

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
«ПЛАНИРОВАНИЕ МАРШРУТОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО
ТУРИЗМА»

МОСКВА

2023

УДК 338.48
ББК 75.812.6

По заказу Министерства науки и высшего образования Российской Федерации

Практические рекомендации направлены на ознакомление с терминологией, нормативно-правовой базой, участниками и механизмами планирования маршрутов научно-популярного туризма и содержат рекомендации по осуществлению деятельности по развитию научно-популярного туризма на базе образовательных организаций высшего образования и потенциальных объектах научно-популярного туризма – М: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – 88 с.

Данные материалы предназначены государственным и муниципальным служащим в сфере туризма, экскурсоводам, сотрудникам и руководителям туроператорских и агентских компаний, музеев, объектов показа и туристского интереса, представителям объектов промышленного и научно-популярного туризма, образовательных организаций, планирующих развитие деятельности в сфере научно-популярного туризма.

© Минобрнауки России, 2023

Содержание

№ п/п	Наименование раздела	Стр.
	Введение	4
1	Планирование маршрутов научно-популярного туризма	6
1.1.	Терминология, регулирующие и стратегические документы	6
1.2.	Участники процесса НПТ	11
1.3.	Механизмы планирования и проектирования маршрутов НПТ	14
2	Порядок деятельности заинтересованных организаций в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма	19
2.1.	Порядок деятельности образовательных организаций высшего образования организаций в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма	19
2.2.	Порядок деятельности потенциальных объектов научно-популярного туризма в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма	29
	Заключение	70
	Список использованных источников	72

Введение.

В современных реалиях ускоренного инновационного развития научные объекты и научные достижения являются привлекательным туристским ресурсом. Вовлечение научного потенциала в туристскую деятельность традиционно осуществляется в рамках научного, промышленного, культурно-познавательного, экологического и других видов туризма. К настоящему времени накоплен обширный опыт проведения экскурсий, мастер-классов и других туристских мероприятий на базе объектов научной, научно-технологической, научно-производственной инфраструктуры.

Актуальные в условиях современной российской действительности задачи привлечения молодежи к научной деятельности как к сфере профессиональной самореализации, популяризации отечественной науки в общественном пространстве обусловили необходимость выделения научно-популярного туризма в качестве отдельного направления развития туризма, поддерживаемого на государственном уровне. Формальный статус научно-популярного туризма закреплен в Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (утверждена Министерством науки и высшего образования Российской Федерации 25.01.2023 г).

Научно-популярный туризм в документе определен как временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) 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.

Целью научно-популярного туризма в соответствии с Концепцией является 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.

Таким образом, научно-популярный туризм и все его составляющие регламентированы статусом, заложенным в Концепцию. 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 вышеуказанными документами.

Данные практические рекомендации направлены на ознакомление с терминологией, нормативно-правовой базой, участниками и механизмом планирования маршрутов научно-популярного туризма и содержат рекомендации по осуществлению деятельности по развитию научно-популярного туризма на базе образовательных организаций высшего образования, потенциальных объектов научно-популярного туризма, а также по планированию и проектированию турпродукта научно-популярного туризма туроператорскими компаниями.

1. Планирование маршрутов научно-популярного туризма

1.1. Терминология, регулирующие и стратегические документы

Нормативно-правовой базой научно-популярного туризма, как и любых других видов или направлений туризма является законодательство Российской Федерации, регулирующее туристскую деятельность. Базовым нормативно-правовым документом, регулирующим деятельность в сфере туризма, является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ от 24.11.1996 г. Общими для всех организаций, предоставляющих туристские услуги, являются также нормы Федерального закона «О защите прав потребителей» №2300-1 от 07.02.1992. Кроме того, в зависимости от видов деятельности организаций, осуществляющих деятельность в сфере научно-популярного туризма, следует ориентироваться на законодательство в соответствующей области, включая национальные стандарты (например, Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федеральный закон от 10 января 2002 г. N 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ и др.).

Базовым стратегическим документом, определяющим развитие туризма в Российской Федерации, в настоящее время является Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р).

Базовым стратегическим документом, являющимся основой для планирования, определения основных направлений научно-популярного туризма, формирования и совершенствования механизмов его развития, является Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (*далее – Концепция НПТ*). В стадии разработки находится проект Национального стандарта ГОСТ Р «Туризм и сопутствующие услуги. Научно-популярный туризм. Общие требования»,

определяющий требования к предоставлению услуг научно-популярного туризма согласно действующему законодательству. Развитие научно-популярного туризма на базе образовательных организаций высшего образования требует согласования с требованиями Положения о программе молодежного и студенческого туризма (утверждена Министерством науки и высшего образования Российской Федерации 4 июля 2022 г.).¹

Ниже представлен перечень законов и иных нормативно-правовых актов, включая национальные стандарты, которые распространяются на деятельность по проектированию и предоставлению услуг в сфере научно-популярного туризма (с учетом вида деятельности организации, предоставляющей соответствующие услуги).

