

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА
И СЕРВИСА»

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
«Проектирование продуктов и услуг научно-популярного туризма»

2023

УДК 338.48

ББК 75.8

По заказу Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Проектирование продуктов и услуг научно-популярного туризма. – М: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – 113 с.

Практические рекомендации направлены на методическое обеспечение проектирования продуктов и услуг научно-популярного туризма субъектов, которые уже осуществляют или планируют свою деятельность в соответствующей сфере туризма: государственных и муниципальных служащих, управляющих деятельностью в сфере туризма, для экскурсоводов, сотрудников и руководителей туроператоров и турагентов, музеев, объектов показа и туристского интереса, представителей объектов промышленного и научно-популярного туризма, образовательных организаций.

СОДЕРЖАНИЕ

№ п/п	Наименование раздела	Стр.
	Введение	4
1.	Проектирование продуктов и услуг научно-популярного туризма: сущность, базовые понятия и классификация	7
2.	Целеполагание при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма	19
3.	Определение объектов интереса туристов для проектирования продуктов и услуг научно-популярного туризма	21
4.	Определение целевой аудитории и ценностного предложения проектируемых продуктов и услуг научно-популярного туризма	25
5.	Подбор организуемых видов деятельности посетителей при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма	32
6.	Подбор туристической инфраструктуры при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма	34
7.	Проектирование и формирование туристских продуктов научно-популярного туризма	38
8.	Проектирование услуг научно-популярного туризма в форме экскурсий	56
9.	Проектирование услуг научно-популярного туризма в форме образовательных мероприятий	80
10.	Обеспечение безопасности для туристов проектируемых продуктов и услуг научно-популярного туризма	91
	Заключение	108
	Список использованных источников	109

Введение

Наука – важная сфера человеческой жизни, которая отвечает потребностям общества. Осознание роли науки и ее популяризация среди населения ведут к благополучию государства, решению социальных, экологических и экономических проблем. Научный прогресс не только формирует новую базу знаний и мировоззрения человека, но также способствует совершенствованию уровня образования населения и повышению качества жизни в целом.

Научно-популярный туризм (далее – НПТ) открыт для граждан всех возрастов РФ, однако в первую очередь нацелен на молодых людей. Он может способствовать привлечению молодежи в науку, научно-технологическому развитию России. Данный вид туризма позволит широкой аудитории окунуться в атмосферу научных исследований, поможет обрести ясное представление о работе ученого и популяризирует данную область в целом. В перспективе он может выступить в качестве инструмента формирования полноценной воспитательной среды и стать частью единой программы гражданско-патриотического и общественно-полезного молодежного туризма.¹

В 2022 году в РФ объявлено Десятилетие науки и технологий, одним из направлений которого является инициатива по развитию научно-популярного туризма. В нее были включены мероприятия Плана мероприятий («дорожная карта») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации². Одним из ключевых пунктов документа стала разработка Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (далее – Концепция)³, утвержденной 25.01.2023 г.

Концепция определяет цели и задачи научно-популярного туризма, а также является основой для планирования, определения основных направлений совершенствования механизмов развития научно-популярного туризма, включая молодежный и детский научно-популярного туризма, в указанный

¹ Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года

² С документом можно ознакомиться по ссылке:

https://scienceid.net/upload/tourism_document/ed/2/1d979ba1_2.pdf

³ С документом можно ознакомиться по ссылке:

https://scienceid.net/upload/tourism_document/78/4/bdf61971_4.pdf

период в соответствии с законодательством РФ, а также с учетом потребностей граждан Российской Федерации, экономических условий и сложившейся практики.

Цель научно-популярного туризма – повышение информированности о достижениях и перспективах российской науки и привлечение талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, формирование гражданско-патриотической идентичности туристов, стимулирование развития внутреннего туризма, направленного на обмен научным и практическим опытом за счет участия молодежи в научно-просветительских мероприятиях в рамках путешествий, маршруты которых включают объекты научно-исследовательской, производственной и инновационной инфраструктуры для развития интеллектуального и профессионального потенциала населения.

Концепция направлена на решение следующих основных задач:

– создание концептуальной основы для формирования маршрутов, мероприятий и реестра объектов научно-популярного туризма, объединяющей в единую систему научные объекты, доступные для посещения туристами;

– повышение доступности объектов научно-исследовательской, производственной и инновационной инфраструктуры с учетом требований безопасности и режима охраны указанных объектов посредством расширения возможностей по включению соответствующих объектов научно-популярной туристической инфраструктуры в маршруты научно-популярного туризма в качестве мест показа, а также прохождения академической практики в рамках научно-популярного трека Программы молодежного и студенческого туризма и иных видов деятельности, способствующих привлечению талантливой молодежи в сферу исследований и разработок;

– распространение информации об объектах научно-популярной туристической инфраструктуры, маршрутах научно-популярного туризма, достижениях и перспективах российской науки, наукоемких производствах, в том числе в секторах «экономики знаний» для повышения уровня межрегиональной интеграции и территориальной мобильности населения, публикация ин-

формации на существующих информационных туристских порталах (Russia.Travel, Russ Pass, Студтуризм.рф, наука.РФ, Science ID, morethan-trip.ru и других);

– совершенствование кадровой подготовки и управления в сфере туризма для проведения мероприятий, ориентированных на обучение заинтересованных сторон, в сфере формирования, продвижения и реализации продуктов научно-популярного туризма, просветительских научно-популярных мероприятий, подготовки и повышения квалификации специалистов по развитию научно-популярного туризма;

– повышение качества и обеспечение безопасности детского, молодежного и студенческого туризма на объектах научно-популярного туризма».

В работе последовательно раскрываются вопросы ознакомления с базовыми понятиями и документами стратегического планирования развития научно-популярного туризма в Российской Федерации, содержатся рекомендации по целеполаганию, определению целевой аудитории и ценностного предложения, подбору объектов интереса туристов и организуемых видов деятельности посетителей, подбору объектов туристической инфраструктуры, проектированию и формированию на их базе туристских продуктов и услуг, работе с туроператорами, разработке продуктов и услуг научно-популярного туризма в форме экскурсий и образовательных мероприятий (наиболее активно используемых для работы с детьми и молодежью), обеспечению безопасности туристов.

1. Проектирование продуктов и услуг научно-популярного туризма: сущность, базовые понятия и классификация

Для корректного и однозначного понимания содержания практических рекомендаций необходимо определиться с базовыми понятиями и сущностью рассматриваемой тематики.

Прежде всего, необходимо определить исходное понятие – «научно-популярный туризм». Согласно Концепции, «*научно-популярный туризм* – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий».

Важно обратить внимание на следующие части определений – «...осуществляющиеся по утвержденным маршрутам...» (см. выше). Подтверждение статуса маршрута научно-популярного туризма закрепляется экспертным заключением рабочей группы по развитию научно-популярного туризма Координационного совета по делам молодежи в научной и образовательной сферах Совета при Президенте Российской Федерации по науке и образованию в форме протокола (далее – Рабочая группа). При этом, *маршрут научно-популярного туризма* – путь следования туристов (экскурсантов) индивидуально и в организованных группах, включающий в себя посещение и (или) использование объектов научно-популярного туризма и иных инфраструктурных ресурсов научно-популярного туризма. Допускается включение в маршрут объектов, не являющихся объектами научно-исследовательской инфраструктуры научно-популярного туризма, но обладающих исторической, мемориальной и культурной ценностью, в том числе объектов культур-

ного наследия и природных памятников с преобладанием научной составляющей.

Таким образом, с формальных позиций, заложенных в Концепцию, научно-популярный туризм и все его составляющие регламентированы статусом, присваиваемым Рабочей группой. В связи с этим, при деятельности в сфере научно-популярного туризма в рамках мероприятий, механизмов, инструментов и т.п. (например, реестров объектов, плана научных мероприятий, разработки маршрутов) Концепции, а также Плана мероприятий («дорожной карты») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, Программы молодежного и студенческого туризма необходимо четко и однозначно руководствоваться формальным определением научно-популярного туризма, его объектов, маршрутов и т.п., осуществлять свою деятельность в соответствии с выше указанными документами.

Однако научно-популярный туризм фактически существовал и существует вне реализации рассмотренных выше государственных инициатив. Например, Музей РКК «Энергия» и до этого проводил экскурсии, посвященные космической тематике, в том числе с позиций популяризации науки. Данную сферу научно-популярного туризма далее будем называть *неформальной* (находится за пределами формальной системы). Если ниже в тексте указания о формальном или неформальном варианте трактовки научно-популярного туризма отсутствуют, то речь ведется о концептуальном понимании научно-популярного туризма.

С концептуальных позиций (которые нужно оставлять в стороне в случае работы в формальном научно-популярном туризме, являющимся частностью концептуального) в практических рекомендациях под научно-популярным туризмом понимается вид туризма, основной целью которого является знакомство посетителей в популяризационной форме с научной деятельностью и продукцией.

Отметим, что при работе с государственными структурами в области научно-популярного туризма рекомендуется дополнительно уточнять в пре-

делах какого из секторов вида туризма осуществляется деятельность – формального или неформального. Поскольку нарушения условий формального сектора могут привести к проблемным ситуациям.

Согласно Федеральному закону от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», *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».

В Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года указывается, что *«продукт научно-популярного туризма* – комплекс услуг в рамках маршрута научно-популярного туризма по демонстрированию объектов научно-популярного туризма, проведению мероприятий научно-популярного туризма, перевозке и размещению в соответствии с договором о реализации туристского продукта».

При этом, туристские услуги – услуги по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации, в том числе в услугах перевозки, размещения, питания, экскурсий⁴. *Услуга* – «результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг»⁵. *Услуга* – определенное действие или деятельность, которые исполнитель осуществляет по заданию заказчика (п. 1 ст. 779 ГК РФ), при этом для заказчика ценность представляет процесс исполнения договора, то есть сами действия исполнителя, которые не всегда имеют овеществленный результат.

Услуга научно-популярного туризма – результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осу-

⁴ Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования»

⁵ ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»

ществлении путешествий с целью посещения объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью в познавательных, профессионально-деловых и иных целях и/или мероприятий научно-популярного туризма.

Услуги научно-популярного туризма включают:

- услуги научно-популярного туризма, входящие в стоимость туристского продукта в соответствии с договором о реализации туристского продукта;
- дополнительные (сопутствующие) услуги научно-популярного туризма, которые могут быть включены в стоимость туристского продукта в соответствии с договором о реализации туристского продукта или оказываться за дополнительную плату;
- услуги научно-популярного туризма для отдельных категорий туристов (экскурсантов), предоставление которых регламентируется отдельными национальными стандартами и/или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации

Услуги научно-популярного туризма, входящие в стоимость туристского продукта в соответствии с договором о реализации туристского продукта, включают:

- услуги по демонстрации (демонстрации) объектов НПТ (экскурсионные услуги), услуги по проведению мероприятий НПТ;
- услуги по перевозке туристов (трансфер);
- услуги по размещению (временному проживанию) туристов.

Дополнительные (сопутствующие) услуги научно-популярного туризма, которые могут быть включены в стоимость туристского продукта в соответствии с договором о реализации туристского продукта или оказываться за дополнительную плату, включают:

- информационно-рекламные услуги;
- услуги по организации питания туристов;
- услуги по организации досуга туристов;
- консалтинговые (консультативные) услуги;

- услуги инструкторов-проводников;
- прочие виды услуг.⁶

В рамках формального туризма следует различать и следующие понятия:

– *исполнители услуг научно-популярного туризма* – организации, предоставляющие услуги научно-популярного туризма: научно-исследовательские организации, образовательные организации, организации реального сектора экономики, имеющие лабораторную базу и инновационную инфраструктуру, культурно-досуговые организации, реализующие просветительские и образовательные культурно-досуговые мероприятия, организации туриндустрии, индивидуальные предприниматели и самозанятые, иные организации, ведущие деятельность в рамках маршрутов научно-популярного туризма;

– *организации, осуществляющие деятельность в сфере научно-популярного туризма*, – научно-исследовательские институты, образовательные организации, производства, обладающие знаниями о лучших практиках в организации внутрифирменных инновационных систем и процессов, объекты туриндустрии, музеи, наукограды и иные организации, ведущие деятельность в рамках маршрутов научно-популярного туризма;

– *мероприятия научно-популярного туризма* – научные, образовательные, просветительские, культурно-досуговые мероприятия на базе и/или с участием объектов научно-популярного туризма, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий.

В Концепции под *объектами научно-популярного туризма* (объектами научно-популярной туристической инфраструктуры) понимается научная и научно-исследовательская инфраструктура образовательных организаций высшего образования, научные объекты, научно-исследовательские институты, научно-производственные учреждения, высокотехнологичные, градооб-

⁶ Проект национального стандарта «Туризм и сопутствующие услуги. Научно-популярный туризм. Общие требования»

разующие и значимые производства и их лаборатории, места проведения полевых научных исследований (археологические, палеонтологические раскопки, геологические и биологические экспедиции и др.), музеи, наукограды и иные объекты, которые осуществляют научно-исследовательскую, просветительскую, образовательную или высокотехнологичную производственную деятельность, включенную в маршруты научно-популярного туризма.

Под *объектами туристического показа* в научно-популярном туризме понимаются объекты научно-популярного туризма или их компоненты, демонстрируемые посетителям (туристам, экскурсантам). При этом, под формированием понимается деятельность по созданию соответствующих объектов.

По виду и форме базовой деятельности, выделяются следующие виды объектов научно-популярного туризма:

- образовательные организации всех уровней и направленности, осуществляющие научно-образовательные и просветительские мероприятия по продвижению российской науки и инновационных достижений Российской Федерации;

- отдельные объекты научно-исследовательской и образовательной инфраструктуры, включая научно-исследовательские институты на базе образовательных организаций и установки мега-сайнс;

- федеральные научные центры, наукограды, научно-исследовательские институты, лаборатории;

- лабораторная база и инновационная инфраструктура промышленных предприятий, научно-производственных учреждений и комплексов, а также иных предприятий реального сектора экономики;

- инфраструктурные, административные и иные способствующие развитию НПТ ресурсы профильных ведомств, органов местного самоуправления и иных организаций, обеспечивающих управление объектами, задействованными в НПТ, или отвечающими за реализацию мероприятий и программ в сфере НПТ, привлечение молодежи в

исследовательскую деятельность, а также ведущие просветительские мероприятия, информирующие о достижениях и перспективах российской науки;

- места проведения полевых научных исследований;
- особо охраняемые природные территории, на которых осуществляется научная, образовательная и просветительская деятельность (заповедники, ботанические сады и другие);
- музеи, выставочные объекты, на базе которых можно организовывать интерактивные программы (квесты и мастер-классы) в рамках маршрутов НПТ;
- организации инновационной инфраструктуры (технопарки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры и т.п.);
- объекты туристского показа с научной составляющей (планетарии, зоопарки и т.п.).

Одним из наиболее важных признаков классификации является форма организации туризма, которую традиционно делят на *организованную* и *неорганизованную*. При этом организованный туризм делят на: *плановый* – туристское мероприятие, организованное юридическим или физическим лицом (индивидуальным предпринимателем), являющимся инициатором туристского мероприятия и осуществляющим обеспечение его проведения на возмездной основе; *самостоятельный* – туристское мероприятие, организуемое туристами самостоятельно на безвозмездной основе.

При работе с туристами необходим учет источников финансирования путешествия. Исходя из этого НПТ подразделяется на:

- *социальный*, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов, а также средств работодателей;
- *коммерческий*, обеспечиваемый за счет собственных средств туристов;
- *спонсорский*.

В рамках детского и молодежного научно-популярного туризма одну из определяющих ролей играет система образования. Опыт разработки и реализации подобных проектов показывает исключительную важность корректного определения соотношения туристской сферы с системой образования и ее ключевыми элементами. В этой связи по месту относительно системы образования выделяются следующие виды детского и молодежного туризма (см. рис. 1.1).

Размер организованной группы туристов оказывает прямое влияние на используемые технологии, инструменты и организационные подходы работы с ними, определяет требования к единовременной пропускной способности объектов посещения, вместимости транспорта, соблюдения требований безопасности и т.д. *По размеру группы* можно выделить:

- индивидуальный туризм (до 5 человек);
- туризм в малых группах (6–15 чел.);
- туризм в средних группах (16–25 чел.);
- туризм в больших группах (26 и более чел.).

Следующий критерий, который обуславливает специфику организации научно-популярного туризма – это *продолжительность* путешествия. Она может варьироваться от нескольких часов до нескольких месяцев. По данному признаку научно-популярный туризм можно разделить на:

- до 45 минут включительно (увязанный с продолжительностью уроков);
- от 45 до 90 минут (увязанный с продолжительностью спаренных уроков, пар у студентов);
- от 90 до 4 часов (ограничиваемый нормативно и физиологически, формирует требование к необходимости накормить посетителей);
- от 4 часов до 1 суток (далее возникает необходимость обеспечения размещения и ночевки посетителей);
- от 2 до 3 дней (обычно приурочен к выходным и краткосрочным праздникам);
- от 4 до 7 дней;

- от 8 до 14 дней;
- от 14 дней до 1 месяца;
- более месяца.

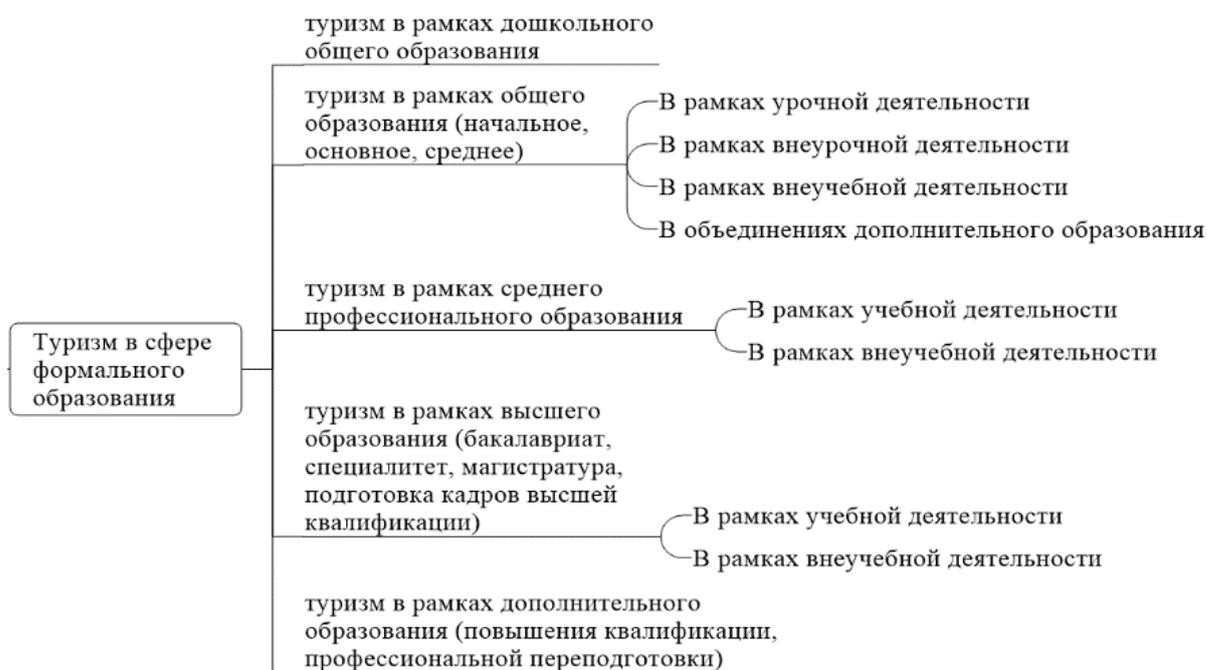


Рисунок 1.1 – Виды НПТ в сфере формального образования

По устойчивости туристского потока туризм можно разделить на туризм постоянного потока, сезонного, эпизодического и разового.

В НПТ разнообразны *способы передвижения* туристов (экскурсантов), согласно признаку, выделяются такие виды как: пеший, автомобильный, мотоциклетный, железнодорожный, авиационный, на индивидуальных транспортных средствах на электросиле, на транспортных средствах с активным способом передвижения (велосипед, роликовые коньки, самокат, лыжи и другие средства, движимые за счет мускульной силы), водный и т.д., в том числе комбинированный.

Необходимо учитывать и фактор *принадлежности транспортных средств*. Выделяют туризм с использованием личного транспорта, транспорта принимающих туристов организаций, транспорта отправляющих туристов нетуристских организаций, транспорта туркомпаний, общественного транспорта.

