актуальность выбранной темы.

Целью работы является формирование ассортимента товаров для туристических поездок на основе потребительских предпочтений

Для реализации цели были поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотрен понятийный аппарат, связанный с товаром для поездок;
- разработана анкета, проведен опрос населения для изучения предпочтений при покупке товара в поездку;
- систематизирован ассортиментный перечень товара для поездок.

Прежде чем рассмотреть ассортиментный перечень, необходимо углубиться в понятийный аппарат, и задаться вопросом, существует ли разница между туристическими товарами и товарами для путешествий.

При изучении определений терминов «туризм» и «путешествие», видны значительные переплетения этих понятий, которые смешивают и уравнивают их в головах обывателей.

Организованные путешествия в туристских целях «Англия - Франция» имели место ещё с 1800 годов. В Италии сам термин «туризм» появился в XIX веке. От этого термина произошло прилагательное «туристский», которое было закреплено официально в итальянском языке в 1904 г. при открытии первой выставки, посвященной туризму — FieraTuristica [1].

К основным составляющим понятия «путешествие» относится расстояние, которое может измеряться в метрах, километрах, милях и т.д. (лексико-семантическое поле «путешествие» в сфере туризма (на материале французского языка) [2].

Начиная с середины XX века, термин «путешествие» стал обозначать поездку, совершённую в какой-то мере самостоятельно, независимо от туристической организации, и в течение достаточно большого периода времени с познавательными целями.

Путешественниками в настоящее время называют людей, участвующих в самостоятельных, зачастую авантюрных, поездках (например: Т. Хейердал, Ю.А. Сенкевич, Ф.Ф. Конюхов) [3].

Туризм — мощная мировая индустрия, производящая до 10% мирового валового продукта, в которой задействованы множество работников, основных средств, привлечены значительные капиталы. Это крупный бизнес, деньги и глобальная политика. В классическом определении туризма присутствуют следующие составляющие: экономические, политические и социальные [4].

Туризм является частным случаем путешествий, имеющих определённые характеристики и разнообразие определений в понятийном смысле. Человек, совершающий или участвующий в туристском путешествии, туристской поездке, походе, именуется, туристом. В отличие от путешествий, туризм — категория, на которую влияет экономика и политика, она обладает дуализмом внутренней природы явления.

Дуализм туризма заключается в следующем:

– туризм являет собой особый массовый род путешествий с чётко определёнными целями, которые ограничены по времени и совершаются собственно туристами;

– туризм представляет собой деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий. То есть, это туристская деятельность, осуществляемая организаторами туризма — туроператорами и турагентами. Такая деятельность осуществляется различными организациями индустрии туризма и смежных отраслей.

В данной работе, чтобы точнее понять различия дефиниций, автором была проведена сравнительная характеристика терминов, представленная в таблице 1. Сравнительный анализ позволил понять, что путешествие — это самостоятельное передвижение по незнакомой местности с целями от простого изучения, познания и до спортивных целей.

Был рассмотрен сравнительный анализ дефиниций «турист» и «путешественник», представленный в таблице 2 [5].

Таблица 1 – Сравнительная характеристика дефиниции термина «путешествие»

Определение	Источник	Ключевые слова
Путешествие – передвижение по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями.	Википедия URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Путешествие	Передвижение, цели-изучение, образовательные, познавательные, спортивные
Путешествие – это, прежде всего, самостоятельно организованное и осуществляемое передвижение по какой-либо территории, акватории с познавательными целями, включающими элементы отдыха и развлечения.	Сайт «раскрывая горизонты». URL: http://www.opengorizont.ru/document/cto_takoe_turizm_i_puteshestvija.php	Самостоятельно организованное передвижение, познавательные цели, нет отдыха и развлечений
ПУТЕШЕСТВИЕ, – я, <i>ср.</i> Поездка или передвижение пешком куда-либо далеко за пределы постоянного местожительства с научной, общеобразовательной, спортивной и другими целями.	Словарь русского языка: В 4-х т. /РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999; (электронная версия):	Передвижения по неизвестной территории с различными целями: научной, общеобразовательной, спортивной и др.
Поездка (реже – передвижение пешком), обычно куда-нибудь далеко за пределы родной местности, постоянного местопребывания	«Толковый словарь русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова (1935-1940)	Передвижение за пределами знакомой местности

Таблица 2 – Различия дефиниций «турист» и «путешественник»

Турист	Путешественник
Обращается за помощью в организации поездки к специалистам.	Самостоятельно планирует и рассчитывает маршруты, документы и др.
Следует протоптанной сотнями путешественников безопасной тропой.	Изучив множество маршрутов, двигается собственным, на свой страх, риск.
Туристические маршруты коммерциализируются и подстраиваются под ожидания и нужды приезжих.	Имеет возможность увидеть настоящую жизнь коренного населения, отклонившись от заезженных туристических маршрутов.
Ответственность переносит на организаторов и наслаждается красотами и достопримечательностями.	Несёт ответственность за своё путешествие, перемещение, графики, поэтому расслабиться не всегда получается.
Конечный результат, как и эмоции, полученные от путешествия заранее известны	От начала до конца путешествия сохраняется элемент неизвестности, так как при наличии плана с направлением движения до конца не знает, что его ждёт впереди.
Двигается в определенных рамках маршрута.	Не имеет жестких рамок

Сравнив и проанализировав определения, было принято решение использовать термин туристические поездки в данной работе, исключив спортивные поездки и поездки, связанные с необходимостью брать специальное снаряжение, по причине узкой направленности данной сферы, требующей специальной подготовки, наличия специалистов и особо подготовленных людей, как психологически, так и физически, и, следовательно, отдельного ассортимента товаров. Поэтому, при разработке анкеты для дальнейшего опроса сужаются рамки вопросов только до туристических поездок, то есть поездок по организованным турам. Опираясь на цели и задачи данной работы, была составлена анкета по ассортиментной предпочтительности туристов. Анкета состоит из нескольких частей:

- информация о самих респондентах (возраст, предпочтения в туристических поездках, цели, форма организации и т.д.);
- предметная составляющая их подготовки и нахождению на отдыхе;
- предпочтения респондентов по видам покупаемого ассортимента.