<p>Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ от 24.11.1996</p> <p>Федеральный закон "О защите прав потребителей" №2300-1 от 07.02.1992</p> <p>Федеральный закон от 10 января 2002 г. N 7-ФЗ «Об охране окружающей среды»</p> <p>Федеральный закон "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ</p> <p>Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»</p> <p>Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»</p> <p>Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (утв. Минобрнауки России 25.01.2023 N ВФ/1-КН)</p> <p>Об утверждении перечня видов объектов туристской индустрии, приказ Федерального агентства по туризму от 5 июля 2022 г. № 307-Пр-22</p> <p>Правила оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком в Российской Федерации, утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2022 г. N 992</p> <p>ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования</p> <p>ГОСТ 30594-97 Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества</p> <p>ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения</p> <p>ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов</p> <p>ГОСТ Р 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования</p>

¹ <https://xn--d1agcrehbhc.xn--p1ai/>

ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования

ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг

ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования

ГОСТ Р 52887-2018 Услуги детям в организациях отдыха и оздоровления

ГОСТ Р 53522-2022 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения

ГОСТ Р 53524-2009 Конгрессная деятельность. Термины и определения

ГОСТ Р 54601-2011 Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения

ГОСТ Р 54602-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования

ГОСТ Р 54604-2022 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования

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

ГОСТ Р 55051-2012 Услуги общественного питания. Общие требования к кейтерингу

ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов

ГОСТ Р 55627-2013 Археологические изыскания в составе работ по реставрации, консервации, ремонту и приспособлению объектов культурного наследия

ГОСТ Р 56197-2014 Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования

ГОСТ Р 56643-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Личная безопасность туриста. Общие требования

ГОСТ Р 56642-2021 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования

ГОСТ Р 57261-2016 Персональные и бытовые услуги. Информация, консультация и посредничество

ГОСТ Р 57286-2016 Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста. Общие требования

ГОСТ Р 57635-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Рекомендации по разработке требований охраны окружающей среды для средств размещения

ГОСТ Р 58526-2019 Контроль качества услуг детям в организациях отдыха и оздоровления

ГОСТ Р 70216-2022 Конгрессная деятельность. Основные положения

ГОСТ Р 70217-2022 Выставочные и конгрессные площадки. Основные требования

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

ГОСТ Р 70583-2022 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 70587-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Услуги средств размещения «Все включено» и «Ультра все включено». Общие требования

ГОСТ Р ИСО 13810-2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг

В настоящих Практических рекомендациях применяется терминология, используемая в базовых нормативно-правовых и стратегических документах, определяющих развитие научно-популярного туризма, прежде всего, в Концепции НПТ:

научно-популярный туризм (далее - НПТ) - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) 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;

объекты научно-популярного туризма (объекты научно-популярной туристической инфраструктуры) - научная и научно-исследовательская инфраструктура образовательных организаций высшего образования (далее - образовательные организации), научные объекты, научно-исследовательские институты, научно-производственные учреждения, высокотехнологичные, градообразующие 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;

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 НПТ. Допускается включение в

маршрут объектов, не являющихся объектами научно-исследовательской инфраструктуры НПТ, но обладающих исторической, мемориальной и культурной ценностью, в том числе объектов культурного наследия и природных памятников с преобладанием научной составляющей;

мероприятия научно-популярного туризма - событийные массовые научные мероприятия (форумы, конференции, симпозиумы и т.д.) международного, федерального, межрегионального уровня на территориях субъектов Российской Федерации, а также молодежные фестивали с включением посещения объектов научно-исследовательской инфраструктуры и лабораторий образовательных организаций;

продукт научно-популярного туризма - комплекс услуг в рамках маршрута НПТ по демонстрированию объектов НПТ, проведению мероприятий НПТ, перевозке и размещению в соответствии с договором о реализации туристского продукта;

инфраструктурные ресурсы научно-популярного туризма - совокупность объектов НПТ, включающая реестр объектов в субъектах Российской Федерации и другие основные (содержательные) объекты, являющиеся объектами показа в рамках маршрутов НПТ, а также вспомогательные объекты такие, как коллективные средства размещения, общежития и кампусы образовательных организаций, транспортные средства, объекты общественного питания, объекты 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, относящиеся к собирательной классификационной группировке видов экономической деятельности "Туризм";

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 туристической индустрии, музеи, наукограды и иные организации, ведущие деятельность в рамках маршрутов НПТ.