Качество обслуживания посетителей напрямую зависит от *квалификации работающих* с ними специалистов:

– туризм, основанный на обслуживании и сопровождении посетителей лицами, не имеющими специальной профессиональной подготовки, например, родителями, учителями, преподавателями и др.;

– туризм, основанный на обслуживании и сопровождении посетителей лицами, имеющими специальную профессиональную подготовку (инструктор, инструктор-проводник, гид-переводчик, экскурсовод и др.).

По степени вовлечения туристов мероприятия подразделяются на пассивные и интерактивные.

По формам проведения туристских мероприятий можно выделить: экскурсии, прогулки, научные и обучающие мероприятия (конференция, семинар, лекторий, консультация, мастер-класс, конгресс, занятия в музеях и т.п.), исследования, встречи с выдающимися и известными людьми, развлекательные стационарные событийные мероприятия (выездной вечер, фестиваль, праздник, концерт и т.п.), дни открытых дверей, игровые формы, выставки и ярмарки, походы, соревнования, конкурсы, кружки, технические салоны, экспедиции и мн. др.

По видам базовых объектов туристского интереса они подразделяются на музеи, выставки (временные и постоянные), технопарки, демоверсии производств, действующие и недействующие производственные и научные объекты, пространства VR/AR, визит-центры, уникальные исследовательские комплексы и оборудование и мн. др. (см. выше определение объекта научно-популярного туризма).

По степени доступности объектов посещения научно-популярного туризма для туристов условно выделяются:

- режимные (закрытые) объекты;
- режимные объекты с возможностью доступа на отдельные площадки;
- объекты, на которые доступ возможен при условии получения специального разрешения;

– объекты, на которые свободный доступ обеспечивается только в определенные дни и время (дни открытых дверей, праздники, дни без турникетов и т.п.);

– открытые для свободного посещения объекты и др.

Данная классификация является отражением ситуации с учетом наличия опасных для туристов зон на объектах, а также «режимных» объектов, откуда возможна утечка секретной, совершенно секретной информации или информации особой важности⁷, учета сохранения коммерческой тайны. Тем не менее, политика открытости может быть реализована путем создания специальных площадок (музеев, выставок, демонстрационных лабораторий и др.) за пределами «секретных» и закрытых зон.

При посещении в рамках НПТ производств отдельно внимание необходимо уделять безопасности. В соответствии с Федеральным законом «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» опасные производственные объекты делят на четыре класса:

– I класс опасности – объекты чрезвычайно высокой опасности;

– II класс опасности – объекты высокой опасности;

– III класс опасности – объекты средней опасности;

– IV класс опасности – объекты низкой опасности.

Все остальные производственные объекты условно могут называться безопасными для посещения, их посещение требует соблюдения общих норм безопасности и норм техники безопасности данного предприятия.

С целью обеспечения комфорта и безопасности посетителей необходимо учитывать фактор использования *снаряжения и спецодежды*. На базе данного признака выделяют: туризм без использования специального снаряжения, спецодежды, за исключением обязательных средств обеспечения безопасности; туризм с использованием личного, группового и специального турист-

⁷ Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 «О государственной тайне», Правила отнесения сведений, составляющих государственную тайну к различным степеням секретности (утверждены Постановлением Правительства РФ от 4.09.1995 № 870)

ского снаряжения, одежды, необходимых для реализации цели и задач туристского мероприятия.

Услуги научно-популярного туризма подразделяются на:

- услуги научно-популярного туризма, входящие в стоимость туристского продукта в соответствии с договором о реализации туристского продукта;
- дополнительные (сопутствующие) услуги научно-популярного туризма, которые могут быть включены в стоимость туристского продукта по взаимной договоренности контрагентов в соответствии с договором о реализации туристского продукта или оказываться за дополнительную плату;
- услуги научно-популярного туризма для отдельных категорий туристов (экскурсантов), предоставление которых регламентируется специальными нормативными правовыми актами РФ.

По *исполнителям услуг* научно-популярного туризма организации можно разделить на: научно-исследовательские, образовательные, организации реального сектора экономики (имеющие лабораторную базу и инновационную инфраструктуру), культурно-досуговые организации, организации туристской индустрии⁸, индивидуальные предприниматели и самозанятые, иные организации.

Одним из ключевых признаков классификации является *главная цель путешествия* в рамках НПТ:

- познавательный – направленный на ознакомление с научными достижениями, ведущими исследователями, инфраструктурой, технологиями, перспективными направлениями деятельности объектов НПТ;
- образовательный – направленный на освоение новых знаний, умений, навыков, формирование компетенций в рамках образовательных модулей на базе профильных объектов НПТ с использованием их передовой научной инфраструктуры и/или участием в проведении образовательных мероприятий ведущих ученых;

⁸ см. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

– профориентационный – направленный на ознакомление с профессиональной деятельностью в сфере науки и образования;

– исследовательский – направленный на сбор научной информации, осуществление научной деятельности, разработку научных проектов на базе объектов НПТ;

– профессионально-деловой – направленный на приобретение и обмен опытом, установление деловых контактов посредством участия в конгрессных и иных мероприятиях на базе и/или с участием объектов НПТ.

Программы научно-популярного туризма могут также совмещать две и более цели путешествий.

2. Целеполагание при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма

Туристская деятельность не является профильной для объектов НПТ. Однако туризм для них может стать одним из инструментов для решения широкого спектра как внутренних, так и внешних задач. Проектирование продуктов и услуг научно-популярного туризма необходимо осуществлять целенаправленно через управленческие воздействия. Именно цель интегрирует в себе исходные мотивы, определяет все последующие устремления и действия, тем самым выступая основой для планирования.

Ошибки в постановке целей могут привести к негативным последствиям для объектов научной деятельности в рамках развития научно-популярного туризма. Можно рекомендовать следующие ключевые критерии, которым должны удовлетворять правильно определенные и сформулированные цели: актуальность решаемых для предприятия проблем, достижимость, обоснованность, оптимальность сложности, конкретность, определенность во времени, измеримость достижения, гибкость, обеспечивающая возможности корректировки целей в соответствии с изменениями, согласованность с миссией и нетуристскими целями предприятия, согласованности поставленных

целей между собой, понятность, соответствие интересам и ценностям субъектов влияния (интересов) и др.

Для постановки цели формирования объектов туристического показа на базе предприятия рекомендуется следующий алгоритм, представленный на рисунке 2.1.

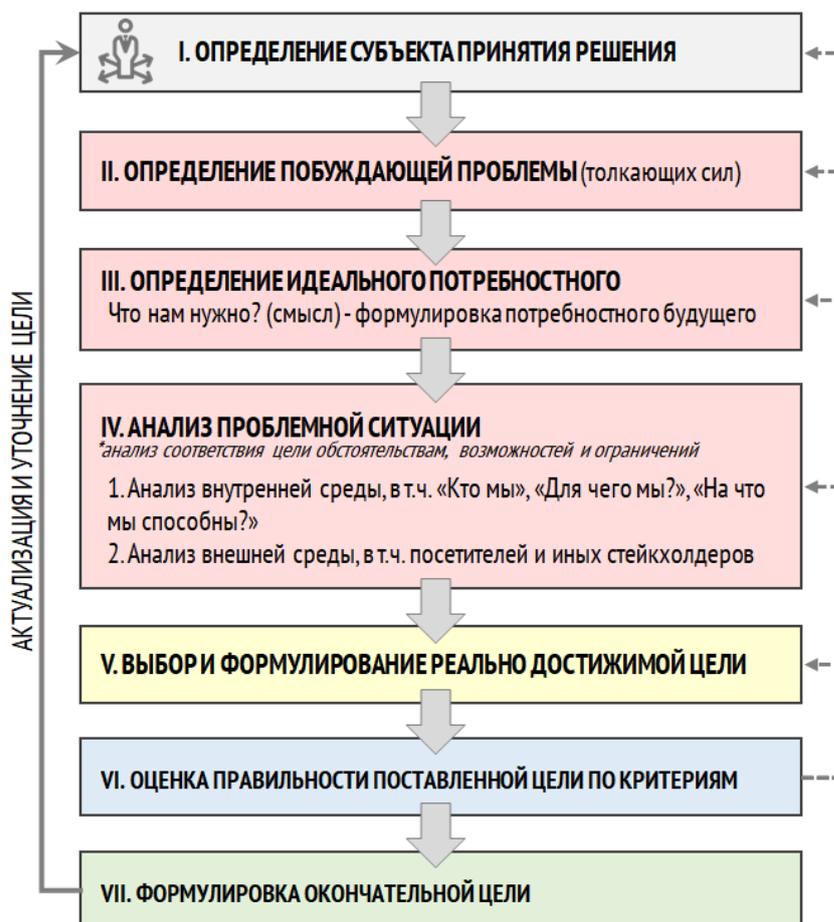


Рисунок 2.1 – Рекомендуемый алгоритм постановки цели проектирования продуктов и услуг научно-популярного туризма предприятий

Пример классификации целей представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Виды целей по содержанию

Вид цели	Примеры целевых направлений
Финансовые	Повышение прибыли от реализации туристских и экскурсионных услуг, реализации продукции туристам и экскурсантам, привлечение новых инвесторов, сокращение издержек, получение господдержки
Маркетинговые	Продвижение продукции, освоение новых или увеличение доли рынков сбыта, позиционирование организации, расширение ассортимента продукции и услуг, увеличение числа партнеров
Производственные	Увеличение объема производимой продукции, сокращение брака продукции и повышение ее качества, повышение производительности труда, совершенствование производственно-технической базы
Кадровые	Повышение престижности и лояльности к организации со стороны работников,

Вид цели	Примеры целевых направлений
	привлечение новых работников через профориентацию, мотивация работников, обмен профессиональным опытом
Организационные	Оптимизация организационной структуры организации, укрепление дисциплины среди работников, повышение безопасности труда работников и деятельности посетителей
Научно-технические и инновационные	Внедрение инноваций, обмен профессиональным опытом, проведение научных исследований
Экологические	Демонстрация экологичности производств и технологий, обеспечение экологической безопасности организации, повышение экологической культуры гостей и работников
Политические	Повышение лояльности со стороны власти, поддержка принятых политических решений, реализация государственных мероприятий
Социальные	Демонстрация выполнения социальных обязательств, приглашение в качестве туристов или экскурсантов лиц с ограничениями возможностями здоровья, детей, пожилых граждан, сирот, повышение лояльности со стороны местного населения

При определении цели необходимо учитывать, что в практике нередко осуществляется декомпозиция цели в форме классического дерева целей, а также формируются метрики определения достижения цели. Вполне нормальной является и ситуация, когда на предприятии ставится не одна, а несколько параллельных или взаимосвязанных целей.

3. Определение объектов интереса туристов для проектирования продуктов и услуг научно-популярного туризма

Поставив цели, следующим шагом необходимо определить самое главное для туристов – *объекты интереса (аттракции)*, которые их побудят на путешествие. В качестве аттракций могут выступать отдельно или в совокупности любые объекты и явления, которые интересны туристу и привлекают его в место пребывания. Следовательно, данную категорию необходимо рассматривать как субъективную.

Исходя из функций и значимости, аттракции можно разделить на:

- целевые – являются целью и главным мотиватором путешествия;
- сопутствующие – аттракции кратковременного и поверхностного интереса, широко используются для насыщения программ пребывания туристов;

– навязанные – аттракции, не интересные и не притягивающие туриста, однако, в силу включения их в пакет тура или других обстоятельств, туристы вынуждены обращать на них внимание;

– дополнительные – вызвавшие значительный интерес у туриста уже в ходе путешествия.

Необходимо помнить и об обратном явлении – *репеллентах*, представляющих собой объекты и явления, отталкивающие туристов от посещения или пребывания на территории.

Исходя из сказанного, научно-производственные и промышленные предприятия могут обладать обширным набором видов аттракций. Приведем примеры: места проведения полевых научных исследований (археологических, палеонтологических, географических, геологических, биологических и др.), а также их отдельные предметы исследований; музеи и выставочные объекты (временные и постоянные); технопарки, демоверсии производств, бизнес-инкубаторы, инновационные центры; пространства VR/AR; выдающиеся личности сферы науки, ученые или известные личности, популяризирующие науку; лабораторная база и инновационная инфраструктура промышленных предприятий, научно-производственных учреждений и комплексов; особо охраняемые природные территории, их отдельные места и предмет охраны; объекты туристского показа с научной составляющей (планетарии, зоопарки и т.п.); федеральные научные центры, наукограды; отдельное оборудование и приборы и мн. др.

Определяя объекты интереса туристов, нужно исходить комплексно как минимум из следующих позиций:

– *Привлекательность* для туристов, которая зависит как от конкретной специфики целевой аудитории, так и от интерпретации объектов и формирования впечатлений туристов. Вопрос проработки целевой аудитории будет рассмотрен в следующем параграфе;

– *Доступность*. Даже самый привлекательный объект интереса туристов не сможет реализовать свой потенциал, если не обеспечить его доступность.

Данная категория многообразна и требует учета специфики конкретных ситуаций. В качестве примеров факторов доступности отметим физическую доступность объектов (возможность физически добраться до объекта и использовать его в целях показа, в том числе для граждан с ограничениями по здоровью), хронологическая (по дням суток, недели, сезонам и т.п. Например, если музей ночью закрыт, то в это время в него никто не попадет легально), языковая, географическая, транспортная, ценовая, информационная, законодательная и мн. др.

– *Условия* выступают как фон, но от этого они не менее важны. Примеры: условия безопасности для жизни, здоровья и имущества туристов, организаторов туризма (чрезвычайные ситуации, медицинские, санитарные, криминальные, дорожно-транспортные и др.), кадровая обеспеченность запуска и работы объекта интереса туристов, природные, экологические, нормативно-правовые, информационное поле, бизнес-условия, приоритетность для руководства организации и территории и др.

– *Инфраструктура* определяет возможности использования объектов интереса и обслуживания туристов, организаторов туризма. Примеры: благоустроенность территории, наличие и качество средств размещения и питания туристов, сформированность безбарьерной среды, транспортная, информационно-коммуникационные технологии, в том числе качество мобильной связи и Интернета, инженерная обеспеченность, обустроенность маршрута следования туристов, знаки навигации, информирования и регламентирования, наличие необходимого специального оборудования и снаряжения для туристов и др.

При отборе объектов интереса туристов важно помнить об эффекте «бутылочного горлышка», согласно которому их потенциал реализуется на столько, на сколько позволяют это сделать самые «слабые» значимые для этого свойства.

С целью государственного регулирования научно-популярного туризма Российской Федерации введены в действие два постоянно актуализируемых документа, содержащие аттракции для туристов:

– План научных мероприятий на период до 2024 года. Ознакомиться с документом можно по ссылке:

https://scienceid.net/upload/tourism_document/47/5/a8789b17_5.pdf);

– Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма. Ознакомиться с документом можно по ссылке:

https://scienceid.net/upload/tourism_document/da/6/cfe4a3ef_6.pdf).

Отдельное внимание необходимо уделить *интерпретации* объектов интереса туристов, поскольку именно она определяет выбор и целенаправленное использование их свойств для туризма. По сути, любой объект или явление окружающей действительности представляет собой только то, что он есть фактически. Смыслы, ценности, привлекательность, толкование как специально, так и случайно вычлененных свойств объектов и мн. др. есть процесс субъективный и возникает как отношения между субъектом и вещью. Например, обычный старенький стол может быть воспринят одним и тем же туристом как захламляющий помещение, или предмет, на который можно опереться, чтоб снять усталость, или узнав, что за ним несколько лет чертил выдающийся конструктор и ученый С.П. Королев, начать его фотографировать, чтобы выложить в сети Интернет для друзей, или с трепетом начать его изучать до самых малых деталей и с нетерпением просить экскурсовода рассказать о предмете подробнее.

Рекомендуем внимательно ознакомиться с «Хартией об интерпретации и презентации достопримечательных мест», которая доступна по ссылке: http://icomos-spb.ru/component/joomdoc/2008a_%20%20%20%20%20%20%20%20-%20%20.pdf/download

4. Определение целевой аудитории и ценностного предложения проектируемых продуктов и услуг научно-популярного туризма.

Определение целевой аудитории является важным этапом создания туристского продукта и услуг. Зная целевую аудиторию, можно обеспечить понимание какими проблемами и задачами живут эти люди, какие ищут выгоды, как принимают решения, какие факторы определяют их поведение в планируемой сфере деятельности, как и через какие каналы предложить им свою продукцию, за что и сколько готовы платить и т.д.

Целевая аудитория – это конкретная группа людей, которым интересен или может быть интересен продукт/услуга, и они могут и будут готовы его приобрести.

Для определения целевой аудитории чаще всего используется сегментация. Сегментация – процесс разделения целевой аудитории по определенным признакам на подгруппы (сегменты), обладающие схожими свойствами, для определенных маркетинговых целей.

Сегментация может быть:

- концентрированной (один продукт предлагается одному сегменту),
- ассортиментной (несколько продуктов для одного сегмента),
- веерной (один продукт для нескольких сегментов),
- дифференцированной (несколько продуктов для нескольких сегментов),
- массовой (для продукта выделяется один или несколько относительно общих не детализированных сегментов и проводится работа с ними).

Устоявшихся алгоритмов сегментации не существует, данный процесс зависит от многих составляющих: как самой стоящей задачи, так и ситуации, в которой она будет реализовываться.

Обобщенно можно выделить следующий алгоритм сегментации целевой аудитории:

Шаг 1. Определение целей сегментации целевой аудитории;

Шаг 2. Определение задач по достижению цели;

Шаг 3. Составление перечня существенных признаков сегментации целевой аудитории. Классически сегментацию проводят по следующим атрибутам (см. рис. 4.1).

В качестве примера рассмотрим сегментацию целевой аудитории по возрасту с нормативных позиций: дети (туризм для детей до 18 лет); молодежь (туризм для молодежи 14–35 лет); взрослые (туризм для зрелых людей 18–65 лет); старший возраст (туризм для представителей старше 65 лет).

Применительно к детской аудитории может быть предложена более развернутая сегментация, основанная на возрастном критерии:

- старшие дошкольники, охватывает детей возрастом от 4 до 6 лет;
- младший школьный возраст, охватывает детей возрастом от 6 до 10 лет (1–4 классы);
- младший подростковый возраст, охватывает детей возрастом от 10 до 13 лет (5–7 классы);
- старший подростковый возраст – подростки 13–15 лет (8–9 классы);
- ранняя юность – подростки 15–18 лет (10–11 классы).



Рисунок 4.1 – Атрибуты сегментации целевой аудитории

Расширенная сегментация детей по возрасту позволяет учитывать при создании, организации и проведении туристских мероприятий физические, психические и духовные особенности детей, а также педагогические, организационные и иные инструменты, для соответствующей работы с ними.

Согласно Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года выделяются следующие виды сегменты целевой аудитории:

- учащиеся школ;
- студенты (курсанты);
- молодые ученые;
- молодые специалисты;
- молодые преподаватели;
- семьи с детьми;
- взрослое население;
- иностранные граждане.

К перечисленному, стоило бы добавить бизнес-партнеров, инвесторов, государственных и муниципальных служащих, представителей общественных организаций, представителей СМИ и блогеров и др.

Нужно отчетливо понимать, что выше представлены популярные признаки сегментации, однако в зависимости от конкретных задач и ситуаций их набор может сильно отличаться от типичного.

Признаки классификации делят на:

- ключевые (позволяющие выделить сегменты целевой аудитории по наиболее существенным для цели деятельности свойствам),
- второстепенные (важные, но не выполняющие ключевой роли),
- факультативные (дополнительные).
- неинформативные признаки, которые из сегментации исключаются.

При работе с детьми и решении социальных вопросов необходимо учитывать, кто принимает решение о покупке продукта/услуги или о посещении объекта научно-популярного туризма, а кто не принимает, но может на него

влиять, но именно он посещает объект. Например, при работе со школьниками среднего возраста решение и приобретение продукта принимает чаще всего родитель или законный представитель, однако туристские объекты посещают сами школьники. В подобных случаях необходимо четко понимать, кто из аудитории является целевой для осуществляемого воздействия.

При сегментации важно учитывать и фактор сезонности туризма.

Шаг 4. Сбор необходимой информации по признакам для целей сегментации.

Шаг 5. Первичное определение и описание целевой аудитории. Обычно проводится двумя путями:

а) камеральное выделение сегментов. Заключается в камеральном выделении «идеальной» целевой аудитории по признакам с последующим поиском ее в реальной среде. Может осуществляться как дедуктивным (последовательное сужение и разбиение (не более 7 групп) всей аудитории путем отсечения лишних по отдельным признакам с убывающей их значимостью для целей организации), так и индуктивным путем (последовательное объединение посетителей в группы по отдельным признакам).