Данная анкета была разработана на платформе «Google Формы» [6].

Было опрошено 140 человек, каждый из которых был в туристических поездках и имеет опыт. В ходе исследования, были получены и проанализированы следующие данные.

Из вопроса «какие цели туристы преследуют в поездке» было выявлено, что наибольшие (78,9%) предпочтения отданы приключенческим целями, и познавательными или культурно-развлекательными (63,2%), а также рекреационными (47,4%)

На вопрос, какая форма организации в ваших туристических поездках, респонденты расположились в порядке, указанном на рисунке 1.

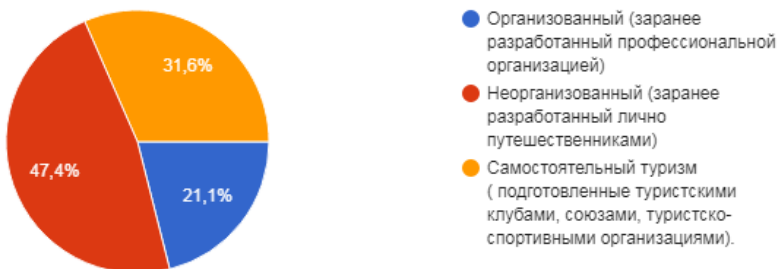


Рисунок 1 — Процентное соотношение ответов на вопрос «Какая форма организации туристических поездок»

Таким образом, из рисунка видно, что половина (47,4%) опрошенных считают неорганизованный туризм наиболее привлекательной формой организации, но, так же самостоятельный (31,6%) и организованный (21,1%) туризм интересен для значительной части опрошенных. Ответы о предпочтительных видах продолжительности путешествия представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 — Процентное соотношение ответов на вопрос о предпочтительных видах продолжительности путешествия

Анализируя данные рисунка 2, видно, что, по времени пребывания в путешествии, 2/3 респондентов выбрали среднесрочный характер (до одного месяца), а желающих долгосрочного отдыха нет. Такой выбор вероятнее всего связан с затратностью длительного путешествия, а также ограниченностью свободного времени у людей на отдых. В анкете были заданы вопросы, которые позволили сформировать видовой ассортимент, представленный в таблице 3.

Рассмотренные товары можно реализовывать как отдельно, так и в наборах. Например, набор «В лето», «Зимний», «К морю», «По морям, по волнам», «Универсальный», «Семейный», «Мужской», «Дамский», «Таёжный», «Детский» и др.

Сервис комплектования может быть разных вариантов в онлайн обслуживании под конкретный запрос туриста. Может входить в путевку или варианты предлагаться и оговариваться во время покупки путевки, либо по пути следования и по прибытию на место. Исходя из результатов анкетирования, можно сделать следующие выводы:

– важными для покупателей оказались такие товары, как брелоки для ключей, футляры, чехлы для очков, одноразовые тапки, маски для лица, шапочки для душа, маленькие весы, одноразовые маленькие ёмкости, органайзеры для гигиены, одноразовые маски, одноразовые простыни, пакеты для обуви болоньевые с ручками, зонтики и др.;

– необходимо отметить, что при составлении наборов важно формировать товары, изготовленные из облегченных материалов, многофункциональные с элементами трансформации, например, пакет для хранения обуви превращается в сумку-авоську для ношения продуктов питания и других товаров, маленьких габаритов и ёмкостей.

Таким образом, разработанный автором ассортиментный перечень на основе потребительских предпочтений позволит сформировать рациональный ассортимент с учетом опыта поездок туристов и выявленных предпочтений.

Таблица 3 – Ассортимент туристических товаров

№	Предметы одежды, и галантерейные изделия	Аксессуары и посуда	Средства личной гигиены, парфюмерно-косметические товары	Сувенирная продукция	Информационная продукция
1	Кепки	Переходники на вилки	Салфетки и антисептик	Магниты	Симкарты
2	Парео	Маски для лица	Ватные палочки	Фигурки	Настольные игры
3	Плавательные принадлежности	Шапочка для бассейна	Разовые полотенца	Сувениры в виде достопримечательных мест города	Карты
	Сумки	Зарядки для телефона	Одноразовые простыни	Сувенир своими руками	Путеводители
4	Косметички	Зонтик	Лейкопластыри	Набор открыток	Блокноты
5	Сумки-кошельки	Разовая посуда	Расчески		Словари
6	Походные рюкзаки	Складные стаканчики	Детские памперсы		Буклеты о самых красивых местах
7	Несессёр	Ручные весы	Беруши		Туристические схемы
8	Подушка для шеи	Брелки для ключей	Органайзеры для гигиены, одноразовые		
9	Маска для сна	Чехлы для очков	Пена для бритья		
10	Варежки, носки	Одноразовые маленькие ёмкости	Крем от загара, для загара, после загара		
11	Панамки	Пакеты для обуви	Крем для рук		
12	Футболки, шорты		Гель для душа		

Использованные источники

1. *Жигарев О.Л.* Путешествие, путешественник и начало туризма: методические материалы по безопасности жизнедеятельности //ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет». Новосибирск. 2018. октябрь. URL: <https://prepod.nspu.ru/mod/page/view.php?id=7079>