экскурсовод (гид) - лицо, являющееся гражданином Российской Федерации, если иное не предусмотрено международными договорами Российской Федерации, прошедшее аттестацию и оказывающее услуги по ознакомлению туристов (экскурсантов) с объектами показа, сопровождению туристов (экскурсантов) и информированию туристов (экскурсантов) по пути следования по туристскому маршруту;

Кроме того, в Методических рекомендациях используется терминология в соответствии с ГОСТ Р 50681—2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг:

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.

программа обслуживания туристов - перечень предоставляемых услуг, посещаемых объектов показа и досуговых мероприятий, сформированный в определенной последовательности, с указанием времени, места и условий обслуживания.

1.2. Участники процесса НПТ

Процесс научно-популярного туризма обеспечивается взаимодействием исполнителей и потребителей услуг НПТ, а также деятельностью органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, обеспечивающих условия развития НПТ в регионе и содействие участникам процесса НПТ.

Исполнителями услуг научно-популярного туризма являются юридические лица (организации), осуществляющие деятельность в сфере научно-популярного туризма, а также индивидуальные предприниматели, физические лица - плательщики налога на профессиональный доход (самозанятые), осуществляющие деятельность в рамках маршрутов НПТ. К

организациям, осуществляющим деятельность в сфере научно-популярного туризма, относят:

- научно-исследовательские организации,
 - образовательные организации,
 - организации реального сектора экономики, имеющие лабораторную базу и инновационную инфраструктуру,
 - культурно-досуговые организации, организующие просветительские и образовательные культурно-досуговые мероприятия,
 - субъекты туристической индустрии,
- и иные организации, ведущие деятельность в рамках маршрутов НПТ.

Потребителями услуг научно-популярного туризма являются:

- учащиеся школ - лица, осваивающие образовательные программы начального и общего образования в школах, гимназиях, лицеях и иных организациях, в возрасте от шести до 18 лет включительно;
- студенты (курсанты) - лица, осваивающие образовательные программы среднего профессионального образования, программы бакалавриата, программы специалитета или программы магистратуры;
- молодые ученые - граждане Российской Федерации в возрасте от 18 до 35 лет включительно, ведущие научную и исследовательскую деятельность на базе образовательных и научных организаций, участники программ подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре), программ ординатуры, программ ассистентуры-стажировки;
- молодые специалисты - граждане Российской Федерации в возрасте от 18 до 35 лет включительно, завершившие обучение по основным профессиональным образовательным программам и /или по программам профессионального обучения, включая программы бакалавриата, специалитета, магистратуры, принимающие участие в мероприятиях научной и образовательной направленности в рамках НПТ для приобретения нового опыта, знаний, умений и навыков в сфере исследований и разработки;

- молодые преподаватели - физические лица в возрасте от 18 до 35 лет включительно, состоящие в трудовых, служебных отношениях с организацией, осуществляющей образовательную деятельность, и выполняющие обязанности по обучению, воспитанию обучающихся, либо осуществляющих образовательную деятельность по реализации образовательных программ высшего образования и дополнительных профессиональных программ;

- семьи с детьми - лица, связанные родством и (или) свойством, совместно проживающие и ведущие совместное хозяйство, либо состоящие в официальном браке и имеющие одного, двух и более детей;

- взрослое население - граждане Российской Федерации старше 18 лет, трудоспособное население, пенсионеры;

- иностранные граждане - лица, проживающие или временно пребывающие на территории Российской Федерации, не имеющие гражданства Российской Федерации.

Важная роль в Концепции НПТ отводится субъектам Российской Федерации, которые должны участвовать в формировании продукта НПТ по следующим направлениям:

- создание и обеспечение благоприятных условий для развития НПТ, в том числе повышение качества оказываемых услуг при реализации продукта НПТ;

- разработка новых маршрутов НПТ, в том числе межрегиональных;

- создание условий для тесного сотрудничества научно-исследовательских и образовательных организаций, организаций отдыха детей и их оздоровления, а также туроператоров с целью формирования сетевых форм реализации образовательных программ в рамках НПТ;

- выработка предложений по снятию административных барьеров и совершенствованию отраслевого законодательства Российской Федерации в сфере туризма;

- содействие в организации подготовки кадров в сфере НПТ;