б) специальные маркетинговые исследования аудитории с полевым этапом (обычно с различными формами опросов). Итогом исследований выступают выделенные конкретные сегменты целевой аудитории (не более 7), выявленные на базе полевых исследований текущих и потенциальных посетителей (потребителей).

Шаг 6. Выявление и описание целевой аудитории конкурентов.

Шаг 7. Анализ совпадений и различий целевой аудитории проектируемого продукта и конкурентов.

Шаг 8. Оценка размера и потенциала первично определенной целевой аудитории – объема, доступности, активности, устойчивости во времени, возможности удержания по отношению к конкурентам или возможности переклечения на себя с конкурентов, получение возможных эффектов и т.п.

Потенциал целевой аудитории должен быть обосновано достаточным для создания турпродукта, иначе его разработка не имеет смысла.

*Шаг 9. Выбор и описание перспективной для деятельности целевой аудитории (сегментов). Обычно выделенные сегменты подразделяются на **ядро** (целевая аудитория, которая максимально соответствует достижению цели и которая станет фундаментом, приоритетной для создаваемого турпродукта), **вторичные** (важная целевая аудитория, но не приоритетная с позиций достижения стоящих целей и получаемых от нее эффектов), **дополнительные** (могут создавать дополнительные положительные эффекты наряду с работой с ядром и вторичными сегментами), **потенциальные**.*

Важно! Выделенные сегменты должны соответствовать следующим критериям⁹:

- измеримость – доступность и достаточная точность информации о размерах, составе, потребностях и особенностях поведения сегмента;
- объемность – достаточные размеры сегмента;
- сходство представителей – однородность сегмента по основным показателям, определяющим сходство их реакции на коммерческое предложение;
- интерпретируемость – возможность описания особенностей сегментов в понятных и используемых на соответствующем рынке терминах;
- возможность направленного воздействия – согласованность сегментирования с общей схемой управления маркетингом компании;
- устойчивость в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

Для корректного выделения и полноты понимания сегментов целевой аудитории нередко используется «Методика «5W»¹⁰. Немного ее усовершенствовав, можно выделить следующие вопросы, на которые необходимо дать ясные и конкретные ответы:

⁹ по Щипкову В.И.

¹⁰ вопросы М. Шеррингтона

– (что? – продукт) что предпочитает, приобретает, посещает посетитель (товар, продукт, услуги, их свойства и т.д.)?

– (кто-1?) кто приобретёт продукт (его особенности географические, демографические, социальные, экономические, поведенческие, психографические)?

– (сколько?) сколько готов потратить турист (экскурсант) денежных средств, времени, усилий и т.д.?

– (кто-2?) кто станет посетителем?

– (почему?) почему захотят и (или) посетят, посещают объект туристского интереса? (вопрос потребностей, мотивов, желаний, решаемых проблем и т.п.);

– (где? – место) где принимается решение, осуществляется покупка, осуществляются коммуникации (каналы) с потребителями, узнает о продукте и т.д.?

– (когда? – время) когда происходит принятие решения, покупка, путешествие, осуществляются коммуникации с потребителями и т.д.?

– (как?) как узнают или узнают о продукте, покупают продукт, пользуются продуктом, осуществляют потребление услуги, путешествуют и т.п. туристы (экскурсанты)?

– (какие?) впечатления, опыт, эмоции, чувства и т.п. вызовет у посетителя наш продукт? и др.

Шаг 10. Разработка портретов потребителей (посетителей) как целостного образа, отражающего их потребительские особенности по отношению к поставленной цели. Обычно формируется от 3 до 7 портретов. В качестве примера можно представить паспорт (портрет) международного немецкого туриста в Нидерландах NBTC Holland marketing¹¹.

Шаг 11. Тестирование корректности и верного понимания выделенных сегментов и разработанных портретов посетителей в ходе пробных меропри-

¹¹ Passport. Paul. URL: <https://www.nbtc.nl/nl/home/artikel/persona-upperclass-paul.htm>

ятий или текущей деятельности, дополнительных маркетинговых верифицирующих исследований.

Шаг 12. Уточнение и доработка выявленных недоработок.

Шаг 13. Использование полученных результатов определения целевой аудитории в проектировании туристского продукта.

Шаг 14. Актуализация и обновление. Необходимо помнить, что определение целевой аудитории не является разовой операцией, ее периодически стоит актуализировать и проводить заново, поскольку и ситуации, продукция и задачи организации меняются, изменяется предложение и конкурентов, непосредственно и целевая аудитория динамична во времени.

Определив целевую аудиторию, необходимо сформировать для нее *ценностное предложение* – ясные, понятные и убедительные для целевой аудитории конкретные предлагаемые преимущества и выгоды, которые она получит от приобретения туристского продукта, услуги, посещения объекта туристического показа (см. рис. 4.2).



Рисунок 4.2 – Составляющие определения ценностного предложения

Для разработки вашего ценностного предложения рекомендуем следующий алгоритм разработки ценностного предложения¹²:

¹² По М.А. Саранче



5. Подбор организуемых видов деятельности посетителей при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма

Следующим логическим шагом должен стать выбор видов деятельности (мероприятий), которые объект НПТ способен организовать исходя из целесообразности для посетителей, с учетом комплекса факторов, рассмотренных выше. В рамках научно-популярного туризма может использоваться широкий спектр видов деятельности посетителей. Примеры для выбора показаны в облаке слов, представленном на рисунке 5.1.

Необходимо подчеркнуть, что при проектировании услуг в соответствии с выбранной стратегией обслуживания следует прежде всего ориентироваться на формирование портрета гостя и выбор тех компетенций, которые позволят ПО НПТ иметь конкурентное преимущество на рынке. Только затем решается вопрос о выборе главной операционной функции и связанный с ним вопрос о привлечении посредников, подрядчиков и возможности передачи на аутсорсинг функций. Проектирование непосредственно бизнес-процесса оказания услуг является завершающим этапом.

Наряду с базовыми видами деятельности, нужно определиться и с дополнительными товарами и услугами для посетителей: камеры хранения и сейфа, медпункт, предоставление каталогов (продукции, гостиниц, основных туристских услуг и продуктов, объектов интереса туристов прилегающей территории т.д.) и печатной продукции, инвалидная техника и соответствующие

6. Подбор туристической инфраструктуры при проектировании продуктов и услуг научно-популярного туризма

Подбор туристской инфраструктуры опирается на предварительно определенные планируемые виды деятельности туристов на территории объекта НПТ и сформированный проект планируемого ассортимента услуг, проработанное пространственное зонирование территории и т.д. Не исключена и обратная логика, когда объект НПТ обладает полным набором планируемой туристической инфраструктуры и стоит вопрос в том, как ее использовать для обслуживания туристов. В данном случае, первичными становятся имеющиеся объекты инфраструктуры и факторы производства объекта НПТ, к которым необходимо подобрать предлагаемые посетителям туристские услуги и продукты. Еще более распространены комбинированные варианты – объект НПТ обладает определенным набором туристической инфраструктуры и факторов производства и их нужно увязать с планируемыми видами деятельности туристов с последующим дополнением недостающей инфраструктуры.

Самое главное, здесь *необходимо четко и строго понимать и обеспечивать технологическую завершенность организуемых видов деятельности туристов при посещении объекта*. Должны быть продуманы и завершены все последовательные технологические стадии конкретных организуемых туристских мероприятий (путешествий, экскурсий, событийных мероприятий и т.п.). Например, от встречи экскурсантов и начала их обслуживания на входе в предприятие до их выхода из предприятия со всеми промежуточными этапами проведения экскурсии – *технологическая цепочка должна быть обязательно полной и завершенной*. Подбор туристической инфраструктуры при как раз и должен это обеспечивать. Понимание этого максимально рационализирует и оптимизирует использование факторов производства объекта НПТ, способствует обеспечению качества обслуживания туристов, туристских продуктов и услуг.

В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» относительно инфраструктуры были введены следующие понятия:

– туристская инфраструктура – коллективные средства размещения, объекты общественного питания, объекты туристского показа и посещения, объекты придорожного сервиса, объекты торговли и другие объекты, относящиеся к организациям, ведущим деятельность в соответствии с видами Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, относящимися к собирательной классификационной группировке видов экономической деятельности «Туризм»;

– обеспечивающая инфраструктура – объекты, необходимые для функционирования объектов туристской инфраструктуры на туристских территориях, в том числе сети электроснабжения, газоснабжения, теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения, связи, дноуглубление и берегоукрепление, берегозащитные, пляжеудерживающие сооружения, объекты благоустройства общественных городских пространств, очистные сооружения, а также подключение к ним.

По месту в производственно-потребительских процессах туристскую инфраструктуру можно разделить на:

– базовая инфраструктура (средства размещения и перевозки туристов);

– основная инфраструктура (необходима для предоставления основных туристских услуг, например: питания, экскурсионных, иных транспортных услуг, услуг туристских фирм);

– дополнительная инфраструктура (обеспечивает дополнение основных туристских услуг, увеличивает разнообразие туристской деятельности и позволяет обеспечить повышение качества всей совокупности предоставляемых туристу услуг: информационные, анимационные, продажа сувенирной продукции и т. п.);

– сопутствующая инфраструктура (преимущественно ориентирована на обслуживание местного населения и сотрудников объектов НПТ, однако бла-

годаря туристам она расширяет свои функции и количество потребителей, кроме того, создает существенные условия для пребывания туристов в пределах дестинации: торговые, банковские, страховые, медицинские, телекоммуникационные и другие учреждения);

– поддерживающая (обеспечивающая) инфраструктура (необходима для поддержки функционирования основной и дополнительной туристской инфраструктуры: научные и образовательные учреждения, органы управления туристской сферой, представительства иностранных государств (посольства, консульства и т.п.), органы безопасности и правопорядка, предприятия и сети коммунального обслуживания, транспорт, дорожное хозяйство и т. п.).

Перечень объектов туристической инфраструктуры обладает большим разнообразием и зачастую для работы с ними необходимо иметь профильное образование. Для подбора объектов инфраструктуры для объектов НПТ можно воспользоваться примерами, представленными на рисунке 6.1.



Рисунок 6.1 – Примеры объектов туристической инфраструктуры

Исходя из планируемой деятельности туристов, можно выделить следующие базовые этапы подбора объектов туристической инфраструктуры:

1) Для каждого выбранного вида деятельности туристов (экскурсия, мастер-класс, «живой урок» и др.) необходимо разработать скрипт, сценарий

или программу посещения объекта, которые в логической последовательности с пространственной привязкой определяют все технологические составляющие работы с посетителями. При этом нужно учитывать специфику посетителей и туристское функциональное зонирование территории.

2) Когда сформировано стратегическое понимание алгоритмов работы с посетителями, можно переходить к формированию перечня туристической инфраструктуры, необходимой для их обслуживания. Искомый перечень первоначально рекомендуется формировать в идеальном варианте, без учета фактических ограничений, подразделяя объекты инфраструктуры на:

- обязательные (без которых прием и обслуживание туристов невозможен или приносит риски для их безопасности);

- дополнительные (прием и обслуживание туристов без них возможен, но они оказывают существенное влияние на качество туристских продуктов и услуг);

- опциональные (иные объекты, которые могут быть использованы для приема и обслуживания туристов).

3) Подбор обязательной инфраструктуры, необходимой для организации планируемого вида туризма. Изначально рассматриваются объекты имеющейся у объекта НПТ инфраструктуры, при ее недостаточности, рассматриваются вопросы по созданию новой инфраструктуры или временного использования инфраструктуры иных субъектов.

4) Подбор дополнительной инфраструктуры, необходимой для обеспечения заложенного в туристский продукт качества.

5) Факультативный подбор иной инфраструктуры, позволяющей обогатить и улучшить туристский продукт или услуги.

Подбор каждого объекта инфраструктуры должен исходить из его привязки к конкретным технологическим компонентам приема и обслуживания гостей, с указанием его функций, локализации, обоснования необходимости использования. Удобно это делать в форме сводной таблицы.

Итоговый вариант необходимой инфраструктуры формируется только по результатам проектирования и формирования туристских продуктов и услуг, представленных в следующих параграфах.

В случае, когда объект НПТ планирует работу в сфере туризма исходя только из имеющихся объектов интереса туристов и туристической инфраструктуры, данный этап (раскрываемый параграфом) из работы выпадает и переходят к проектированию и формированию на их базе туристских продуктов и услуг.

7. Проектирование и формирование туристских продуктов научно-популярного туризма.

Туристский продукт обладает четырьмя фундаментальными законодательно определенными признаками¹³:

1) туристский продукт в обязательном порядке должно включать услуги перевозки (не трансфера, а именно перевозки из места жительства в место временного пребывания) и размещения (с целью ночевки в месте временного пребывания) – отсюда вывод о том, что любые иные комбинации, то есть комплексы туристских услуг (экскурсии + перевозки, размещение + питание, анимация + питание + перевозки и т. д.), не будут считаться туристским продуктом;

2) входящие в туристский продукт услуги всегда оказываются за общую цену, что фиксируется в договоре о реализации туристского продукта; то есть любое дробление цены туристского продукта исключает его единство и комплексность, что в то же время не исключает ответственности туристских организаций за все услуги, входящие в туристский продукт;

3) комплекс туристских услуг становится туристским продуктом только в том случае, если он удовлетворяет всем признакам, закрепленным в законодательных понятиях «туризм» и «турист», а именно: а) приобретение туристского продукта для личных нужд и в целях, указанных в определениях «ту-

¹³ по Кускову А.С.

ризм» и «турист»; б) перемещение в иное место временного пребывания; в) в месте временного пребывания надо переночевать и провести более 24 часов;

4) услуги, входящие в туристский продукт, оказываются на основании договора о реализации туристского продукта, субъектами которого могут являться только туроператоры, турагенты, субагенты и туристы.

Согласно законодательству РФ проектированием, формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов занимаются туроператоры. В связи с этим, непосредственно туристский продукт объекты НПТ сами разработать и предложить не могут. Для этих целей они могут использовать следующие основные подходы:

1) Включение на договорной основе в реализуемые туроператорами туристские продукты (туристские маршруты и программы) – вхождение в действующие производственно-технологические цепочки;

2) Индивидуальное проектирование, формирование, продвижение и реализация новых туристских продуктов туроператором на договорной основе на базе предприятия – создание новой индивидуальной производственно-технологической цепочки;

3) Проектирование, формирование, продвижение и реализация новых туристских продуктов туроператором на договорной основе совместно с партнерами – создание новой производственно-технологической цепочки в рамках интеграции с партнерами;

4) Регистрация на базе предприятия туроператора с последующей разработкой туристского продукта самостоятельно или во взаимодействии с партнерами.

Важно отметить, что в области формального научно-популярного туризма в рамках мероприятий, механизмов, инструментов и т.п. Концепции, а также Плана мероприятий («дорожной карты») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, Программы молодежного и студенческого туризма указанные подходы должны соотноситься с Подтверждениями статусов маршрутов научно-популярного туризма, устанавливаемыми

мыми экспертными заключениями рабочей группы по развитию научно-популярного туризма Координационного совета по делам молодежи в научной и образовательной сферах Совета при Президенте Российской Федерации по науке и образованию.

Основным туристическим продуктом туроператора, выпускаемым на рынок, является стандартный набор разнообразных услуг, продаваемый туристам в одном «пакете». *Пакет услуг (турпакет)* – это произведенный туристический продукт, состоящий из перевозки, размещения, питания, экскурсионных, досугово-развлекательных и бытовых услуг, спортивных и курортных программ, туристских походов и т.д. Пакет услуг формируется в зависимости от цели путешествия и потребностей туристов.

Турпакеты по набору услуг и товаров можно разделить на (см. рисунок 7.1):

- основной пакет – охватывает основные ценности и услуги (в туристских категориях), т. е. ночлег, питание, транспорт и т.д. На его состав клиент (турист), как правило, повлиять не может;

- расширенный пакет – наряду с основным пакетом охватывает также дополнительные ценности и услуги, повышающие привлекательность предложения, на выбор которых клиент (турист), как правило, повлиять не может;

- опциональный пакет – охватывает все компоненты, дополняющие основной (либо расширенный) пакет, которые турист может заказать за определенную доплату; эти компоненты могут свободно выбираться туристом в различных комбинациях; если речь идет только о единичной услуге, то используется понятие «опциональный компонент».

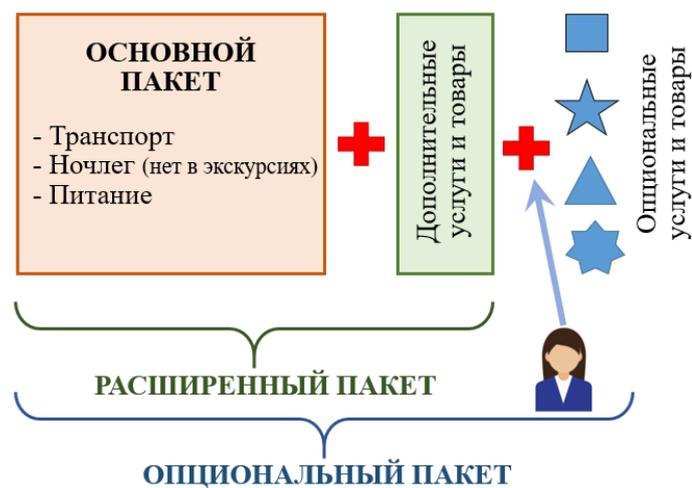


Рисунок 7.1 – Виды туристских пакетов

Существуют следующие варианты турпакетов:

- пакет «мини» – если турпакет содержит только основные услуги (перевозка плюс размещение);
- пакет «стандартный» – содержит все услуги пакета «мини» плюс питание, также может включать ряд дополнительных услуг (страховую и визовую поддержку, трансфер, услуги гида, экскурсионную программу и др.);
- пакет «расширенный» – содержит максимально возможный для данного турпродукта набор услуг.

При создании туристского продукта возможны два варианта работы с туристами: реализация заказных туров и инклюзив-туров. При продаже заказных (экслюзив) туров разработка программы и комплектование услуг производятся по желанию и при непосредственном участии туристов. Им предлагают на выбор разные варианты обслуживания в предполагаемом месте пребывания. Выбранные туристами услуги включаются в программу тура, рассчитывается цена. Инклюзив-тур – это тур с жестким заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг. Особенности такого продукта – единая для всех программа, четко увязанная со сроками и графиком путешествия. При реализации инклюзив-тура состав услуг не меняется, турист вправе купить его целиком или вообще отказаться от него. В целом комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно.

В зависимости от личного характера туриста и его бюджета, а также от особенностей путешествия, тур может совершаться на групповой или индивидуальной основе.

Согласно ГОСТ Р 50681-2010, «проектирование туристских услуг (туристского продукта) – подготовка и разработка технических и технологических документов на туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия».

Можно выделить следующие уровни сформированности турпродукта (см. рисунок 7.2), отражающие последовательность его создания.

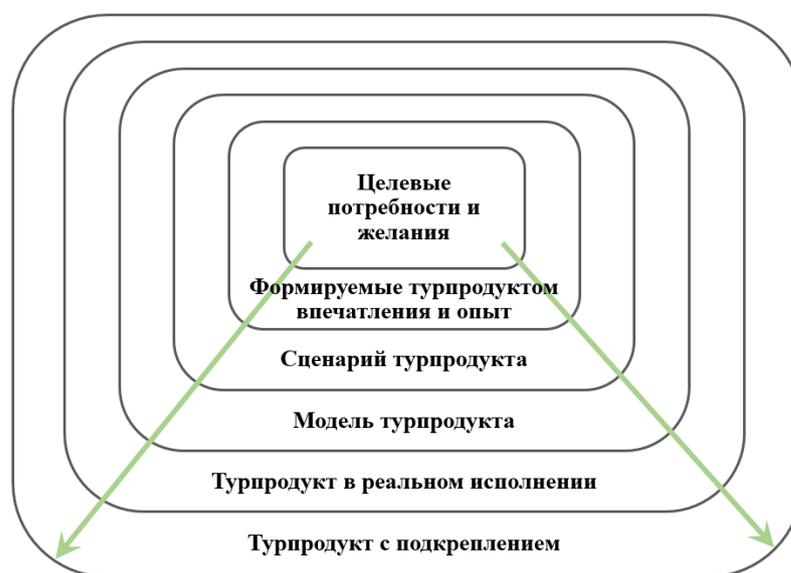


Рисунок 7.2 – Уровни сформированности туристского продукта

На начальной стадии турпродукт как таковой еще не существует, однако у туриста он выражается в виде актуальных потребностей и желаний, которые он стремится удовлетворить, разработчик же продукта (если это не сам турист) пытается их выявить, чтобы в последующем сформировать востребованный продукт. Следующим шагом становится определение целевых впечатлений и опыта, которые лягут в основу туристского продукта. Далее, с учетом имеющихся ресурсов и возможностей у разработчика турпродукта, формируется сценарий турпродукта в виде специально выстроенной последовательности действий, направленных на удовлетворение исходных потребностей, достижение целевых впечатлений и опыта у туристов.