- повышение уровня сервиса и кадрового обеспечения, развитие подготовки работников в сфере НПТ, активное вовлечение бизнеса в формирование образовательных программ для сотрудников объектов НПТ;
- участие в информационном обеспечении НПТ, а также проведение информационной работы по его популяризации;
- повышение уровня качества и безопасности инфраструктурных ресурсов маршрутов НПТ: научной, туристской и магистральной инфраструктуры, развитие транспортной доступности;
- содействие развитию предпринимательства в сфере НПТ;
- увеличение уровня загрузки и снижение влияния фактора сезонности в использовании объектов научно-популярного туризма и туристской инфраструктуры;
- увеличение инвестиционной привлекательности регионов проведения маршрутов НПТ, снижение сроков окупаемости объектов, входящих в указанные маршруты, что, в свою очередь, будет способствовать темпу развития и модернизации объектов НПТ и туристской инфраструктуры;
- преодоление ограничений в области безопасности в НПТ, связанных с недостаточной информированностью субъектов, осуществляющих деятельность в сфере НПТ, о рисках, а также с устаревшими требованиями к безопасности отдельных видов туризма, состоянию окружающей среды туристских территорий;
- содействие кооперации научно-исследовательских организаций, организаций среднего профессионального образования и детского отдыха с целью формирования образовательных модулей;
- ведение информационной работы по популяризации НПТ, объектов и маршрутов НПТ на региональном уровне.

1.3. Механизмы планирования и проектирования маршрутов НПТ

В Концепции НПТ указывается, что каждый субъект Российской Федерации обладает определенным научным потенциалом. Маршруты НПТ формируются внутри региона и включают в себя объекты НПТ, а также

объекты культурного и природного наследия, при этом маршрут НТП рассматривается как путь следования туристов (экскурсантов) индивидуально и в организованных группах, включающий в себя посещение и (или) использование объектов научно-популярного туризма и иных инфраструктурных ресурсов НПТ. Допускается включение в маршрут объектов, не являющихся объектами научно-исследовательской инфраструктуры НПТ, но обладающих исторической, мемориальной и культурной ценностью, в том числе объектов культурного наследия и природных памятников с преобладанием научной составляющей.

Таким образом, планирование маршрутов НПТ осуществляется на уровне субъектов федерации с учетом имеющегося потенциала и участием исполнителей услуг научно-популярного туризма (научно-исследовательских, образовательных, культурно-досуговых организаций, организаций реального сектора экономики, туроператорских и турагентских компаний, средств размещения и других организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма).

Посещение и (или) использование объекта НПТ и иных инфраструктурных ресурсов НПТ в рамках маршрута НПТ, согласно Концепции НПТ является частью продукта НТП: «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 – это услуги по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации, в том числе в услугах перевозки, размещения, питания, экскурсий ². Услуга – «результат непосредственного взаимодействия

² Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования»

исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг»³.

Согласно законодательству РФ проектированием, формированием, продвижением и реализацией туристских продуктов занимаются туроператоры. В связи с этим, организации, не включенные в реестр туроператоров, самостоятельно разработать и предложить туристский продукт НПТ не могут (за исключением проектирования, формирования и реализации турпродукта студенческого туризма в соответствии с Программой молодежного и студенческого туризма и ГОСТ Р 70361-2022 «Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм» и с использованием платформы студтуризм.рф⁴). Для этих целей образовательные организации, предприятия реального сектора, и другие объекты НПТ могут использовать следующие основные подходы:

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

2. индивидуальное проектирование, формирование, продвижение и реализация новых туристских продуктов туроператором на договорной основе на базе объекта НПТ – 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 объекта НПТ туроператора с последующей разработкой туристского продукта самостоятельно или во взаимодействии с партнерами.

³ ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»

⁴ 34 <https://xn--d1agcrrehbhc.xn--p1ai/>

Проектирование услуг (продукта) научно-популярного туризма осуществляют в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (далее – ГОСТ Р 50681-2010) и ГОСТ Р 53522-2022. ГОСТ Р 53522-2022 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.

Проектирование маршрутов научно-популярного туризма осуществляют исполнители услуг научно-популярного туризма, а также саморегулируемые или общественные организации исполнителей услуг научно-популярного туризма в соответствии с техническим заданием, разрабатываемым самостоятельно исполнителем услуг и/или органом власти субъекта Федерации, развивающего научно-популярный туризм. Техническое задание разрабатывается с учетом:

- запросов (требований) туристов/заказчиков услуги научно-популярного туризма, в том числе потребностей в практических исследованиях и организации практической подготовки на базе объектов НПТ;
- конъюнктуры рынка услуг научно-популярного туризма;
- требования обязательного преобладания в структуре программы обслуживания туристов научно-популярной составляющей;
- состояния и структуры объектов научно-популярного туризма;
- межрегионального подхода;
- результатов маркетинговых исследований;
- обеспечения безопасности услуг научно-популярного туризма;
- обеспечения безопасности и режима охраны объектов и исполнителей услуг научно-популярного туризма;
- защиты прав потребителей услуг научно-популярного туризма;
- предоставления потребителям услуг научно-популярного туризма возможности компетентного выбора;
- соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований;

- наличия договоров на оказание услуг научно-популярного туризма с соисполнителями.

При планировании и проектировании маршрутов НПТ особое внимание следует уделять особенностям целевой аудитории, для которой они предназначаются. Так, услуги научно-популярного туризма для детей и молодежи проектируются и предоставляются в соответствии с требованиями ГОСТ Р 54605—2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования; услуги студенческого научно-популярного туризма - в соответствии с ГОСТ Р 70361—2022. Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм; услуги научно-популярного туризма для людей пожилого возраста – с учетом требований ГОСТ Р 57286-2016. Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста. Общие требования; услуги научно-популярного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья - в соответствии с ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.

Порядок и основные параметры технического задания на проектирование маршрута научно-популярного туризма утверждают руководители организаций – исполнителей и соисполнителей услуг научно-популярного туризма.

Технические и технологические требования к планированию и проектированию услуг и моделирование услуг научно-популярного туризма и установление нормируемых характеристик/показателей (маршрутов) научно-популярного туризма определяют в соответствии с ГОСТ Р 50681-2010. Также на основании требований этого документа специалисты - представители соответствующих функциональных подразделений исполнителей услуг научно-популярного туризма осуществляется анализ и экспертиза разработанных проектов документов на услуги научно-популярного туризма.

Подтверждение статуса маршрута НПТ 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.

2. Порядок деятельности заинтересованных организаций в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма

2.1. Порядок деятельности образовательных организаций высшего образования организаций в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма

В соответствии с Концепцией развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. научная и научно-исследовательская инфраструктура образовательных организаций высшего образования (*далее - ООВО*) входит в состав объектов научно-популярного туризма, кроме того образовательные организации высшего образования входят в состав организаций, осуществляющих деятельность в сфере НПТ. Поэтому ООВО как исполнители услуг НПТ, с одной стороны, обеспечивают формирование и функционирование объектов показа на основе научно-исследовательской инфраструктуры вуза, с другой стороны организуют процесс проектирования, формирования, реализации и предоставления услуг НПТ самостоятельно (особенно в рамках программ студенческого туризма) или в сотрудничестве с туроператорскими, турагентскими компаниями и другими субъектами туристической индустрии.

Деятельность ООВО по формированию и функционированию объектов туристического показа на базе научно-исследовательской инфраструктуры вузов предполагает решение инфраструктурных вопросов, обеспечивающих транспортную доступность места расположения объекта, доступность и удобство посещения самого объекта, комфортную и безопасную среду пребывания в локации (размещение, питание, развлечения), комфортную и

безопасную среду пребывания на самом объекте; создание материально-технической базы, формирующей содержательную основу для проведения туристских программ на объекте и предложение привлекательных туристских мероприятий на объекте; доведение информации об объекте до потенциальных туристов, мотивирующей их к посещению объекта (информирование, ПР, реклама).

Образовательные организации высшего образования, как правило, размещаются в удобных локациях с точки зрения транспортной инфраструктуры. Соответственно, в большинстве случаев вопросы транспортной доступности объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов для туристов не являются животрепещущими. Исключения составляют отдельные объекты – ботанические сады, биостанции, метеостанции, места проведения полевых исследований и пр., доступ на которые затруднен из-за отсутствия качественных дорог. Если транспортная доступность мест проведения полевых исследований для участников экспедиций может быть решена путем включения трансфера в необычном стиле в программу самого путешествия (например, доставка туристов в локацию на вездеходах, джипах, вертолетах при условии соблюдения требований безопасности), то проблема доступности объектов, которые в силу своей привлекательности могут представлять интерес для массового туриста, требует особого внимания. Ремонт и строительство дорог требуют крупных финансовых затрат и могут быть осуществлены только на уровне местных или региональных администраций. Руководство вузов, заинтересованное в обеспечении доступности определенных объектов для туристов, должно вести систематическую работу с администрациями соответствующего уровня по включению ремонта или строительства дорог в планы территориального развития, в проекты по обеспечению безопасных и качественных дорог, в том числе за счет средств соответствующего национального проекта и т.п. Региональные и местные власти также заинтересованы в росте турпотока на

территорию, поэтому появление новых объектов с большим туристским потенциалом, может стать убедительным аргументом для принятия необходимых решений.