Зная потребности и желания потребителя, определив целевые впечатления и опыт, а также логики их достижения, разрабатывается модель туристского продукта, которая и является результатом проектирования турпродукта. Модель в вербальном и графическом виде содержит описание будущего туристского продукта. На этапе формирования туристского продукта создается система отношений с конкретными исполнителями услуг на местах (в том числе закладывается договорная база), таким образом турпродукт формируется в реальном исполнении. Для повышения конкурентоспособности, привлечения клиентов и т.д. в турпродукт дополнительно могут быть включены выгоды для потребителя (например, гарантии возврата денег, консультации, особые условия трансфера), формирующие продукт с подкреплением.

Проектирование представляет собой начальную стадию разработки туристской продукции, которая непосредственно основывается и во многом определяется результатами маркетингового исследования потребностей туристического рынка и предложений основных конкурентов на рынке. Туристское проектирование проводится задолго до обозначенных сроков тура или сезона (требуется довольно много времени на планирование и продвижение турпродукта), в случае проектирования принципиально новых направлений или видов туров для местного рынка, приступать к данному этапу работы необходимо намного раньше (поскольку планирование продвижение туров-новинок более длительный, чем в отношении известных и популярных направлений и туров, процесс). *Результатом проектирования является разработка проекта будущего турпродукта.* Проект есть неконкретизированное (в точности до наименований отелей, перевозчиков, цен...) представление о будущей туристской продукции в форме документов.

Разложить процесс разработки турпродукта можно следующим образом:

- Изучение спроса потребителей;
- Определение вида турпродукта. Определяется направленность продукта, на чем он будет основан (горные лыжи, экскурсии и др.);

- Определение форм турпродукта. Форма зависит от вида – оздоровительный, развлекательный, спортивный и др.;
- Определение элементов турпродукта. Определяется, из чего будет состоять турпродукт (доставка, размещение, питание, основная программа пребывания);
- Периодичность предоставления турпродукта;
- Разработка вербальной модели тура. Строится модель с применением всех вышеуказанных пунктов, при этом происходит корректировка и уточнение некоторых элементов;
- Оценка экономической эффективности турпродукта. Проводится путем экспериментального заезда и ознакомлением — презентация, реклама, информация. Необходимо время, чтобы проследить за популярностью туристской услуги (отзывы туристов, заявки клиентов);
- Внедрение туристского продукта. Проработка технологической документации (графики заездов, программы обслуживания, путевки), обучение кадров. Разрабатывается экономический механизм реализации нового продукта, цена. Формируется система управления производством и сбыта нового туристского продукта. Она занимается реализацией и постоянной модернизацией в соответствии с запросами клиентуры;
- Оптимизация турпродукта. Это оптимальный состав услуг, соответствующий типу маршрута, потребностям клиентов и требующий постоянного контроля.

Таким образом, разработка турпродукта включает следующие основные аспекты: маркетинговые исследования; поиск и выбор партнеров; составление бизнес-плана; подготовка программы обслуживания (составление турпакета); расчет стоимости тура (калькуляция) и формирование ценового предложения; реклама тура и анализ ее эффективности; имиджевая реклама.

Технологии проектирования туристского продукта представлены в ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с техническим

заданием, разрабатываемым туроператором с учетом следующих основных факторов: конъюнктуры рынка туристских услуг; запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги); состояния и структуры объектов туристской индустрии; межрегионального кластерного подхода; результатов маркетинговых исследований (внутренней и внешней среды маркетинга (в том числе ресурсной базы), рынка; конкурентов; потребителей; туристского продукта); обеспечения безопасности туристских услуг; защиты прав потребителей туристских услуг; предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора; соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований; наличия договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями.

Проектирование туристских услуг осуществляется в несколько этапов:

1. Составление моделей туристских услуг;
2. Разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг;
3. Установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг;
4. Определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг;
5. Утверждение документов на проектируемые туристские услуги.

При составлении модели туристской услуги учитывают следующие факторы:

- вид туристской услуги;
- основную направленность/назначение туристской услуги (оздоровление, осмотр природных достопримечательностей, посещение объектов историко-культурного наследия и др.);
- маршрут путешествия (путь следования, пункты отправления и прибытия, перечень пунктов ночевки, стоянок и т.п.);
- перечень соисполнителей (поставщиков услуг по размещению туристов, организации питания и перевозок);

- метод обслуживания туристов;
- перечень организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих дополнительные услуги (организация досуга, консалтинговые, информационные и другие услуги).

Установление нормируемых характеристик/показателей для каждой туристской услуги осуществляют в зависимости от ее вида и назначения. Для каждой характеристики/показателя услуги должны быть указаны приемлемые для потребителя и исполнителя значения.

Основными требованиями к туристским услугам и условиям обслуживания туристов являются: соответствие назначению; безопасность; точность и своевременность исполнения; эргономичность; комфортность; эстетичность; информативность; доступность.

Характеристики туристских услуг, указанные в проектных документах, должны соответствовать требованиям национальных стандартов.

Дополнительными требованиями к процессам оказания услуг являются:

- категория, тип, количество и пропускная способность объектов туристской индустрии (средств размещения, горнолыжных трасс, пляжей и др.), используемое снаряжение и оборудование;
- количество и компетентность необходимого персонала, обслуживающего туристов на каждом этапе оказания услуги, и необходимый уровень профессиональной подготовки;
- обязательства исполнителей и соисполнителей туристских услуг по надлежащему их оказанию в соответствии с заключенными договорами, включая условия возмещения ущерба.

Установление технических и технологических требований при проектировании туристских услуг осуществляется для процессов формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Результатом данного этапа проектирования являются проекты технических условий, технологических инструкций, технологических карт, стандартов работы персонала и других документов.

В документах, регламентирующих проведение контроля качества, устанавливаются методы и формы проведения контроля на соответствие запроектованным характеристикам. Анализ разработанных проектов документов на туристские услуги проводится специалистами – представителями соответствующих функциональных подразделений туристской организации, в том числе с привлечением независимых экспертов. Анализ проводится с целью подтверждения:

- соответствия установленных характеристик проектируемой услуги требованиям безопасности для жизни и здоровья туристов, а также охраны окружающей среды;

- соответствия требований к процессам обслуживания туристов запроектованным характеристикам услуг;

- эффективности методов контроля качества туристских услуг и объективности оценки их характеристик.

Анализ проектов документов направлен на выявление и своевременное устранение несоответствий и может быть осуществлен методом верификации (инспекционное обследование маршрута, ознакомительный тур и др.). Результатом анализа проектов документов является уточнение содержания технических документов на проектируемые туристские услуги.

Утверждение проектных документов на туристские услуги осуществляется руководителем туристской организации. В случае проектирования услуги по заявке заказчика технические документы на проектируемые туристские услуги согласовываются с заказчиком. Внесенные в проектные документы изменения и дополнения утверждаются руководителем туристской организации и согласовываются с заказчиком, если проектирование проведено по его заявке.

Проектирование туристских услуг предусматривает разработку *программы обслуживания туристов или программы путешествия*, включающую:

- разработку маршрута путешествия;

- формирование списка соисполнителей туристских услуг, включая средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и организации, оказывающие дополнительные услуги (экскурсионные организации, экскурсоводы-предприниматели, спортивные сооружения, театры, музеи и др.);
- установление периода времени/продолжительности отдельных услуг исполнителем;
- формирование перечня экскурсий с указанием посещаемых объектов;
- разработку перечня туристских походов, прогулок, комплекса услуг по организации досуга;
- определение продолжительности пребывания туристов в каждом пункте маршрута;
- установление минимального и максимального количества туристов, участвующих в путешествии (численность группы);
- определение видов и количества транспортных средств, используемых для перевозки туристов;
- определение потребности в экскурсоводах (гидах), гидах-переводчиках, инструкторах-проводниках, сопровождающих лицах и в другом обслуживающем персонале с необходимым уровнем подготовки и квалификации;
- разработку форм и видов рекламных, информационных и картографических материалов, описаний путешествия, памятки и др.

*Правила составления программы тура*¹⁴. Для того чтобы приступить к разработке индивидуального тура, необходимо выяснить у заказчика: информацию о перевозке туристов; данные о проживании (размещении) туристов; информацию об экскурсиях, которые необходимо включить в программу тура; данные для организации трансферов, а также их необходимость в каждом конкретном случае.

¹⁴ по Сухову Р.И.

В случае если перевозка туристов осуществляется авиатранспортом, необходимо учитывать *рекомендации подбора авианперелетов*, которые заключаются в следующем: наилучшее время прибытия в пункт назначения – утро или середина дня; наилучшее время отправления (возвращение из тура) – середина дня или вечер; количество «стыковок» – по возможности не более одной (два сегмента перелета); время между «стыковочными» рейсами не менее трех часов (в исключительных случаях от 30 минут при возвращении из тура в рамках одного терминала, если билет выписан на одном бланке и имеет единый номер бронирования). При больших разрывах в стыковке рейсов возможно посещение городов (при наличии въездной визы государства или безвизового режима).

Данные о проживании, необходимые при подборе объекта размещения: место расположения объекта должно быть обязательно сопряжено с целью поездки. Например, размещение в городских или культурно-познавательных турах всегда тяготеет к историческому центру города; в деловых поездках – к месту проведения мероприятий или транспортным узлам. Необходимо учитывать платежеспособность туристов и уровень обслуживания, к которому они привыкли или желают получить; название гостиницы, официальная категория, адрес, телефон гостиницы; даты проживания; расчетный час (заселение (раннее, стандартное) /выселение (позднее, стандартное)); тип и категория номера; тип питания.

Информация об экскурсиях: место и время начала и окончания экскурсии (продолжительность); перечень экскурсионных объектов, порядок их посещения и осмотра; использование технических средств; язык экскурсии, число участников (индивидуальная, мини-группа, группа). Для получения права проведения экскурсии экскурсовод должен пройти аттестацию (в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации «Об утверждении Положения об аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков № 833 от 07 мая 2022 г.). Уровень подготовки экскурсовода является залогом качества предоставляемой экскурсии, позволяет правильно

преподносить информацию экскурсантам, наполнять ее важным идейным и нравственным содержанием, формировать патриотическое отношение и любовь к своей Родине, народу и традициям Российской Федерации.

Данные для организации трансферов: число участников (индивидуальный для туристов, индивидуальный с попутчиками, групповой); вид транспортного средства (легковой автомобиль, его класс, микроавтобус, автобус); удаленность от места проживания (километраж); информация о встрече, время ожидания, контактные телефоны; информация о трансфере в день отправления; в случае необходимости информация о возможности проката автомобиля.

Структура программы тура. В начале (преамбуле) программы, как правило, указывается название тура, дни осуществления программы, контактные данные туроператора, в том числе телефоны кураторов или гидов в стране осуществления программы. Далее указывается программа тура по дням.

Примерное содержание информации, отображаемой в программе тура:

Первый день. Информация о перелете. Номер рейса, место и время отправления. Сведения о проходах туриста в аэропорту отправления (в случае, если документы передаются в аэропорту отправления). Информация о прибытии рейса в пункт назначения, о встрече туриста, трансфере к месту размещения. Указывается название гостиницы, категория, тип номера, его адрес и телефон, период пребывания в случае, если туристы в рамках программы меняют гостиницы несколько раз. Если есть питание, то указывается что включено в стоимость. Экскурсии в первый день обычно не ставятся, что связано с возможностью задержки прибытия туристов (например, при задержке вылета).

Второй и последующие дни. В зависимости от характера программы, ее насыщенности и содержания, второй и последующие дни могут отличаться друг от друга. При составлении программы обслуживания туристов необходимо учитывать наличие свободного времени, давать рекомендации о его проведении, указывать наличие или отсутствие сопровождающего, указывать

по возможности время начала и окончания мероприятий программы. Программа должна быть выверенной, логически обоснованной, понятной туристу. Исходя из содержания программы туристу должно быть понятно, включена ли услуга в стоимость тура, или является дополнительной (при этом указывается ее ориентировочная стоимость и по возможности условия её выполнения, например, что стоимость дополнительной экскурсии гарантирована только при наборе группы от пяти человек и т. д.). В качестве примера можно рассмотреть структуру одного из дней программы тура экскурсионно-познавательной тематики. В программе этого дня необходимо указать информацию о питании (что включено в стоимость, что оплачивается дополнительно и по желанию туриста). Начало экскурсионной программы. Название экскурсии и краткая ее характеристика. Откуда и когда начинается экскурсия, с какой табличкой будут ждать туристов. Контактные телефоны. Краткая характеристика объектов осмотра. Время и место окончания экскурсии. В свободные дни или временной период предлагается дополнительная экскурсионная или досуговая программа. При этом указывается ориентировочная стоимость услуги.

Правила распределения экскурсий по программе тура:

- первыми ставятся обзорные экскурсии (автобусные, затем пешеходные);
- вторая очередь принадлежит тематическим экскурсиям и выездным автобусным экскурсиям;
- после продолжительной экскурсии следует свободный день или день с минимальной нагрузкой;
- не следует ставить экскурсии в первый и последний дни пребывания (ночевки) в городе. Исключение может составлять раннее прибытие в город или поздний отъезд. В этом случае необходимо предупреждать туристов о том, что в случае переноса или опоздания рейсов оплаченные экскурсии не компенсируются, не заменяются на другие и не переносятся на иное время;

– самостоятельные поездки (или свободное время) туристам можно планировать после основной экскурсионной программы. В выходные и праздничные дни магазины и некоторые рестораны и кафе могут не работать, а общественный транспорт по сокращенному графику с большими интервалами. В то же самое время, музеи, как правило, в выходные дни работают. Для радиальных выездов на поезде оптимальное время поездки до двух часов в одну сторону. Однако могут быть и исключения (до 4–5 часов в одну сторону);

– в случае смены гостиницы (переезд из одного города в другой) указывается время и условия освобождения номера, данные перевозки (номер поезда или рейса, место и время отправления, время прибытия на вокзал, в случае наличия трансферов подробная информация о трансфере).

Финальный день программы. Указывается наличие завтрака в гостинице, время его проведения, а также время и условия освобождения номера, тип и время трансфера, данные о перевозке туристов (аэропорт или железнодорожный вокзал, время отправления). Необходимо дать рекомендации о возможностях хранения багажа туристов. Если туристы ожидают трансфер в гостинице, важно знать о наличии багажной комнаты и условиях хранения багажа. Также необходимо предоставить информацию о возможности питания туристов, если завтрак не входил в стоимость размещения или они осуществляют поздний выезд из гостиницы и желают пообедать или поужинать.

Результатом проектирования туристских услуг являются следующие документы:

– карта (схема) туристского маршрута с указанием пунктов остановок, ночевки, средств размещения, предприятий питания; перечня экскурсий, продолжительности путешествия и др.;

- технологическая карта туристского путешествия;
- информационный листок к туристской путевке;
- листок с дополнительной информацией;

– перечень основных работников (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающих оказание туристских услуг на маршруте, включая требования к образованию, квалификации и профессиональной подготовке;

– стандарты работы персонала.

Примерный образец технологической карты туристского путешествия по ГОСТ Р 50681-2010 представлен ниже:

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристской организации
инициалы, фамилия
личная подпись, печать

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

на _____ 20 __ г.

Маршрут путешествия _____
наименование и вид маршрута

Протяженность маршрута (км) _____

Продолжительность путешествия (суток) _____

Число туристов в группе (рекомендуемое) _____

Стоимость (ориентировочная) _____

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту:

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
---	--	--	--------------------	---------------

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов (перечень организаций, осуществляющих помощь в оформлении документов): _____

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения (перечислить наименования, месторасположение, категорию средства размещения и номеров в соответствии и другие особенности на каждом этапе): _____

Перевозки осуществляются предприятиями (перечислить наименования предприятий, месторасположение, вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания): _____

Питание туристов осуществляется предприятиями (перечислить наименования, типы предприятий питания, месторасположение, формы и методы обслуживания туристов): _____

Экскурсионные услуги (перечислить наименования организаций или индивидуальных предпринимателей, виды экскурсий, тематику экскурсий в каждом пункте по маршруту): _____

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги (перечислить наименования предприятий, месторасположение, виды услуг на каждом этапе, категорию объектов туристской индустрии): _____

Подписи руководителей и печати предприятий, обслуживающих маршрут _____

Краткое описание путешествия (повторяется в информационном листке к туристской путевке): _____

Проектирование отдельных видов услуг научно-популярного туризма осуществляется в соответствии:

ГОСТ Р 53522-2022 Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские и экскурсионные услуги;

ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования;

ГОСТ Р 70361-2022. Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм;

ГОСТ Р 53524-2009 Национальный стандарт российской федерации. Конгрессная деятельность. Термины и определения, ГОСТ Р 70216-2022 Национальный стандарт Российской Федерации. Конгрессная деятельность. Основные положения, ГОСТ Р 70217-2022 Национальный стандарт российской федерации. Выставочные и конгрессные площадки. Основные требования;

ГОСТ Р 56642-202 Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования; ГОСТ Р 70583-2022 Национальный стандарт Российской Федерации. Туризм и сопутствующие услуги. Экологический туризм. Требования к туристской инфраструктуре; ГОСТ Р 70586-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Туристские тропы. Обустройство троп в целях обеспечения безопасности туристов и охраны окружающей среды. Минимальные требования;

ГОСТ Р 57286-2016. Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста, с ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями и др.

Согласно федеральному закону от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», *формирование туристского продукта* – деятельность туроператора по заключению и исполнению до-

говоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие).

Формирование туристского продукта предполагает определение схем работы туроператора с исполнителями услуг (прямых или через посредников), идентификацию исполнителей услуг и форм взаимодействия с ними, подготовку и оформление договорной базы с ними, исполнение заключенных договоров. При этом, необходимо учитывать регулирующее их профильное законодательство.

Примеры схем взаимодействия туроператора с организациями, предоставляющими отдельные туристские услуги, даны ниже¹⁵:

Поставщик туристских услуг	Возможные схемы взаимодействия
Meet-компания	1. Разовые заявки; 2. Квотирование; 3. Туристский кредит
Авиакомпания	1. Продажа билетов на регулярные рейсы; 2. Организация чартерного рейса; 3. Организация чартерных программ; 4. Участие в чартерных программах
Гостиницы	1. Аренда средств размещения; 2. Покупка блока мест на условиях комитмента; 3. Покупка блока мест на условиях элотмента; 4. Безотзывное бронирование; 5. Приоритетное бронирование; 6. Квотирование; 7. Работа на условиях повышенной комиссии; 8. Работа на условиях стандартной комиссии по разовым заявкам
Железная дорога	1. Продажа индивидуальных и групповых железнодорожных билетов; 2. Формирование специальных туристских поездов; 3. Аренда прицепных вагонов
Судовладелец	1. Единоличный или долевого фрахта судна
Автопредприятие	1. Единоличная или долевого аренда автобуса
Экскурсионная организация	1. Организация индивидуальных экскурсий; 2. Организация групповых экскурсий; 3. Организация экскурсий на собственном транспорте; 4. Организация экскурсий на арендованном транспорте

По результатам формирования туристский продукт получает законченный вид, готовый к реализации¹⁶ и исполнению.

¹⁵ по ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг: учебное пособие / Д. С. Ушаков. Ростов-на-Дону: MapT, 2008.

¹⁶ Ознакомьтесь с Правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1852

8. Проектирование услуг научно-популярного туризма в форме экскурсий.

Экскурсия представляет собой основной метод ознакомления посетителей с объектом научно-популярного туризма. Согласно «ГОСТ Р 54604-2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» экскурсия – «услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.) индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночевки». С концептуальных позиций, *экскурсия* – деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в сопровождении экскурсовода (гида) и (или) гида-переводчика по пути следования продолжительностью менее 24 часов без ночевки.

Основными требованиями к экскурсиям являются: познавательная ценность, научность содержания, воспитательное воздействие, наглядность, достоверность, доступность, качество изложения материала (текста экскурсии), дифференцированный подход к экскурсантам различных категорий.