Важным для обеспечения доступности объектов турпоказа является наличие непосредственных подъездных путей и подходов на прилегающих территориях, автомобильных стоянок, в том числе для стоянок для автобусов туристического класса. Если образовательное учреждение приняло решение о развитии научно-популярного туризма на базе собственных объектов, необходимо провести осмотр и ревизию имеющихся подъездных путей, подходов к объектам, автомобильных и автобусных парковок на территории вузовского кампуса и прилегающих территориях и, в случае необходимости, принять меры для приведения их в соответствие с требованиями, в том числе, при сотрудничестве с местными администрациями.

Следующим важным аспектом планирования маршрутов научно-популярного туризма является обеспечение информирования и удобной навигации для туристов. Информационное обеспечение услуг научно-популярного туризма должно соответствовать требованиям законодательства: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. №9 2300-1 «О защите прав потребителей», Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 г. №452, ГОСТ 32612 ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.

Маршруты и объекты научно-популярного туризма рекомендуется оснащать объектами туристской навигации, табло с туристскими маршрутами и другой дополнительной информацией.

К дополнительной информации относят туристские схемы, описания маршрутов научно-популярного туризма, препятствий естественного и искусственного происхождения, информацию о погодных и климатических

условиях, наличии аномальных климатических явлений, возможных трудностях прохождении маршрута, участия в экспедициях и т.п.

Главные объекты туристской навигации рекомендуется располагать при въезде (входе) на тот объект (территорию), на котором оказываются услуги научно-популярного туризма.

Объектам научно-популярного туризма следует разрабатывать памятки для туристов о возможных рисках, правилах поведения, в том числе в нестандартных ситуациях и необходимых мерах по обеспечению личной безопасности во время пребывания на объекте.

Руководством образовательной организации обязательно должна быть разработана и утверждена процедура доступа на объекты лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов с учетом требований обеспечения безопасности и режима охраны объектов (подробно вопросы обеспечения безопасности рассмотрены в п. 4.3 настоящих Методических рекомендаций) и удобства для туристов. Информация о процедуре доступа должна быть доведена до туристских организаций, формирующих и реализующих турпродукт, включающий посещение объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов, оказывающих туристские и экскурсионные услуги (туроператорских и турагентских компаний, экскурсионных бюро).

Важно также определить четкий график приема и обслуживания туристов на объектах научно-популярного туризма на базе лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов. При возможности целесообразно выстроить график работы объектов исходя из удобства для туристов: они должны работать по выходным дням, а также в вечернее время. График работы объекта для туристов должен быть указан на входе и размещен на сайте (при наличии) либо в соответствующем разделе сайта образовательной организации.

Встреча туристских групп или индивидуальных туристов осуществляется в зоне приема посетителей (например, в вестибюле). В этой

зоне посетители должны иметь возможность приобрести билеты (если вход на объект платный), сдать верхнюю одежду в гардероб, посетить санузел, купить сувениры. Зона приема посетителей (вестибюль) является местом сбора экскурсионных групп, поэтому важно, чтобы при приеме больших групп была обеспечена возможность прохождения туристов в зону проведения туристских мероприятий без хаоса и толкучки. Зона приема посетителей должна быть рационально организована для возможности контроля входящего потока (на наличие входных билетов, сертификатов о прививках и т.п.) и учета посетителей.

Важно также развести маршруты входящих и выходящих потоков туристов, для чего нужно разработать систему навигации и разместить соответствующие указатели.

Размер принимаемых на объекте групп должен соответствовать площади лабораторий, экспозиционных помещений, возможностям обеспечивать доступность визуального и звукового контента для каждого экскурсанта, участника мастер-класса или другого туристского мероприятия. Большие группы целесообразно делить на несколько, формируя для каждой из них отдельный маршрут (например, просмотр залов в прямой и обратной последовательности (при наличии нескольких залов); организация экскурсии для одной подгруппы с параллельным проведением мастер-класса для другой; организация экскурсии для одной подгруппы параллельно с экскурсией по вузу для другой и др.).

Образовательные организации самостоятельно определяют возможность фото- и видеосъемки на отдельных объектах лабораторного (научно-исследовательского) комплекса, о чем посетители должны быть проинформированы с помощью вывесок и табличек, а также устно экскурсоводом. Если по каким-то причинам фото- и видеосъемка запрещена, необходимо выделять специальные фотозоны, поскольку фотографирование и видеосъемка на посещаемом объекте для современного туриста, особенно

детей и молодежи, может оказаться актом, равноценным самому посещению объекта.

После завершения осмотра объекта или туристской программы желательно обеспечить возможность приобретения фирменных и тематических сувениров, для чего в зоне приема туристов целесообразно создавать точки продажи сувенирной продукции, которые могут обслуживаться администраторами зоны приема туристов. Также туристам можно раздавать бесплатные сувенирные предметы и печатный материал (буклеты, листовки). Особенно это целесообразно в случае приема школьников – потенциальных абитурантов, и студентов, которые могут заинтересоваться наукой как сферой профессиональной реализации.

Также после завершения осмотра объекта или туристской программы посетители должны иметь возможность посетить санузел, спокойно, без суеты забрать одежду из гардероба и выйти из помещения.

Образовательные организации должны систематически вести учет посетителей (общий поток, поток, дифференцированный по посещаемым лабораториям, экспозициям и программам). Целесообразно проводить также опросы посетителей (в виде мини-анкет) на предмет выявления степени удовлетворенности посетителей, их дополнительных характеристик (пол, возраст, интересы и др.). Полученные данные должны стать основой для дальнейшего развития объектов показа (возможно, изменения концепции), совершенствования экспозиций и программ мероприятий, внедрения технических и технологических инноваций.

Материально-техническая база объектов научно-популярного туризма на базе лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов должна обеспечивать возможность:

- проведения научно-образовательных и просветительских мероприятий для учащихся школ, студентов (курсантов), молодых ученых, молодых специалистов и молодых преподавателей;

- реализации образовательных модулей для учащихся школ, студентов (курсантов);

- демонстрации (проведения экскурсий) объектов научно-исследовательской и инновационной инфраструктуры, в том числе проведение интерактивных занятий в рамках реализуемых научных направлений, для всех целевых аудиторий научно-популярного туризма;

- осуществления опытно-конструкторских и экспериментальных работ молодыми учеными, молодыми специалистами и молодыми преподавателями для приобретения нового опыта, знаний, умений и навыков в сфере исследований и разработок.

Важно, чтобы посещаемые пространства были оснащены современным оборудованием, обеспечивающим удобство, информативность, зрелищность наблюдаемых объектов и процессов, возможность индивидуализации процесса изучения, обзора, прослушивания элементов туристской программы (аудиогиды, видеотрансляции, световые и звуковые решения пространства, использование дисплейных и проекционных технологий, VR/AR и т.д.⁵

Зонирование помещений, где проходят туристские мероприятия, должно быть осуществлено с учетом возможностей размещения туристов, удобства просмотра экспозиций или демонстрируемых технологий (смотровые площадки), участия в экспериментах, мастер-классах или других мероприятиях (оборудованные рабочие места), зоны со стульями, сиденьями и т.п.

Выбор мероприятий определенного вида, разработка их содержания и форм проведения осуществляется применительно к каждому объекту исходя из целей образовательной организации высшего образования при реализации программ научно-популярного туризма, целей и потребностей целевой аудитории, запросов заказчиков, содержательных, инфраструктурных, кадровых возможностей объекта, возможностей обеспечения безопасности

⁵ Тарасова В. Музейная сценография – как разработать концепцию экспозиции // Учреждения культуры. Справочник руководителя. 2018. № 8. URL: <https://e.rukulturi.ru/656645> (дата обращения: 8.11.2021).

туристов и безопасности и режима охраны объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов.. Подробно эти вопросы рассматриваются в разделе 3.

Важным аспектом планирования туристических маршрутов является, при включении в них объектов туристского показа научно-популярного туризма является обеспечение его известности среди потребителей, достигаемое за счет комплекса мер по информированию и продвижению объекта и туристских мероприятий, предлагаемых на его базе, отражаемых в программе продвижения объекта.

Программа продвижения объекта турпоказа в составе лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов базируется на целях организации, целях создания объекта, его направленности на конкретные целевые аудитории, бюджета, выделяемого организацией на маркетинговые мероприятия, и включает определение основных каналов, средств, инструментов, конкретных мероприятий по продвижению объекта.

Универсальным инструментом продвижения в современных условиях являются интернет-технологии, в частности, сайт. Туристский объект на базе лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вуза может иметь собственный сайт, что целесообразно, если объект достаточно известен и имеет большой потенциал для привлечения туристов. Но в большинстве случаев логичным является наличие отдельной страницы на корпоративном сайте образовательной организации. Также является целесообразным создание на корпоративном сайте вуза раздела «Научно-популярный туризм», где будет аккумулироваться информация обо всех объектах и мероприятиях научно-популярного туризма на базе вуза и ссылки на страницы отдельных объектов. Сайт объекта или страница корпоративного сайта, посвященная объекту, должны быть выполнены в едином фирменном стиле вуза. На сайте/странице должна быть представлена общая информация об объекте, история его создания в контексте истории создания вуза, краткое описание текущего состояния (научно-педагогический состав, ведущие

ученые, оснащение, оборудование, проводимые исследования, перечни экспозиций, экскурсий и других туристских программ, анонсы событий и пр.), информация о графике работы, стоимости билетов или других условиях посещения, контактная информация и др. Обязательным разделом сайта должна быть возможность обратной связи – посетители объекта должны иметь возможность оставить свои отзывы, пожелания, задать вопросы, Информация на сайте должна быть актуальной, регулярно обновляться.