Подготовка новой экскурсии обычно является результатом командной работы, однако нередко экскурсии разрабатываются и отдельными авторами. Высокий профессиональный уровень кадрового состава, обеспечивающего разработку и проведение экскурсий на объектах – ключевой фактор их качества экскурсионных услуг в научно-популярном туризме. Если организация ставит задачу развития туризма на системной основе, рекомендуется создание специальной структуры, в основной функционал которой, наряду с другими задачами по приему и обслуживанию туристов, будет входить деятельность по разработке и проведению экскурсий. Если организация имеет соб-

ственный музей или выставочный/презентационный центр, целесообразно начать развивать экскурсионную деятельность на их основе, используя имеющийся кадровый потенциал.

Функциональные обязанности и требования к уровню образования и профессиональным качествам экскурсовода определяются Профессиональным стандартом «Экскурсовод (гид)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 июня 2021 № 394н и «ГОСТ Р 57807-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Требования к экскурсоводам (гидам)».

В соответствии с профстандартом у экскурсовода (гида, гида переводчика, организатора экскурсий) предполагается наличие высшего образования на уровне бакалавриата или среднего профессионального образования и дополнительного профессионального образования – программ повышения квалификации по профилю деятельности. Курсы повышения квалификации рекомендуется проходить раз в 3 года. Обобщенная трудовая функция «Проведение экскурсионных программ» предполагает выполнение двух трудовых функций:

- разработка экскурсии (включает следующие трудовые действия: составление экскурсионных программ, маршрутов; отбор экскурсионных объектов для будущей экскурсии; комплектование «портфеля экскурсовода»; оформление экскурсионной документации);

- проведение экскурсии (включает следующие трудовые действия: обеспечение проведения экскурсий; соблюдение маршрута экскурсий; обеспечение безопасности экскурсантов во время экскурсий; обеспечение возвращения экскурсантов).

Подробный перечень необходимых знаний и необходимых умений экскурсовода раскрывается в вышеназванных нормативных документах, с ним рекомендуется внимательно ознакомиться самостоятельно.

Экскурсовод (гид) и гид-переводчик вправе оказывать услуги только при условии прохождения ими аттестации в порядке, предусмотренном законода-

тельством РФ о туристской деятельности (см. статью 4.4. Федерального закона от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», а также Постановление Правительства Российской Федерации от 07.05.2022 № 833 «Об утверждении Положения об аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков»). Экскурсовод (гид) и гид-переводчик обязаны проходить аттестацию один раз в пять лет.

При этом необходимо учитывать, что действие статьи 4.4 не распространяется на экскурсоводов (гидов) и гидов-переводчиков, осуществляющих деятельность на основании трудовых договоров или гражданско-правовых договоров с централизованными религиозными организациями, религиозными организациями, входящими в их структуру, и (или) созданными ими организациями, основной целью деятельности которых является осуществление паломнической деятельности, на экскурсоводов (гидов) и гидов-переводчиков, осуществляющих деятельность на объектах показа и состоящих в отношениях с владельцами указанных объектов на основании трудовых договоров или гражданско-правовых договоров, а также на лиц, осуществляющих ознакомление туристов (экскурсантов) с объектами показа в рамках осуществления образовательной деятельности.

Правила оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком в РФ представлены в Постановлении Правительства Российской Федерации от 31.05.2022 № 992.

Для проведения отдельных этапов экскурсии (демонстрация оборудования, отдельных технологических процессов, продукции и т.п.) в НПП привлекаются высококвалифицированные специалисты организации, наиболее компетентные в соответствующей сфере (инженеры, технологи, рабочие), способные профессионально и в то же время на доступном для целевой аудитории уровне рассказать о производственных и научно-технологических объектах или процессах. Для проведения отдельных этапов профориентационных экскурсий целесообразно также приглашение представителей руководства и кадровых служб, ветеранов, молодых специалистов организации.

Пробные экскурсии обязательно проводятся с участием не только основного экскурсовода, но и всех специалистов, обеспечивающих данную экскурсию.

Во время проведения групповой экскурсии также должны быть задействованы сопровождающий группы (сотрудник турфирмы, школьный учитель, руководитель студенческой группы), а также представитель службы охраны труда организации, в функции которых входит обеспечение безопасности туристов.

На основе «ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» и практического опыта можно выделить следующие шаги по подготовке экскурсии:

Шаг 1. Определение цели и задач экскурсии.

Шаг 2. Маркетинговое исследование, определение целевой аудитории, ценностного предложения и целевого впечатления.

Шаг 3. Выбор темы и разработка концепции экскурсии;

Шаг 4. Изучение и сбор информации по теме экскурсии (работа с источниками);

Шаг 5. Отбор и изучение экскурсионных объектов;

Шаг 6. Составление маршрута и программы экскурсии;

Шаг 7. Объезд или обход маршрута;

Шаг 8. Разработка методического обеспечения: определение приемов и техники ведения экскурсии, составление технологической документации (ГОСТ Р 50681) – схемы маршрута, программа, инструкции, стандарты и др.;

Шаг 9. Подготовка контрольного текста для проведения экскурсии;

Шаг 10. Комплектование «портфеля экскурсовода»;

Шаг 11. Подготовка индивидуального текста;

Шаг 12. Проведение пробных экскурсий;

Шаг 13. Расчет стоимости экскурсии, в случае планового туризма;

Шаг 14. Представление экскурсии на рецензирование независимым экспертам в области экскурсионных услуг (при необходимости);

Шаг 15. Прием (сдача) экскурсии, утверждение экскурсии.

Допускается сокращение числа этапов разработки экскурсии по решению руководства организаций.

Работа над новой экскурсией начинается с четкого определения ее цели. Цель экскурсии – это то, ради чего проводится экскурсия и как следствие показываются экскурсантам определенные объекты. Задачи экскурсии – достичь целей путем раскрытия темы. Экскурсии бывают обзорными (ознакомительными), тематическими, комплексными и т.п. Большинство экскурсий основываются на нарративе и постановке целевых впечатлений экскурсантов.

Выбор темы экскурсии зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного создания определенной тематики экскурсий. Тема является стержнем, который объединяет все объекты и подтемы экскурсии в единое целое. Именно темой экскурсии определяется – как показать объект, какую часть информации дать экскурсантам в данном случае. Концепция же формирует в себе общий замысел экскурсии.

На следующем этапе производится отбор источников информации по теме экскурсии. Это могут быть как опубликованные материалы: книги, статьи, брошюры, так и архивные документы, экспонаты музеев, кино- и видеофильмы, воспоминания участников и очевидцев исторических событий. Авторы экскурсии составляют перечень источников, который в дальнейшем упрощает поиск информации при разработке экскурсий. Очень важно соблюдать точность и актуальность отбираемой информации.

Отбор и изучение экскурсионных объектов. Показ объектов является отличительной чертой экскурсии. Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии. В рамках научно-популярного туризма объектами экскурсий могут быть музеи науки и техники, музеефицированные производства, действующие научно-технологические предприятия и организации в целом, оборудование, технологические процесс постановки научных экспериментов, линии, образцы продукции, экспериментальные модели и т.п. Набор объектов зависит от темы экскурсии, ее содержания, состава экскурсионной группы. Следует избе-

гать однообразия построения зрительного ряда. Необходимо чередовать объекты показа с целью создания разнообразных впечатлений у туристов. Отбор объектов заканчивается составлением карточки (паспорта) на каждый из них, данные которой используются как для разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий.

Составление маршрута экскурсии представляет собой выбор пути следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее логичной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, доступности и удобства осмотра объектов показа (в том числе специальных площадок для расположения группы), необходимости обеспечения безопасности экскурсантов, наличия санитарных зон и мест парковки транспортных средств. При этом важно не допускать слишком длительных переходов/переездов от объекта к объекту, ненужных повторов части маршрута («петель»). К моменту проведения экскурсии рекомендуется создать несколько вариантов движения группы. Необходимость изменения маршрута в ряде случаев вызывается возможностью возникновения непредвиденных обстоятельств.

Объезд или обход маршрута является одним из важных этапов разработки новой экскурсии. При организации объезда (обхода) маршрута ставятся задачи ознакомления с планировкой трассы движения, уточнения места расположения объектов и места предполагаемой остановки экскурсионного автобуса или группы туристов, определение хронометража экскурсии, проверка целесообразности использования намеченных объектов показа, определения лучших обзорных точек для показа объектов и вариантов расположения экскурсионной группы и методики ознакомления с объектом, выявление потенциально опасных мест на маршруте с последующим принятием мер по устранению опасностей или включения необходимой информации в текст инструктажа.

На следующем этапе осуществляется подготовка контрольного текста экскурсии. Контрольный текст экскурсии – «технологический документ,

включающий познавательную, историческую, научную, техническую и другую информацию, предоставляемую экскурсантам в процессе экскурсии». На его основе экскурсовод составляет индивидуальный текст, отображающий особенности экскурсии с учетом интересов экскурсантов определенных категорий.

«Портфель экскурсовода» – условное наименование комплекта информационных материалов (фотографий, копий документов, географических карт, схем, репродукций с картин, видео- и аудиоматериалов и др.), используемых экскурсоводом в ходе проведения экскурсии. Использование материалов «портфеля экскурсовода» при разумном подходе (не перегружая экскурсию излишним количеством материалов) позволяет оживить и разнообразить экскурсию, восстановить недостающие звенья при показе объектов.

Далее производится отбор наиболее эффективных (с точки зрения особенностей целевой аудитории, времени проведения экскурсии, особенностей показа и других факторов) методических приемов для освещения темы экскурсии и ее подтем, определяются техники ведения экскурсии, т.е. все организационные вопросы экскурсионного процесса. На этом этапе тщательно продумывается когда и где экскурсанты выходят для осмотра объекта, как происходит передвижение экскурсантов между объектами, как и когда демонстрируются экспонаты «портфеля экскурсовода» и т. д. Соответствующие записи вносятся в графу методической разработки «Организационные указания». Эти указания адресованы как экскурсантам, так и самому экскурсоводу, так и, например, водителю автобуса.

Программа экскурсии, выбор методов и приемов показа экскурсионных объектов зависит от множества факторов: способ передвижения, особенностей состава группы, целей экскурсии, особенностей экскурсионных объектов и местности, квалификации и специализации экскурсовода и т.д.

Составление методической разработки экскурсии – документальное оформление новой экскурсии. Методическая разработка – это документ, который определяет, как провести данную экскурсию, как лучше организовать

показ объектов, какую методику и технику ведения следует применить, чтобы экскурсия прошла эффективно. Методическая разработка, с одной стороны, дисциплинирует экскурсовода, с другой – оказывает ему незаменимую помощь на каждом этапе экскурсии.

Оформление методической разработки включает:

– титульный лист с указанием наименования учреждения, названия темы экскурсии, вида экскурсии, протяженности маршрута, продолжительности в академических часах, состава экскурсантов, фамилии и должности составителей, даты утверждения экскурсии;

– пояснительную записку с указанием цели и задач экскурсии, схемы маршрута с указанием объектов и остановок во время экскурсии;

– технологическую карту экскурсии, которая оформляется в соответствии с требованиями «ГОСТ Р 50681-2010. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (см. рис. 8.1).

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЭКСКУРСИИ на _____ 20__ г.

Тема экскурсии _____

Продолжительность (ч) _____

Протяженность (км) _____

Автор-разработчик _____

автор, коллектив авторов, организация

Содержание экскурсии _____

Маршрут экскурсии _____,

в т. ч. варианты маршрута (летний, зимний) _____

Участки (этапы) перемещения по маршруту от места сбора экскурсантов до последнего пункта на конкретном участке маршрута	Места остановок	Объект показа	Продолжительность осмотра в минутах	Основное содержание информации	Указание по организации*	Методические указания**
1	2	3	4	5	6	7

* Указываются предпочтительные точки, ракурсы обзора объектов показа; выходы экскурсантов из автобуса; конкретные моменты предоставления информации.
** Указания по созданию определенного эмоционально-психологического настроения экскурсантов, по использованию конкретных методических приемов ведения экскурсии.

Рисунок 8.1. – Образец технологической карты экскурсии

Индивидуальный текст экскурсии является основой рассказа конкретного экскурсовода. Он определяет последовательность и полноту изложения мыслей, помогает экскурсоводу логично строить свой рассказ. Такой текст каждый экскурсовод составляет самостоятельно. Основой для индивидуального текста является контрольный текст. У всех индивидуальных текстов при наличии качественного контрольного текста будет идентичное содержание, но каждый экскурсовод использует различные обороты речи, разные слова, различную последовательность в рассказе, разные факты, подтверждающие одно и то же положение, что обеспечивает индивидуальный характер каждой экскурсии. Текст экскурсии должен соответствовать следующим критериям:

ясность изложения, четкость формулировок, необходимый (достаточный) объем фактического материала и информации по теме, литературный язык.

На завершающем этапе проводится пробная экскурсия и происходит прием (сдача) экскурсии. Прием экскурсии осуществляется специально созданной комиссией, состав которого входят представители руководства организации, специалисты, компетентные в содержании экскурсии (инженеры, технологи, исследователи), представители партнерских турфирм, образовательных учреждений и т.п.

Готовая экскурсия должна утверждаться уполномоченным лицом (например, руководителем туристско-экскурсионного отдела), ответственным за туристско-экскурсионное направление, иногда руководителем организации. Уполномоченное лицо также осуществляет допуск экскурсоводов, успешно прошедших процедуру испытательной (пробной) экскурсии, до работы на маршруте.

Технология проведения экскурсии. Знание технологии проведения экскурсии является важным условием ее качественного проектирования. В простейшем виде схема всех экскурсий независимо от темы, вида и формы проведения одинакова: вступление, основная часть, заключение.

Вступление, как правило, состоит из двух частей:

- организационной (знакомство с экскурсионной группой и инструктаж экскурсантов о правилах безопасности в пути и поведения на маршруте);
- информационной (краткое сообщение о теме, протяженности и продолжительности прохождения маршрута, времени отправления и прибытия назад, санитарных остановках и месте окончания экскурсии).

Основная часть строится на конкретных экскурсионных объектах, сочетании показа и рассказа. Ее содержание состоит из нескольких подтем, которые должны быть раскрыты на объектах и объединены темой. Количество подтем экскурсии обычно от 5 до 12.

Заключение, как и вступление, не связано с экскурсионными объектами. Оно должно занимать по времени 5-7 минут и состоять из двух частей. Пер-

вая – итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующий цель экскурсии. Вторая – информация о других экскурсиях, мероприятиях и материалах, которые могут расширить и углубить данную тему. Заключение так же важно, как и вступление, и основная часть.

Очень важно, чтобы экскурсия была интересна. Но не менее важно, чтобы она не была перегружена потоком ненужной туристам информации, чтобы способ подачи материала не был утомительным, а способствовал бы наилучшему восприятию ее той или иной категорией экскурсантов. В связи с этим тематика экскурсии непременно должна быть сориентирована на определенную целевую аудиторию.

Эффективность любой экскурсии во многом зависит от техники ее проведения, связи между методикой и техникой.

Техника проведения экскурсии:

– знакомство экскурсовода с экскурсантами. Экскурсовод здоровается с присутствующими, называет свою фамилию, имя, отчество, организацию, которую представляет, знакомит экскурсантов с иными задействованными лицами (в т.ч. водителем), кратко рассказывает план экскурсии, формирует установки на предстоящую экскурсию. Обычно сюжет и тема экскурсии должны быть заранее известны экскурсанту;

– выход экскурсантов из экскурсионного транспорта (при его использовании). К выходу экскурсантов нужно готовить заранее. Количество остановок с выходом группы рекомендуется назвать во вступительном слове, пояснив значение таких выходов, заинтересовать необычностью объекта. Экскурсовод выходит первым, показывая пример группе и определяя направление ее движения к объекту. В тех случаях, когда в экскурсиях устраиваются другие остановки, например, санитарные или для приобретения сувениров, экскурсовод сообщает точное время (час и минуты) отправления транспортного средства. Необходимо требовать от экскурсантов соблюдения регламента проведения экскурсии, что влияет на график движения транспортного средства по маршруту. Если время стоянки в загородной экскурсии по каким-то

причинам сокращается или увеличивается, экскурсовод сообщает об этом всем экскурсантам;

– Расстановка группы у объекта. Во время показа объекта необходимо выбрать правильные точки показа, чтобы была видна глубина, высота и ширина объекта. Чаще всего группа располагается полукругом к осматриваемому сооружению, экскурсовод должен располагаться вполборота к объекту, одновременно видеть показываемый объект и экскурсантов. При разработке экскурсии, как правило, определяется несколько вариантов размещения группы для наблюдения экскурсионного объекта. Делается это на тот случай, когда место, определенное методической разработкой, занято другой группой или когда солнечные лучи светят в глаза, мешая осматривать объект. Бывают и другие причины, мешающие использовать рекомендованное место. В жаркое время используются возможности для расположения групп в тени. На случай дождя предусматривается вариант размещения экскурсантов под крышей, под кроной деревьев или использования дождевиков. В отдельных случаях методика требует, чтобы для осмотра объекта было выбрано несколько точек: дальняя, если объект показывается вместе с окружающей средой или другими объектами; ближняя, если анализируются отдельные детали здания, сооружения, местности, объекта природы.

Следует также обеспечить безопасность экскурсантов при осмотре объектов и при переходе через автомагистрали. При одновременном расположении нескольких групп у одного объекта между ними должно быть сохранено такое расстояние, чтобы один экскурсовод своим рассказом не мешал другому, чтобы одна группа не заслоняла другой объект наблюдения. Известные трудности при соблюдении этого условия вызывает размещение групп для показа музейной экспозиции;

– Передвижение экскурсантов от экскурсионного транспорта к объекту и обратно, между объектами показа. Место экскурсовода – во главе экскурсантов, направляя по маршруту экскурсии. В центре группы находится сопровождающий, как и в конце. Важно, чтобы группа не растягивалась, чтобы

при передвижении не нарушалась целостность. Подойдя к объекту, экскурсовод начинает свой рассказ не сразу, а после того, как соберется вся группа. Экскурсовод руководит передвижением экскурсантов и в ходе их самостоятельной работы на маршруте. При посадке группы в транспорт экскурсовод стоит справа от входа и незаметно пересчитывает входящих экскурсантов. Убедившись в том, что собрались все участники экскурсии, он входит в транспорт последним и подает условный знак водителю о начале движения;

– Место экскурсовода в транспорте (при его использовании) – должен занимать такое место, откуда ему хорошо видны те объекты, о которых идет речь на экскурсии, но чтобы в поле его зрения находились и все экскурсанты. В то же время экскурсанты должны его видеть. Как правило, в автобусе это специально отведенное переднее сиденье. Стоять экскурсоводу при движении транспорта не разрешается в целях безопасности;

– Соблюдение времени в экскурсии обеспечивается за счет планирования и исполнения плана. Нередко экскурсия по причинам, не зависящим от экскурсовода, значительно сокращается по времени. В связи с этим, экскурсовод вынужден сокращать время, отведенное на раскрытие темы. Делать это следует, сохраняя все главное в содержании экскурсии и убирая второстепенное;

– Техника проведения рассказа при движении автобуса (при его использовании). Рассказ во время движения в автобусе должен вестись экскурсоводом через микрофон и иные устройства, обеспечивающие донесение качественного звука до экскурсантов. В иных случаях материалы о ближайшем участке маршрута экскурсовод дает до начала движения, а в ходе движения сообщает только названия объектов или местности. При наличии важных объектов или населенных пунктов необходимо остановить автобус, выключить двигатель и только после этого давать пояснения. Это должно быть заранее согласовано с водителем.

– Внеречевые средства показа экскурсионных объектов (жесты). Жесты ориентируют экскурсантов на объект, передают определенную информацию, эмоционально воздействуют на экскурсантов;

– Ответы на вопросы экскурсантов следует давать после осмотра каждого целевого объекта показа экскурсии и по ее окончании (последний вариант предпочтительнее). В начале экскурсии экскурсовод сообщает об этом правиле экскурсантам;

– Паузы в экскурсии. Экскурсовод не должен говорить непрерывно. Между отдельными частями рассказа, рассказом и экскурсионной справкой в пути, логическим переходом и рассказом об объекте и событиях, с ним связанных, должны быть небольшие перерывы.

Паузы преследуют следующие задачи: смысловая, когда время перерывов используется людьми для обдумывания того, что они услышали от экскурсовода и увидели своими глазами. Для закрепления фактического материала в памяти, формулирования своих выводов и запоминания увиденного. Важно, чтобы экскурсанты имели у каждого объекта свободное от показа и рассказа время для самостоятельного осмотра, подготовки к восприятию того, что будет показано и рассказано на следующей остановке; дать кратковременный отдых экскурсантам. Паузы в загородных экскурсиях совмещаются с отдыхом, который в соответствии с существующим порядком предоставляется экскурсоводу: 15 мин по истечении каждого часа работы (для экскурсовода час ведения экскурсии равен 45 минутам). Этот отдых может быть суммирован и использован экскурсоводом в конце экскурсии. В экскурсиях могут быть также паузы – свободное время, используемое для приобретения сувениров, печатной продукции, утоления жажды, а также для санитарных остановок в продолжительных экскурсиях.

– Техника использования «портфеля экскурсовода». Каждый экспонат – фотография, рисунок, репродукция картины, портрета, чертежа, копия документа, электронные изображения – имеет свой порядковый номер. Это определяет последовательность демонстрации данного экспоната экскурсантам. Экспонат может быть показан экскурсоводом с его рабочего места, передан в руки экскурсантов по рядам для более подробного ознакомления. Иногда экскурсовод организует проигрывание аудио и видеозаписей. Важно заранее

проверить исправность аппаратуры, наличие необходимых записей, обеспечить слышимость для всех участников экскурсии». Можно обеспечивать раздачу материалов и на электронные гаджеты туристов.

Методика проведения экскурсий направлена на то, чтобы помочь экскурсантам легче усвоить содержание экскурсий. Делается это с помощью методических приемов, которые делятся на две группы – приемы показа и приемы рассказа. Задача методических приемов – обеспечить наилучшую действенность экскурсионного метода сообщения знаний аудитории.

Технология показа содержит две последовательные составляющие:

1) привлечение внимания к объекту со стороны экскурсантов, его выделение из окружающей среды, показ специфичности, создания образа и отношения к нему;

2) содержательная часть, опирающаяся на приемы показа.

Приемы показа позволяют упростить наблюдение объекта, выделяют его особенности, которые незаметны при обычном осмотре, дают возможность экскурсантам мысленно расчленить объект на составные части, домыслить утраченные детали, «видеть» не существующий в настоящее время объект в его первоначальном виде, исторические события, которые происходили много лет назад. Основные приемы показа:

– прием предварительного осмотра. Существуют два варианта использования приема: подталкивание к первичному самостоятельному осмотру объекта; при помощи «наводки» экскурсоводом внимания на конкретные свойства объекта;

– прием панорамного показа дает возможность экскурсантам наблюдать вид местности. Экскурсовод должен показать те объекты, которые раскрывают тему, перейдя от общего показа панорамы к частному;

– прием зрительной вербальной и визуальной реконструкции (воссоздания) объекта или явления;

– прием локализации событий, т.е. создание связи объекта и событий с конкретным местом;

– прием абстрагирования представляет собой мысленный процесс выделения из целого каких-либо частей с целью последующего глубокого наблюдения;

– прием сравнения: зрительного, словесного, зрительно воспринимаемого объекта с объектом мысленно реконструируемым или показанным экскурсантам ранее. Данный прием построен на зрительном сопоставлении различных предметов или частей одного объекта с другим, находящимся перед глазами экскурсантов. При этом сравнивают друг с другом как схожие, так и разные по своему внешнему облику объекты;

– прием интеграции (восстановление, восполнение) построен на объединении отдельных частей наблюдаемого объекта в единое целое. Показывая здание, сооружение, памятное место, экскурсовод идет путем интеграции, т. е. объединения различных сторон, деталей свойств в единое целое;

– прием зрительной аналогии (ассоциации) построен на сравнении: данного объекта с фотографией или рисунком другого аналогичного объекта; наблюдаемого объекта с теми объектами, которые экскурсанты наблюдали ранее;

– прием переключения внимания. После наблюдения объекта экскурсанты по предложению экскурсовода переносят свой взгляд на другой объект. Наличие контраста обогащает новыми впечатлениями. Сравнение объектов позволяет лучше понять первоначально наблюдаемый объект;

– прием движения представляет собой движение экскурсантов вблизи объекта с целью лучшего его наблюдения и др.

Основная задача методических приемов рассказа – преподнести факты, примеры, события так, чтобы экскурсанты получили образное представление о том, как это было, увидели большую часть того, что было им рассказано экскурсоводом. Основные приемы рассказа:

– прием экскурсионной справки используется в сочетании с приемами зрительной реконструкции, локализации, абстрагирования и направлен на сжатое изложение материала об объекте;

– прием описания предполагает изложение экскурсоводом конкретных, точных характерных свойств и особенностей объекта или явления в определенной последовательности;

– прием характеристики представляет собой перечисление свойств и особенностей, совокупность которых дает наиболее полное представление о данном объекте или явлении, позволяет лучше понять его сущность;

– прием объяснения;

– прием комментирования используется при интерпретации понимания явлений и объектов, которые в данный момент наблюдают экскурсанты;

– прием репортажа – это краткое сообщение экскурсовода о событии, явлении, процессе, очевидцами которых являются экскурсанты;

– прием цитирования. К цитированию прибегают в следующих случаях: для подтверждения, яркого и убедительного выражения своей мысли, сохранения особенностей языка и колорита определенного исторического периода времени, воспроизведения картины события и ознакомления с чьим-то авторитетным мнением (прием ссылки на авторитет). Цитата в экскурсии направлена на то, чтобы вызвать в сознании экскурсантов зрительный образ, т.е. выступает в роли зрительно воспринимаемой информации;

– прием вопросов-ответов – в ходе рассказа экскурсовод задает различные вопросы экскурсантам с целью их активизации;

– прием ссылки на очевидцев;

– прием заданий находит выражение в его обращении к экскурсантам, побуждающем к определенным действиям. Задача этого приема – заинтересовать экскурсантов, заставить их задуматься, активизировать свою мыслительную деятельность, возбудить воображение;

– прием новизны материала состоит в том, что в ходе рассказа по теме сообщаются факты и примеры, неизвестные экскурсантам;

– прием словесного (литературного) монтажа. Используя его, экскурсовод свой рассказ строит на наборе отрывков из различных литературных произведений, документальных материалов, опубликованных в периодической пе-

чати. Содержание этих отрывков раскрывает подтему экскурсии или один из основных ее вопросов;

– прием соучастия. Задача этого приема – помочь экскурсантам стать участниками того события, которому посвящена экскурсия. Делается это с помощью, например, обращения к группе: «Представьте себе, что мы с вами находимся на этом поле во время наступления вражеских войск»;

– прием дискуссионной ситуации. Экскурсовод, используя этот прием, выдвигает в своем рассказе такое положение, которое вызывает дискуссионную ситуацию;

– прием сталкивания противоречивых версий;

– прием персонификации используется для мысленного создания образа конкретного человека;

– прием проблемной ситуации состоит в том, что в рассказе экскурсовода ставится проблема, связанная с темой экскурсии. Постановка проблемы перед экскурсантами заставляет их задуматься и понуждает найти правильный ответ на поставленные экскурсоводом вопросы;

– прием отступления состоит в том, что в ходе рассказа экскурсовод уходит от темы: читает стихотворение, приводит примеры из своей жизни, рассказывает содержание кинофильма, художественного произведения. Его задача снять усталость;

– прием индукции применяется в рассказе, когда необходимо совершить переход от частных, единичных случаев и фактов к общей картине, общим выводам. В рассказе используется также методический прием дедукции как способ рассуждения при переходе от общего к частному. В ряде случаев оба эти приема используются при показе одного объекта. Каждый из них применяется как взаимное дополнение;

– климактерический прием предполагает такое изложение экскурсионного материала, когда вначале сообщаются менее интересные и малозначительные факты и аргументы, затем – более значительные и, наконец, самые интересные. Антиклимактерический прием состоит в том, что изложение матери-

ала в рассказе начинается с наиболее интересных фактов и примеров. Интерес к теме, разбуженный у экскурсантов в начале мероприятия, позволяет в дальнейшем успешно ознакомить их с менее интересным материалом.

При предоставлении экскурсионных услуг следует соблюдать требования точности и своевременности выполнения экскурсии в полном соответствии с программой и договором на оказание экскурсионных услуг.

Экскурсионные услуги должны соответствовать требованиям безопасности. Общие рекомендации по обеспечения безопасности туристов во время производственных экскурсий:

- проведение обязательного инструктажа по правилам поведения на маршруте и нормам требований безопасности; посещение объектов с опасными технологиями и производствами может потребовать специального обучения туристов по поведению на маршруте;

- оснащение туристов (при необходимости) необходимым защитным снаряжением/спецодеждой, контроль за надлежащим использованием/эксплуатацией защитного снаряжения/спецодежды каждым туристом на протяжении всего маршрута;

- контроль за прохождением туристов по всему маршруту со стороны экскурсовода, сопровождающего группы/инструктора, ответственного сотрудника по требованиям безопасности;

- организация безопасных подходов, подъездов, смотровых площадок для наблюдения за определенными производственными объектами/процессами;

- исключение из экскурсии объектов, посещение которых представляет особую опасность для туристов и персонала организации, если невозможно обеспечить нормы безопасности их осмотра/обследования.

Организация экскурсий для обучающихся необходимо соотносить с методическими рекомендациями, представленными в письме Минпросвещения России от 16.06.2022 N 06-836 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по организации экскурсий для обучающихся,

включая экскурсии по историко-культурной, научно-образовательной и патриотической тематике» утв. Минпросвещения России 10.06.2022).

Выбор мест проведения экскурсий определяется с учетом их возможностей в части эффективной реализации образовательных и воспитательных задач.

Руководителем группы обучающихся, принимающих участие в экскурсии, как правило, назначается педагогический работник образовательной организации, проводящий вышеуказанное мероприятие.

При организации экскурсии за пределами территории образовательной организации необходимо руководствоваться локальными актами образовательной организации, в частности инструкциями по охране труда, а также нормативными актами, действующими на территории, предприятиях, органах, организациях и учреждениях, где проводится экскурсия для обучающихся.

При передвижении к месту проведения экскурсии в качестве пешеходов необходимо руководствоваться действующими правилами дорожного движения, а при движении на транспорте – соответствующими нормативными актами, регламентирующими порядок пользования транспортом.

Рекомендуемый алгоритм действий руководителя группы обучающихся, принимающих участие в экскурсии, проводимой за территорией образовательной организации:

- руководителю группы рекомендуется привлекать обучающихся к обсуждению маршрута и программы предстоящей экскурсии, а также к организации, проведению и последующему анализу самой экскурсии;

- определить цель и задачи экскурсии, маршрут и программу ее проведения в соответствии с целями и задачами, определенными образовательной программой;

- определить один из вариантов проведения экскурсии: экскурсия для обучающихся проводится педагогом самостоятельно, экскурсия для обучающихся проводится с привлечением организаций, осуществляющих туропера-

торскую деятельность, организаций предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков экскурсия проводится на базе учреждения культуры (музей) либо иной организации (производственные предприятия, особо охраняемые природные территории и т.д.);

– в случае проведения экскурсии с привлечением иных организаций обеспечить наличие необходимых документов (договор, разрешение на посещение и т.д.);

– подготовить и утвердить распорядительный акт о проведении экскурсии;

– провести инструктаж для участников экскурсии, содержание которого определяется особенностями мероприятия;

– провести экскурсию, либо обеспечить сопровождение обучающихся в случае проведения экскурсии представителями иной организации (организаций, осуществляющих туроператорскую деятельность, организаций предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, учреждениями культуры, сотрудниками производственного предприятия и т.д.) до момента, предусмотренного в распорядительном акте о проведении экскурсии (до прибытия обучающихся в образовательную организацию, до передачи родителям и т.д.);

– в случае, если особенности экскурсии регламентируются требованиями, установленными действующими нормативно-правовыми актами, то обеспечить их выполнение в части установленных обязанностей и полномочий (участие в дорожном движении в качестве пешеходов, перевозка организованных групп детей автобусами, правила нахождения на особо охраняемых природных территориях и т.д.).

В случае если экскурсия для обучающихся является составной частью выездного мероприятия, может быть использован следующий примерный алгоритм действий:

– Родители (Заказчик) заключают договор на оказание услуг по организации выездного мероприятия с образовательной организацией (Исполнителем).

– Образовательная организация необходимо получить письменное разрешение родителей на участие обучающихся в выездном мероприятии.

– В случае, если образовательная организация самостоятельно формирует туристский продукт, то к ней применяются требования, предъявляемые к организациям, осуществляющим туроператорскую деятельность.

– Образовательная организация несет ответственность в полном объеме за вред, причиненный своими действиями и/или бездействием при исполнении Договора, жизни и здоровью обучающихся, участвующих в выездном мероприятии, их имуществу и имуществу Заказчика в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.

– Образовательной организации необходимо издать приказ о проведении выездного мероприятия, в котором должно быть отражено: место назначения и даты проведения выездного мероприятия, состав группы (список группы), назначение руководителя выездного мероприятия, который является ответственным за организацию выездного мероприятия с указанием возложенных на него обязанностей. Данному сотруднику образовательной организации оформляется командировка.

Организация перевозок организованных групп обучающихся рейсовыми транспортными средствами осуществляется в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами, регламентирующими перевозки пассажиров соответствующими видами транспорта.

Организованная перевозка участников экскурсий, не достигших возраста 18 лет, автобусами осуществляется в соответствии с требованиями, установленными постановлением Правительства Российской Федерации от 23 сен-

тября 2020 г. № 1527 «Об утверждении правил организованной перевозки группы детей автобусами».

Детализированная информация о перевозке организованных групп обучающихся размещена на официальных информационных ресурсах ГИБДД МВД России.

При организации и проведении мероприятия для детей должен быть организован питьевой режим, в случае если продолжительность мероприятия, в рамках которого проводится экскурсия, превышает 4 часа, для его участников должно быть предусмотрено питание в соответствии с требованиями действующих нормативно-правовых актов Российской Федерации.

При формировании экскурсионных групп несовершеннолетних туристов необходимо обеспечивать наличие отличительных признаков, идентифицирующих принадлежность туристов к определенной группе: значки, футболки, пилочки, кепки и пр.

В процессе осуществления показа экскурсионных объектов детям, нужно обеспечивать усвоение ими материала, число целевых объектов не должно превышать 6 – 10 (в зависимости от возраста), учитывать, что детям сложно сохранять концентрацию внимания более 10 – 12 минут (оптимальны 4–8), поэтому необходимы разрядки, яркие, выразительные и интересные образы, отсутствие перегрузки материалом, грамотное чередование приемов показа. Детские экскурсии должны предусматривать больше образовательных, познавательных и воспитательных моментов. Важной компонентой экскурсий с детьми является их предварительная тематическая подготовка. Необходимо помнить, что у младших школьников лучше развита наглядно-образная память и способ мышления, у старших – словесно-логическая.

Экскурсии для младших школьников рекомендуется проводить не более 45 минут, для среднего возраста – не более полутора часов, старшего – не более 3 часов. Каждые 30–45 минут необходимо устраивать санитарные паузы/остановки, скорость пешего движения не должна превышать 3 км. в час. Большое внимание должно уделяться организационным указаниям и пра-

вильной организации их работы, вопросам обеспечения безопасности жизни и здоровья. Дети должны быть одеты в соответствии с погодой и особенностями местности. Обязателен инструктаж по правилам поведения и безопасности во время экскурсии. Все лица, участвующие в экскурсии должны соблюдать порядок, установленный экскурсоводом. Во время экскурсии экскурсовод и сопровождающие должны внимательно наблюдать за поведением детей и их самочувствием. При плохом самочувствии, ребенок должен обращаться за помощью к руководителю или сопровождающему группы.

Качество обслуживания обеспечивается исполнителем экскурсионных услуг с использованием материально-технической и научно-методической баз и высоким профессиональным уровнем экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и сопровождающих. Материально-техническая база исполнителя экскурсионных услуг должна позволять разрабатывать и реализовать экскурсионные услуги в соответствии с требованиями законодательства самостоятельно или при помощи соисполнителей на основании заключенных договоров.

Исполнители экскурсионных услуг должны предоставлять потребителям необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах в соответствии с действующим законодательством, Правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, в том числе инструкции для экскурсантов, включая правила поведения во время проведения экскурсии и пр.

Согласно законодательству, экскурсовод должен доводить до сведения туристов (экскурсантов) информацию, предусмотренную статьями 9 – 11 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей». Помимо этого, экскурсовод обязан своевременно довести до сведения туристов (экскурсантов) следующую информацию:

- а) перечень услуг и условия их оказания, в том числе информация о форме и порядке оплаты услуг;
- б) сведения о сроках оказания услуг (дата, время начала и окончания либо продолжительность оказания услуги);

в) сведения о форме, условиях и порядке заказа услуг, изменения или аннулирования заказа услуг;

г) перечень и цена иных платных услуг, оказываемых экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком за отдельную плату, условия их приобретения и оплаты (при наличии);

д) перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Информация доводится до сведения туристов (экскурсантов) в наглядной и доступной форме (информационный стенд, доска объявлений, сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», страница в социальных сетях либо страница сайта в сети «Интернет» владельца агрегатора информации о товарах (услугах), с которым у экскурсовода (гида) и гида-переводчика заключено соответствующее соглашение, и др.).

9. Проектирование услуг научно-популярного туризма в форме образовательных мероприятий.

Подготовка и проведение мероприятий, преследующих образовательные цели, активно практикуется в научно-популярном туризме. При этом, «образование – это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов».

Проектирование услуг НПТ в рамках формального образования *должно исходить из нормативной правовой базы, прежде всего Федерального закона от 29 декабря 2012 года N273-ФЗ «Об образовании в Российской Федера-*

ции». Исходя из закона с институциональных позиций можно выделить следующие виды образовательного туризма (см. выше рис. 1.1).

В рамках формального образования мероприятие необходимо соотносить с рабочей программой по учебному предмету, образовательной программой и образовательным стандартом. По сути, образовательное мероприятие является аналогом вписанного в рабочую программу урока, занятия, проводимого не в пределах образовательного учреждения, а на базе организации НПТ. Для участия школьников в подобном образовательном мероприятии обязательным является разрешение директора школы, а также его включение в рабочую программу урока и (или) план воспитательной работы школы, для студентов – в образовательную программу.

В рамках образования структурные составляющие рабочей программы формируются исходя из поставленных образовательных целей и условий их достижения в рамках организуемого мероприятия на объекте НПТ.

Для целостного, комплексного понимания и подхода к организации образовательного мероприятия полезным будет воспользоваться представленной ниже дидактической моделью (см. рис. 9.1) и ключевыми вопросами и элементами дидактики (см. таблицу 9.1).

Исходной предпосылкой процесса обучения выступает выявление проблемы (которую необходимо решить при помощи обучения), ее проработка и осуществление целеполагания обучения на ее основе (постановка образовательной цели). С учетом внешних и внутренних факторов (воздействующих сил) и условий, на базе цели разворачивается деятельность по ее достижению. При этом, всегда нужно помнить, что обучение последовательно должно идти от простого к сложному и ориентироваться на зону опережающего развития обучающихся.

Долгие годы в отечественной науке и практике в качестве результатов процесса обучения преимущественно рассматривались З.У.Н. (знания, умения и навыки). В последнее десятилетие З.У.Н. активно заменяются компетенциями.

Обучение должно базироваться на дидактических законах, закономерностях, принципах и правилах.

Основой дидактической системы является взаимодействие обучающего и обучаемого, интегрирующего в себе значительную часть содержательного наполнения процесса. Обучающий формирует его остов, однако свою реализацию он получает уже в рамках непосредственной деятельности ученика при получении знаний. Как и в любой деятельности человека, ключевую роль в организации деятельности играет мотивация субъектов отношений (не только обучающих, обучающихся, но и общественных организаций, образовательных учреждений, турфирм и т.д.).

Сквозное значение для дидактического процесса имеют методы, средства, технологии и контроль.

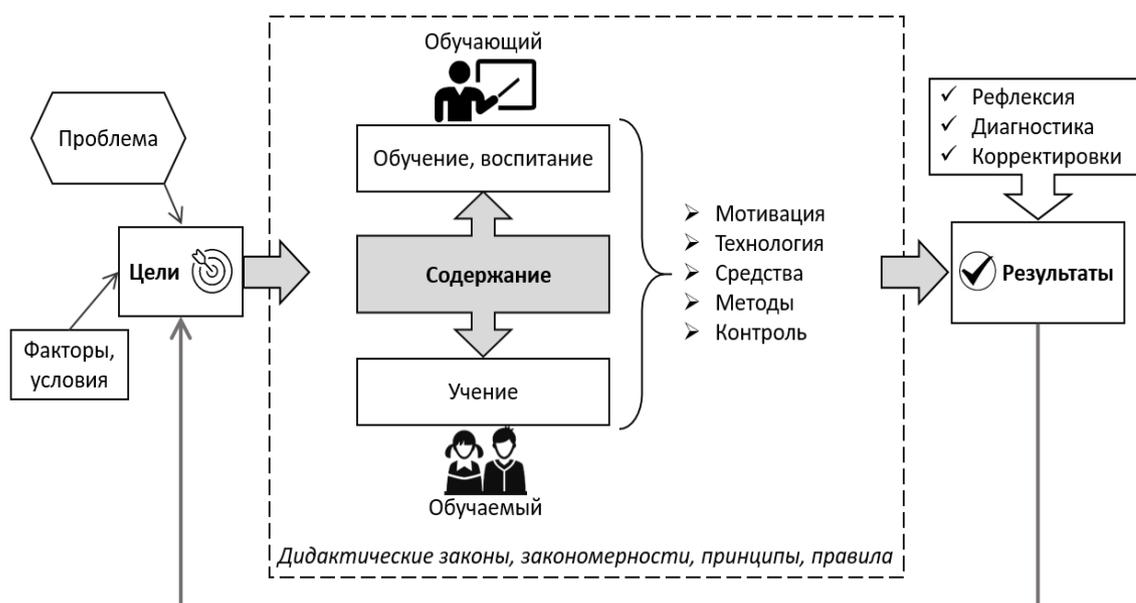


Рисунок 9.1 – Модель дидактической системы организации образовательного туристского мероприятия

Таблица 9.1 – Ключевые вопросы дидактики и элементы дидактической системы (по В.И. Загвязинскому)¹⁷

Дидактические вопросы	Элементы дидактической системы
1. Во имя чего и для чего учить?	1. Цели образования и цели обучения
2. Кого обучать и когда начинать систематическое обучение?	2. Социально-личностные характеристики обучающихся и их возраст
3. Как организовать обучение и где учить?	3. Формы организации образования

¹⁷ по В.И. Загвязинскому

Дидактические вопросы	Элементы дидактической системы
4. Чему учить?	4. Содержание образования
5. Как учить?	5. Методы и приемы обучения
6. Какие подходы обучения использовать?	6. Принципы обучения
7. С помощью чего учить?	7. Дидактические средства обучения – учебники, подсобный материал, современные носители информации и обучающие программы
8. Как создать условия для полноценного и эффективного образования?	8. Дидактические условия – условия, обеспечивающие адекватность средств и методов обучения возрасту и предметному содержанию
9. Что является результатом обучения?	9. Критерии завершенности процесса обучения
10. Как осуществлять контроль за процессом обучения и оценивать результаты обучения?	10. Методы контроля и методы оценки процесса и результатов обучения

Методы представляют собой способы взаимосвязанной и взаимообусловленной деятельности обучающего и обучаемого, направленные на достижение цели обучения (отвечают на вопросы «как обучать?» и «как обучаться?»).

Выделяют три группы методов:

1) Организации и осуществления учебно-познавательной деятельности:

1.1) По субъектам учебного процесса их можно разделить на методы работы обучающего и методы работы обучающихся, по источнику получения знаний – на вербальные (рассказ, беседа, лекция, дискуссия и др.), наглядные (изображения, видео, аудио, мультимедиа и др.) и практические (упражнения, лабораторные работы, игры и др.).

1.2) По степени самостоятельности обучающихся методы делят на объяснительно-иллюстративные, репродуктивные, проблемное изложение, частично-поисковые и исследовательские;

1.3) По логике передачи и восприятия информации: индуктивные и дедуктивные;

1.4) По характеру управления учебной работой: под руководством обучающего, самостоятельная работа обучающегося, работа с учебно-методическими материалами;

1.5) По этапам обучения: изучение нового материала, углубления и конкретизации знаний, формирования умений и навыков, контроля и оценки результатов обучения и др.

2) Стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности: методы стимулирования интереса к учебе (игры, дискуссии, занимательные ситуации, создание ситуации успеха и др.) и стимулирования долга и ответственности (убеждение в социальной и личной значимости обучения, предъявление требований, состязания, поощрения, наказания и др.);

3) Контроля и самоконтроля: устного, письменного, лабораторно-практического.

Для выбора оптимальных методов обучения рекомендуется использовать следующий алгоритм (см. рис. 9.2).

Средства являются инструментами обучения, направленными на достижение цели обучения, отвечают на вопросы «чем и с помощью чего обучать?». Согласно федеральному закону «Об образовании в Российской Федерации» – это «приборы, оборудование, включая спортивное оборудование и инвентарь, инструменты (в том числе музыкальные), учебно-наглядные пособия, компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства, печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы и иные материальные объекты, необходимые для организации образовательной деятельности».

Важное значение в интеграции составляющих дидактической системы имеет технология обучения как алгоритмизированная последовательность действий, направленных на достижение целей и задач обучения. Контроль, в свою очередь, обеспечивает установление соотношения между запланированными и достигнутыми целями обучения, как в целом, так и на отдельных этапах, фазах обучения.

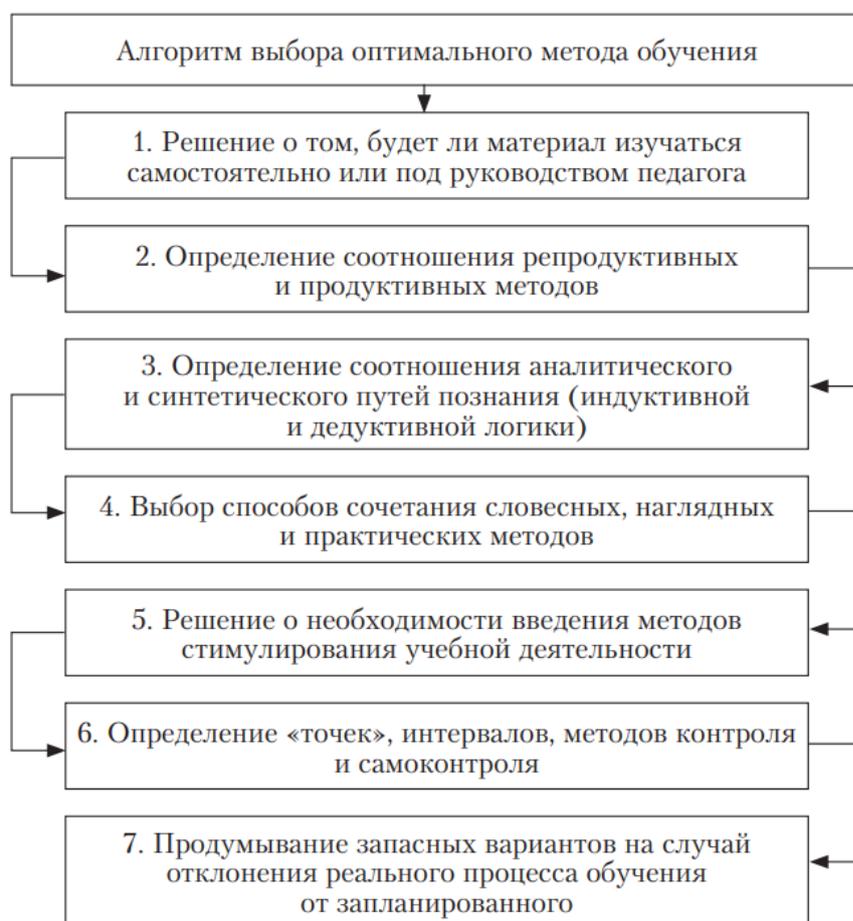


Рисунок 9.2 – Семь шагов выбора оптимального метода обучения

На выходе находится *целевой результат*, который требует комплексной диагностики и рефлексии, в случае необходимости – внесения корректировок.

Ключевое значение в организации и реализации образовательных мероприятий имеет их *структура*, представляющая собой последовательность реализации компонентов мероприятия между собой: оргмомент, проверка и анализ домашнего задания (самостоятельной работы), предъявление нового материала, закрепление, отработка и тренировка новых З.У.Н., повторение, контроль, домашнее задание, окончание занятия. Комбинирование указанных компонентов и формирует конкретную структуру образовательных занятий.

Базовые составляющие проектирования обучающих мероприятий для туристов показаны на рисунке 9.3 (на примере уроков).

Почти всякое образовательное мероприятие в момент его проведения есть лишь один из видимых моментов деятельности организаторов по его подго-

- 4) отбор оптимального сочетания методов изучения нового материала;
- 5) обеспечение систематического и разнообразного обучающего контроля знаний учащихся;
- 6) определение системы повторения и закрепления изученного материала;
- 7) выбор домашнего задания, которое является тщательно продуманным продолжением данного обучающего мероприятия и подготовкой к следующему, минимального по объему, своевременного и всем понятного, учитывающего индивидуальные возможности учащихся.

Вторая группа требований связана с подготовкой и организацией обучающего мероприятия в конкретном месте и конкретное время:

1) обеспечение на обучающем мероприятии охраны здоровья обучаемых. Согласно ФГОС¹⁹ требуется соблюдение:

- санитарно-эпидемиологических требований образовательной деятельности (требования к водоснабжению, канализации, освещению, воздушно-тепловому режиму, размещению и архитектурным особенностям здания организации, осуществляющей образовательную деятельность, его территории, отдельным помещениям, средствам обучения, учебному оборудованию);
- требований к санитарно-бытовым условиям (оборудование гардеробов, санузлов, мест личной гигиены);
- требований к социально-бытовым условиям (оборудование в учебных кабинетах и лабораториях рабочих мест учителя и каждого обучающегося; учительской с рабочей зоной и местами для отдыха; комнат психологической разгрузки; административных кабинетов (помещений); помещений для питания обучающихся, хранения и приготовления пищи, а также, при необходимости, транспортное обеспечение обслуживания обучающихся);
- строительных норм и правил;
- требований пожарной и электробезопасности;

¹⁹ Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 17 декабря 2010 г. N 1897)

- требований охраны здоровья обучающихся и охраны труда работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность;
- требований к транспортному обслуживанию обучающихся;
- требований к организации безопасной эксплуатации улично-дорожной сети и технических средств организации дорожного движения в местах расположения организаций, осуществляющих образовательную деятельность;
- требований к организации безопасной эксплуатации спортивных сооружений, спортивного инвентаря и оборудования, используемого в организациях, осуществляющих образовательную деятельность;
- своевременных сроков и необходимых объемов текущего и капитального ремонта;
- архитектурную доступность (возможность для беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов к объектам инфраструктуры организации, осуществляющей образовательную деятельность);

2) заблаговременная подготовка учебного материала, определение его объема и сложности применительно к данному классу, а также основных видов работ учащихся на уроке;

3) своевременная подготовка демонстрационного и дидактического материала, технических средств обучения;

4) создание условий для учащихся часть знаний на уроке получать самостоятельно под руководством учителя;

Третья группа требований связана с требованиями к содержанию обучающего мероприятия и процессу учения:

1) обучающее мероприятие должно быть воспитывающим – всякий материал урока необходимо использовать в целях воспитания учащихся;

2) обучающее мероприятие должно строиться на обязательном соблюдении основных дидактических принципов;

3) процесс поиска доказательств истины должен быть строго обоснованным, умозаключения учащихся и учителя – аргументированными и доказательными;

4) организация учебного процесса должна быть выстроена на аккуратности в исполнении различных действий, терпеливости и упорстве в достижении желаемого результата, умении вести себя в коллективе.

Четвертая группа требований направлена на требования к технике проведения современного обучающего мероприятия и основывается на психолого-педагогических основах педагогического взаимодействия:

1) обучающее мероприятие должно быть эмоциональным, вызывать интерес к учению, воспитывать потребность в знаниях;

2) темп и ритм обучающего мероприятия должны быть оптимальными, действия учителя и учеников – завершенными;

3) необходимо добиваться полного контакта во взаимодействии учителя и учащихся, соблюдения педагогического такта;

4) важно создать атмосферу доброжелательности и активного творческого труда;

5) необходимо не забывать менять виды деятельности учащихся, оптимально сочетать разнообразные методы обучения;

6) большую часть обучающего мероприятия необходимо посвящать активной работе учащихся.

Реализация предложенной совокупности требований к системе обучающих мероприятий обеспечит необходимый уровень организованности, а, следовательно, и качества обучающего мероприятия. Кроме того, проектирование обучающего мероприятия по предложенной схеме позволяет на каждом этапе проводить анализ целостности и эффективности задуманного на основе рефлексии и самого учителя, и его учеников. Особенно эффективно проходит рефлексия в том случае, если учитель фиксирует этапы обучающего мероприятия в технологической карте (см. пример, представленный в таблице 9.2), которая может быть организована произвольным образом на основе со-

отнесения нескольких позиций урока: использованные методы; планируемые результаты обучения; реализуемые цели обучения; достигнутые результаты обучения.

Таблица 9.2 – Пример технологической карты образовательного мероприятия для туристов

Место проведения					
Время проведения					
Обучающий(ие)					
Предмет (в случае привязки мероприятия к школьным дисциплинам)					
Целевая аудитория					
Тема					
Цель обучения					
Цель мероприятия для организации					
Тип и форма проведения обучающего мероприятия					
Ожидаемые результаты обучения					
Ожидаемые результаты для организации					
Дидактические средства					
Материально-техническое оснащение					
Критерии оценивания					
Этап	Средства, методы, приемы	Содержание педагогического взаимодействия		Планируемые результаты	Время
		Деятельность обучающего	Деятельность обучающегося		
1. Организационный					
2. Актуализация ЗУН					
3. Изучение нового материала					
4. Закрепление					
5. Подведение итогов					

В заключении темы еще раз отметим, что любое образовательное мероприятие в рамках НПТ должно соответствовать требованиям законодательства в сфере образования, а также опираться на конкретные задачи и документацию образовательных учреждений, обучающихся которых вы планиру-

ете принимать. И уже исходя из этого проектируются отдельные туристские услуги, их комплексы и туристские продукты.

10. Обеспечение безопасности для туристов проектируемых продуктов и услуг научно-популярного туризма.

Безопасность туризма в нынешних реалиях является ключевым организационным вопросом в сфере туризма, выступает обязательным условием туристской деятельности. Услуги научно-популярного туризма должны соответствовать требованиям безопасности к процессам оказания и результатам услуг в соответствии законодательством РФ: Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1852), ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов, ГОСТ Р 56643-2015 Туристские услуги. Личная безопасность туриста и др.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под безопасностью туризма «понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства». Под личной же безопасностью туристов рассматриваются непричинение вреда их жизни, здоровью и имуществу.

Согласно ГОСТ 32611-2014 безопасность туристов (экскурсантов) при совершении путешествия распространяется на:

- жизнь, здоровье, личную неприкосновенность туриста (экскурсанта), включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь;
- имущество туриста (экскурсанта), в том числе предметы туристского снаряжения и инвентаря, багаж, предметы личного обихода и другие предме-

ты, которые используются и (или) приобретены туристом (экскурсантом) во время путешествия.

Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия, включают в себя:

- географические и природные особенности места пребывания туристов (морская, горная, пустынная местности, климат, наличие специфических животных и насекомых и т.д.);

- культурную, социальную среду временного пребывания, особенности местной пищи, язык, культурные, религиозные и этнические традиции и т.д.;

- особенности видов туристских путешествий;

- уровень качества и безопасности оказываемых услуг;

- соблюдение туристами (экскурсантами) правил личной безопасности, в том числе законов, правил и традиций (культурных, религиозных и др.) места временного пребывания, санитарно-эпидемиологических норм и правил специальных предписаний, указаний и инструкций органов власти, специализированных служб по чрезвычайным ситуациям МЧС, сопровождающих гидов и инструкторов-проводников, а также использование средств индивидуальной защиты.

В процессе оказания туристских услуг могут проявляться следующие источники опасности:

- источники опасности природного характера;

- источники опасности техногенного характера;

- источники опасности социального характера;

- источники опасности в чрезвычайных ситуациях.

В результате воздействия совокупности или отдельных источников опасности туристы могут быть подвергнуты различным рискам, в их числе: травмоопасность, пожароопасность, гидрометеорологическая опасность, биологическая, экологическая, токсикологическая, радиоактивная, криминогенная, военно-политическая опасности, а также специфические риски.

Специфические риски обусловлены:

– возможностью возникновения природных и техногенных катастроф в зоне размещения туристских организаций, туристской индустрии, включая маршруты путешествия, и чрезвычайных происшествий и ситуаций (в т.ч. связанных с состоянием общественного порядка в месте временного пребывания туристов);

– ненадлежащим техническим состоянием используемых объектов материально-технической базы;

– сложным рельефом местности (речными порогами, горными склонами, моренными, скальными, ледовыми участками туристских трасс и т.п.);

– непрофессиональностью персонала (гидов, экскурсоводов, инструкторов-проводников и др.);

– неподготовленностью туристов к передвижению по маршруту определенного вида и категории сложности (инструктаж, экипировка и т.п.);

– непредоставлением или предоставлением неполной информации об условиях путешествия туристам (экскурсантам).

Снижение риска травмоопасности обеспечивается:

– соблюдением туристами правил проезда на транспортных средствах;

– соблюдением обслуживающим персоналом правил пассажирских перевозок;

– установкой защитных устройств и ограждений при пользовании подвижными механизмами (подъемниками, канатными дорогами), прохождении опасных участков территории;

– использованием средств индивидуальной защиты;

– соблюдением эргономических требований к туристскому снаряжению и инвентарю;

– соблюдением строительных требований к жилым и общественным зданиям и требований соответствующих нормативных документов, предъявляемых к техническому состоянию транспортных средств, используемых для перевозок туристов (экскурсионных автобусов, автомобилей, плавсредств и пр.);

- соблюдением правил эксплуатации инвентаря и оборудования (лифтов, подъемников, тележек и прочего), обеспечивающих его безопасную работу;
- упреждающим информированием туристов о факторах риска получения травм.

Риск пожароопасности. При оказании туристских услуг и эксплуатации объектов туристской индустрии должны соблюдаться требования пожарной безопасности, соответствующие нормативным правовым актам (Федеральный закон от 22.07.2008 N123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности»).

Снижение риска гидрометеорологической опасности обеспечивается путем:

- выбора благоприятного времени года и погодных условий для осуществления туристских поездок в месте временного пребывания;
- рациональным проектированием трассы туристского маршрута с учетом погодных особенностей территории;
- сооружением на трассах туристских маршрутов укрытий от непогоды;
- оснащением помещений и транспортных средств устройствами кондиционирования, дезодорации воздуха, отопления, автоматического контроля, пожарной и охранной сигнализацией;
- обеспечением соответствующей экипировки туристов, включая средства индивидуальной защиты;
- своевременным информированием туристов о реальных и прогнозируемых погодных условиях на маршруте.

Показатели микроклимата, атмосферного воздуха, освещенности в помещениях для обслуживания туристов (спальных, помещениях питания, клубных и других туристских объектах), а также в транспортных средствах должны соответствовать нормативным документам:

- СанПиН 2.1.3684-21 «Санитарно-эпидемиологические требования к содержанию территорий городских и сельских поселений, к водным объектам, питьевой воде и питьевому водоснабжению, атмосферному воздуху, почвам,

жилым помещениям, эксплуатации производственных, общественных помещений, организации и проведению санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий».

– СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания» и др.

Снижение риска биологической опасности обеспечивается соблюдением установленных нормативных документов и правил при оказании туристских услуг, в т.ч.:

– применением оборудования и препаратов для дезинфекции, дезинсекции, стерилизации, дератизации, автоматизации производственных процессов;

– использованием знаков безопасности и необходимой маркировки на предметах оснащения и сооружениях, используемых при обслуживании туристов (посуды, кухонного инвентаря, в т.ч. для приготовления пищи в походе, мест водозабора, колодцев и пр.);

– проведением предварительных и периодических медицинских осмотров обслуживающего персонала;

– упреждающим информированием туристов об опасных животных, рыбах, пресмыкающихся, насекомых, растениях, области распространения которых совпадают с туристскими маршрутами, избеганием нежелательных контактов, а также неотложных действиях туриста (экскурсанта), которые следует предпринимать в случае получения травмы (контакта);

– информированием туристов о возникновении инфекционных заболеваний, массовых неинфекционных заболеваний (отравлений) и состоянии окружающей среды.

Снижение риска радиоактивной опасности обеспечивается информированием туристов о воздействии ультрафиолетового и других опасных видов излучения на человека и способах использования средств индивидуальной за-

щиты. Туристские маршруты, а также места оказания туристских услуг должны соответствовать требованиям радиологической безопасности.

Снижение риска экологической и токсикологической опасностей обеспечивается соблюдением экологических и токсикологических норм и правил, а также плановым (в отдельных случаях внеплановым) контролем содержания вредных химических веществ в воздухе, воде, почве, продуктах питания и других биологических средах, помещениях, транспортных средствах.

Снижение риска психофизиологической опасности достигается:

- рациональным построением программ обслуживания туристов, графиков перемещения по туристским маршрутам, предусматривающих достаточные условия для нормальной жизнедеятельности человека (сна, приема пищи, удовлетворения санитарных и бытовых потребностей);

- учетом психофизиологических особенностей туристов при формировании туристской группы;

- соблюдением эргономических требований к используемым туристским снаряжению и инвентарю, транспортным средствам, мебели.

Для уменьшения рисков, возникающих в процессе обслуживания туристов до безопасного уровня, туристская организация в процессе своей деятельности должна руководствоваться нормативными правовыми актами и нормативными документами по обеспечению безопасности жизни, здоровья и имущества туристов (экскурсантов).

Туроператоры, турагенты, предприятия сферы туризма должны разрабатывать и обеспечивать выполнение персоналом соответствующих инструкций по безопасности. Руководитель туристской организации должен организовать подготовку персонала к действиям по обеспечению безопасности туристов в обычных и чрезвычайных ситуациях и нести ответственность за подготовленность персонала к действиям в подобных ситуациях.

Меры по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов).

Безопасность туристов обеспечивается посредством реализации комплекса мер организационно-технического, дипломатического, финансового, пра-

воохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса оказания туристских услуг и соблюдением туристами правил личной безопасности.

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;
- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;
- обеспечение профилактики заболеваний, в т.ч. проведение профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);
- обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);
- обеспечение сохранности имущества туристов в месте временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрана их чести и достоинства в месте временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;

- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;

- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;

- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

Требования к туристским организациям (туроператорам) по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов).

При формировании и реализации туристского продукта организаторы мероприятия обязаны:

- провести анализ возможных рисков для туристов;
- предусмотреть меры для снижения возможных рисков до приемлемого уровня;

- создать необходимые условия для обеспечения личной безопасности туристов (экскурсантов), сохранности их имущества, беспрепятственного получения неотложной медицинской и правовой помощи;

- своевременно предоставлять туристам и экскурсантам необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора и безопасность на туристском маршруте;

- обеспечивать услуги инструкторов-проводников, если организуемые путешествия (экскурсии) связаны с прохождением туристами (экскурсантами) маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни, здоровья в горной и труднопроходимой местности;

- незамедлительно информировать федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма, органы местного самоуправления, специализированные службы МЧС, спасательные службы и заинтересованных лиц о чрезвычай-

чайных происшествиях на маршрутах или во время проведения экскурсий на территории Российской Федерации и за ее пределами;

- предоставлять туристам (экскурсантам) гарантии оплаты медицинской помощи, если нормативными правовыми актами страны (места) временного пребывания установлены требования таких гарантий;

- предоставлять возможность дополнительного добровольного страхования жизни, здоровья, имущества и рисков туристов при наличии угрозы безопасности;

- при возникновении необходимости организовать эвакуацию пострадавшего туриста (экскурсанта) с места происшествия и из страны (места) временного пребывания;

- приостановить путешествие, экскурсию в случае возникновения риска чрезвычайного происшествия (ситуации);

- обеспечить проведение для туристов (экскурсантов) необходимых инструктажей по безопасности с учетом специфики вида туристского путешествия (маршрута) или экскурсии;

- предоставлять туристам (экскурсантом) информацию о реальной возможности спасения, эвакуации и оказания на маршруте квалифицированной медицинской помощи, схемах оповещения и сеансах связи; об аттестации маршрутов, о местах дислокации поисково-(аварийно)-спасательных служб по чрезвычайным ситуациям МЧС в соответствии с нормативными правовыми актами.

Информация, необходимая туристам в целях обеспечения безопасности их жизни, здоровья и имущества, должна предоставляться заблаговременно до заключения договора о реализации турпродукта или оказания туристских услуг, а также в процессе обслуживания туристов и в обязательном порядке должна содержать сведения, предусмотренные нормативными правовыми документами (с 2021 года согласно постановлению Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. N1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»).

Согласно ФЗ №132 от 24.11.1996 туристы (экскурсанты), предполагающие совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой они могут подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны пользоваться услугами инструкторов-проводников, если организуемые ими путешествия связаны с прохождением туристами (экскурсантами) маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (экскурсантов).

Туроператоры и турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны незамедлительно информировать уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, специализированные службы по обеспечению безопасности туризма и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях, произошедших с туристами (экскурсантами) во время прохождения маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (экскурсантов), по территории Российской Федерации.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны соблюдать установленные требования к туристским маршрутам и порядку организации их прохождения несовершеннолетними туристами, являющимися членами организованной группы несовершеннолетних туристов, а также порядок уведомления уполномоченных органов государственной власти о месте, сроках и длительности прохождения таких маршрутов.

Оказание необходимой помощи туристам, терпящим бедствие в пределах территории Российской Федерации, осуществляется специализированными службами, определяемыми Правительством Российской Федерации».

Безопасность туристских услуг обеспечивается путем разработки стандартов, сертификации, классификации и аттестации.

Сопровождающие групп, гиды, инструкторы-проводники и другие специалисты, оказывающие туристские услуги, должны иметь документы, подтверждающие их квалификацию.

Желательно, чтобы группу туристов на предприятии сопровождали как минимум 3 специалиста: экскурсовод, гид, инструктор – идущий в голове группы; руководитель группы или сопровождающий группы (в ее центре), представитель предприятия, ответственный за безопасность туристов – в конце группы. Представители предприятия отвечают не только за безопасность группы, но и за ее взаимодействие с объектами и субъектами объектов НПТ.

Безопасность проживания в средствах размещения туристов (туристских гостиницах, базах, кемпингах и др.) обеспечивается соблюдением:

- требований, установленных профильными нормативными документами (Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц», Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»);

- требований нормативных документов в сфере проектирования и строительства объектов размещения туристов;

- требований безопасности технической эксплуатации зданий, сооружений и оборудования, установленных нормативными документами;

- мер, гарантирующих личную безопасность туристов и сохранность их имущества.

Перевозки туристов (экскурсантов) во время путешествий осуществляются на автомобильном, железнодорожном, воздушном, водном транспорте в соответствии с требованиями соответствующих отраслевых нормативных правовых актов: ФЗ от 09.02.2007 N 16-ФЗ «О транспортной безопасности» и др.

При формировании и реализации маршрутов повышенной опасности для жизни и здоровья туристов, исполнитель туристских услуг обязан:

- уведомить о запланированном путешествии с предоставлением списков туристов специализированные службы по чрезвычайным ситуациям МЧС, органы местного самоуправления муниципальных образований, на территории которых проложен маршрут повышенной опасности;

- предоставить туристам (экскурсантам) необходимую информацию о сложностях и сроках прохождения маршрута, телефонах экстренной связи, радиочастотах и позывных, инструкторе-проводнике, его квалификации, а также иную информацию, необходимую для обеспечения безопасности жизни, здоровья и имущества туристов и предотвращения травматизма;

- до начала путешествия необходимо осуществить оценку подготовленности группы и отдельных ее лиц к прохождению маршрута и в случае его изменения заблаговременно уведомить специализированные службы и туристов (экскурсантов);

- составить паспорт маршрута в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг», с указанием плана прохождения маршрута, даты и длительности похода, участка трассы похода, мест ночлега, приютов, мест укрытий, пунктов медицинской помощи, пунктов связи и т.д.;

- иметь маршрутный лист, в котором указываются опасности и категории сложности маршрута и их уровень, а также «тактический план» и «план безопасности» маршрута, где подробно описываются действия группы, инструктора-проводника, спасателей в случае возникновения чрезвычайных ситуаций на определенном этапе маршрута (телефоны экстренной связи, частоты радиосвязи и время выхода на связь и пр.);

- обеспечить информирование туристов (экскурсантов) о медицинских противопоказаниях к физическим и психическим нагрузкам при осуществлении ими данного путешествия;

– применять знаки на маршруте и сооружениях, используемых туристами во время путешествий;

– привлекать для оказания туристских услуг на маршрутах повышенной сложности профессионально подготовленных специалистов, имеющих специальную квалификацию, включая действия по обеспечению безопасности туристов в чрезвычайных ситуациях;

– предоставлять туристам (экскурсантам) дополнительную информацию, включающую:

а) сведения об особенностях физических нагрузок, индивидуальном и групповом снаряжении и экипировке, включая средства индивидуальной защиты; о правилах пользования средствами индивидуальной защиты (страховочными веревками, шлемами, ледорубами и другим страховочным, спортивным и снаряжением и пр.);

б) информацию о реальных и прогнозируемых климатических, барометрических условиях на маршруте, его состоянии и возможных опасностях и мерах по их локализации;

в) картографическую продукцию, включающую информацию о погодных условиях, состоянии природных объектов (паводки, оползни, камнепады), состоянии коммуникаций, туристской инфраструктуры (дорог, мостов, маркировки маршрутов, приютов и т.д.).

Оборудование, снаряжение и инвентарь, применяемые на маршруте, должны соответствовать требованиям безопасности, иметь соответствующую маркировку и быть исправными.

В случае возникновения чрезвычайных ситуаций на маршруте инструктор-проводник обязан принять меры по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов), проинформировать специализированные службы по чрезвычайным ситуациям.

При оказании услуг научно-популярного туризма в местах проведения полевых научных исследований, особо охраняемых природных территориях уровень риска для жизни и здоровья туристов должен быть минимальным,

для этого необходимо: предусмотреть возможность связи со спасательными службами со всех участков экспедиции (маршрута); определить пути возможной эвакуации; располагать информацией о готовности и времени эвакуации экспедиции (с маршрута) силами спасательных служб.

При оказании услуг научно-популярного туризма в местах проведения полевых научных исследований, особо охраняемых природных территориях следует соблюдать требования ГОСТ 32611, ГОСТ Р 54601-2011 и Приказ МЧС России от 30 января 2019 г. № 42 «Об утверждении Порядка информирования территориальных органов МЧС России о маршрутах передвижения, проходящих по труднодоступной местности, водным, горным, спелеологическим и другим объектам, связанных с повышенным риском для жизни, причинением вреда здоровью туристов (экскурсантов) и их имуществу, и Порядка хранения, использования и снятия с учета территориальными органами МЧС России информации о маршрутах передвижения, проходящих по труднодоступной местности, водным, горным, спелеологическим и другим объектам, связанных с повышенным риском для жизни, причинением вреда здоровью туристов (экскурсантов) и их имуществу».

При организации маршрутов научно-популярного туризма должна быть обеспечена экологическая безопасность окружающей среды, предусматривающая предотвращение возможности оказания вредных воздействий на флору, фауну, воздушный и водный бассейны, почву, недра, ионосферу и т.п.

Базовые вопросы охраны труда работников объектов сферы туризма России регламентируются Трудовым кодексом РФ (Раздел X. Охрана труда).

Регулирование отношений, связанных с обработкой персональных данных осуществляется Федеральным законом «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ.

Для объектов научно-популярного туризма актуальны вопросы защиты интеллектуальной собственности и охрана секретов производства. Так, согласно ГОСТ Р ИСО 13810-2016 туризм должен организовываться и осу-

ществляться в соответствии с принципами охраны секретов производства, здоровья и безопасности:

– защита интеллектуальной собственности и охрана секретов производства. Исследование по защите интеллектуальной собственности и охране секретов производства на объекте промышленного туризма должно быть проведено с целью выявления областей риска и опасных зон. Поставщик услуг должен разработать мероприятия, предусматривающие выбор территории/маршрута, предоставляемой информации, экскурсовода/гида, средств идентификации посетителей (при необходимости), оборудования, которое может иметь посетитель во время пребывания на объекте (например, фотоаппараты, мобильные телефоны);

– безопасность посетителей. На объекте поставщик услуги должен гарантировать: наличие на ресепшен аптечки для оказания первой доврачебной помощи; наличие письменных инструкций по действиям в чрезвычайных ситуациях; соблюдение и знание персоналом правил безопасности на объекте; демонстрацию инструкций по технике безопасности; наличие на ресепшен номеров телефонов экстренных служб для связи с ними в чрезвычайных ситуациях; наличие ответственного лица по технике безопасности (при необходимости).

Поставщик услуг также должен:

– принимать меры по обеспечению личной защиты (например, выделять запрещенные зоны для посещения, устанавливая соответствующие знаки и указатели, маркировать опасные зоны, снабжать посетителей специальным снаряжением, таким как маски, шлемы, защитная обувь или специальная одежда):

– подготовить необходимые формы документов для получения соответствующих гарантий для посетителей при их посещении объекта (например, оформление полиса страхования посетителей и др.);

– информировать посетителей заранее в устной или письменной форме о правилах безопасности;

– иметь набор средств для оказания первой доврачебной помощи в каждом месте, где проводятся опасные работы.

Требования к обеспечению безопасности и режима охраны объектов и исполнителей услуг научно-популярного туризма устанавливаются и осуществляются в соответствии с законодательством РФ в сфере обеспечения безопасности, антитеррористической защищенности объектов, сохранения государственной и коммерческой тайны, защиты персональных данных, защиты информации, обеспечения безопасности критической информационной инфраструктуры, ограничения доступа к секретам производства (ноу-хау), обеспечения безопасности отдельных отраслей, производств, организаций и других объектов, охраны окружающей среды и особо охраняемых природных территорий, объектов культурного наследия.

Перечень мер по обеспечению требований безопасности и режима охраны объектов и исполнителей услуг научно-популярного туризма во время приема туристско-экскурсионных групп определяется объектами и исполнителями услуг научно-популярного туризма самостоятельно с учетом требований законодательства Российской Федерации. Информация о мерах по обеспечению требований безопасности и режима охраны объектов и исполнителей услуг научно-популярного туризма доводится до потребителей в соответствии с ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.

Информация об особых требованиях во время пребывания на объекте научно-популярного туризма или в отдельных зонах объекта (например, о запрете пользования мобильными телефонами, фото-и видеокамерами, другим оборудованием) доводится до туристов (экскурсантов) перед посещением объекта и во время посещения объекта научно-популярного туризма и/или отдельных его зон посредством ознакомления с техникой безопасности, информационных листов и памяток, информирования экскурсоводом, размещения на стендах и табло, установления предупредительных и ограничивающих знаков и линий и пр.

В заключение необходимо отметить, что на каждом предприятии существует широкий спектр особенностей, который необходимо учитывать. Поэтому меры по обеспечению безопасности туризма для каждого из них должны разрабатываться индивидуально.

Заключение

Научно-популярный туризм является нишевым и специализированным, представляет собой новую форму, возникшую на стыке туристской деятельности и науки. Отличительной особенностью такого туризма от обычного является ориентированная по интересам программа, которая может включать в первую очередь тематическое посещение научных, образовательных и иных профессиональных учреждений, лабораторий, обсерваторий, встречи с российскими учеными и специалистами, участие в экспедициях, а также и культурную программу.²⁰ Исходя из сказанного, научно-популярный туризм обладает спецификой, связанной с объектами посещения, которые не являются типичными для туризма, а проектирование и формирование на их базе туристских услуг и продуктов должно интегрировать в себе указанные отрасли.

В практических рекомендациях были определены сущность и базовые понятия научно-популярного туризма, предложены рекомендации по целеполаганию проектирования продуктов и услуг научно-популярного туризма, определению для указанных целей объектов интереса туристов, выбора целевой аудитории и разработки ценностного предложения для нее, подбору организуемых видов деятельности посетителей и туристской инфраструктуры. Даны рекомендации по проектированию и формированию туристских продуктов научно-популярного туризма, а также отдельных соответствующих услуг в форме экскурсий и образовательных мероприятий (наиболее распространенных в данной сфере), уделено внимание вопросам обеспечения безопасности туристов.

²⁰ Крылова Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России // Креативная экономика. 2022. Том 16. № 5.

Список использованных источников.

1. Валгина Н.С. Теория текста. Москва, Логос. 2003.
2. Власова Л.Е. Методы, формы и средства обучения. URL: <https://nsportal.ru/shkola/rodnoy-yazyk-i-literatura/library/2020/02/04/metody-formy-i-sredstva-obucheniya>.
3. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988. 704 с.
4. ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.
5. ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.
6. ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.
7. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения.
8. ГОСТ Р 54601-2011 Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения.
9. ГОСТ Р 54604-2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.
10. ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования.
11. ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуг и детского туризма. Общие требования.
12. ГОСТ Р 70361-2022. Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм.
13. ГОСТ Р ИСО 13810-2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг.
14. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования.
15. Градостроительный кодекс Российской Федерации.

16. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / Под общей ред. З. М. Горбылевой. Мн.: «Экономпресс», 1998. 400 с.
17. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М.: Советский спорт. 2007. С.19.
18. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 «О государственной тайне».
19. Земельный кодекс Российской Федерации.
20. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. М: Финансы и статистика, 2003. 256 с.
21. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Минобрнауки России 25.01.2023 N ВФ/1-Кн).
22. Коржан О.Ю. Стратегическое целеполагание организации: теоретические подходы и практические проблемы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. №2.
23. Крылова Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России // Креативная экономика. 2022. Том 16. № 5.
24. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: КНОРУС, 2016. 396 с.
25. Методические рекомендации по разработке схем зонирования территории городов. МДС 30-1.99.
26. Миловидов В.А. От семиотики текста к семиотике дискурса: Пособие по спецкурсу. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 98 с.
27. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.
28. Педагогика: учебник для бакалавров / под общ. ред. Л. С. Подымовой, В. А. Слестёнина. М.: Издательство Юрайт, 2014. 332 с. Серия: Бакалавр. Базовый курс.
29. План мероприятий («дорожная карта») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, разработанный в целях привлечения талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, а также

повышения доступности информации о достижениях и перспективах российской науки (утв. Заместителем Председателя правительства Российской Федерации Д.Чернышенко 19.12.2022 №15406п-П8).

30. Письмо Минпросвещения России от 16.06.2022 N 06-836 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по организации экскурсий для обучающихся, включая экскурсии по историко-культурной, научно-образовательной и патриотической тематике» утв. Минпросвещения России 10.06.2022).

31. Положение о программе молодежного и студенческого туризма (утв. Минобрнауки России 04.07.2022).

32. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.05.2022 № 992 «Об утверждении Правил оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком в Российской Федерации».

33. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года N 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц».

34. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 01.04.2021) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».

35. Постановления Правительства Российской Федерации от 01.07.2022 г. №1195 «Об утверждении Правил осуществления просветительской деятельности».

36. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1852).

37. Правила отнесения сведений, составляющих государственную тайну к различным степеням секретности (утверждены Постановлением Правительства РФ от 4.09.1995 № 870).

38. Руководство по проектированию объектов инфраструктуры на ООПТ. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2019

39. Руководство по функциональной организации ООПТ. М.: АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», 2019.

40. Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормами СанПиН 2.3/2.4.3590-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения».

41. СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания».

42. СанПиН 2.1.3684-21 «Санитарно-эпидемиологические требования к содержанию территорий городских и сельских поселений, к водным объектам, питьевой воде и питьевому водоснабжению, атмосферному воздуху, почвам, жилым помещениям, эксплуатации производственных, общественных помещений, организации и проведению санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий».

43. Саранча М.А., Вапнярская О.И. Феномен детского туризма как предмет классификации: проблемы и основные направления //Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12, №3 (81).

44. Свод принципов комплексного развития городских территорий. М.: АО «ДОМ.РФ», КБ «СТРЕЛКА», 284 с.

45. Слинкова О. К., Скачков Р. А. Анализ научных подходов к определению сущности целеполагания и его роль в процессе управления // Journal of new economy. 2015. №3 (59).

46. Смирнов В.И. Общая педагогика: Учебное пособие. М.: ЛОГОС, 2002. 304 с.

47. СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи».

48. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года.

49. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие / Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Изд-во Юнити-Дана, 2011. 493 с.
50. Указ Президента Российской Федерации от 25 апреля 2022 г. № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий».
51. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. 448 с.
52. Федеральный закон от 09.02.2007 N 16-ФЗ «О транспортной безопасности».
53. Федеральный закон от 21.07.1997 N 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов».
54. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
55. Федеральный закон от 29.11.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
56. Федоров А. Что такое ценностное предложение. URL: <https://rocketyze.com/base/chto-takoe-cennostnoe-predlozhenie/?ref=vc.ru> (дата обращения: 19.03.2023).
57. Шульц М., Дорр Д. Методика RAIN. Как продавать так, чтобы покупали. М.: «Манн, Иванов, Фербер», 2015.
58. Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers. Volume II: The Business of Ecotourism Management and Development. The Nature Conservancy, 2004.
59. Otgaar A. Towards a Common Agenda for the Development of Industrial Tourism // Tourism Management Perspectives. №4. P. 86–91. doi:10.1016/j.tmp.2012.05.004.8.