В текущих условиях и, особенно при работе с молодежной аудиторией, обязательным является продвижение маршрутов и объектов турпоказа в социальных сетях.

Универсальным инструментом продвижения объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вуза является его реклама в составе рекламной компании самого образовательного учреждения, его достижений. Например, в рамках дня открытых дверей может быть организованы посещение не только самых учебных аудиторий вуза, но и лабораторий, высокотехнологичных установок, музеев, встречи с известными учеными.

Информирование об объектах лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов и их продвижение во внешнем пространстве зачастую наиболее эффективно с помощью внутреннего ресурса – студентов и сотрудников самих вузов, вовлекающих в посещение лабораторий и других интересных объектов показа знакомых, друзей, семьи, родственников и далее с помощью «сарафанного радио».

Другие каналы продвижения определяются, прежде всего, исходя из определения и особенностей целевых аудиторий. Поскольку научно-популярный туризм ориентирован, прежде всего, на молодежь, школьников и студентов, важно разместить информацию об туристских объектах в молодежных соцсетях, наладить прямые контакты со школами через их администрации, создавать красочные рекламные буклеты об экскурсиях, мастер-классах, квестах, разработанных специально для отдельных возрастных групп школьников, и раздавать их на встречах с учениками и т.д.

Деятельность по планированию предоставления отдельных услуг НПТ может осуществляться ООО самостоятельно, а деятельность по проектированию, формированию, реализации и предоставлению продукта НПТ самостоятельно ООО может осуществлять только в рамках программ студенческого туризма или только в сотрудничестве с туроператорскими компаниями.

Эффективность деятельности по развитию научно-популярного туризма на базе образовательных организаций высшего образования будет значительно выше при условии создания специальной структуры по координированию туристской деятельности, осуществляемой на разных объектах лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов. Некоторые вузы создают центры туризма, экскурсионные центры, учебные турагентства и даже собственные туроператорские компании, действующие, в основном, за счет студенческого кадрового потенциала. Чаще всего это происходит в случаях, когда университет осуществляет подготовку студентов по направлению «Туризм», и эти структуры действуют как площадки по практической подготовке в рамках образовательной программы. Реализация Программы молодежного и студенческого туризма усилила интерес к данному направлению деятельности, и подобные студенческие туристские центры сейчас появляются на базе многих вузов. Они осуществляют не только разработку туристских программ на площадках вуза, но и формируют полноценные туристские маршруты, включающие и объекты показа в городе и регионе, предусматривающие размещение и питание туристов-студентов в соответствии с ГОСТ Р 70361—2022. Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм. Поэтому данные структуры являются незаменимым ресурсом для развития научно-популярного туризма на базе образовательных организаций высшего образования.

Ориентация образовательной организации на формирование, прием и обслуживание постоянного турпотока обуславливает необходимость сотрудничества с туристическими фирмами, заинтересованными в

увеличении доходов за счет расширения ассортиментов предлагаемых продуктов, основанных на посещении интересных объектов. Сотрудничество с профессионалами турбизнеса может открыть новые горизонты развития научно-популярного туризма на базе лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов, поскольку такой подход обеспечивает создание турмаршрутов, соответствующих всем требованиям действующего законодательства в сфере туризма и обеспечения прав потребителей.

На базе объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса образовательных учреждений высшего образования возможны организация и проведение различных туристских мероприятий. С точки зрения популярности и эффективности по достижению целей и задач научно-популярного туризма, наиболее целесообразно проведение экскурсий, квестов, мастер-классов и иных образовательных мероприятий (например, лекций, семинаров в формате «живых уроков»), научных событийных мероприятий (конференций, форумов, симпозиумов и т.п.), научных экспедиций. Циклы туристских мероприятий определенной тематики и для определенных целевых аудиторий, прежде всего для школьников, могут быть объединены в научные смены, организуемые в детских лагерях на базе вузов. Как уже отмечалось, выбор мероприятий определенного вида, разработка их содержания и форм проведения осуществляется применительно к каждому объекту исходя из целей образовательной организации высшего образования при реализации программ научно-популярного туризма, целей и потребностей целевой аудитории, запросов заказчиков, содержательных, инфраструктурных, кадровых возможностей объектов, возможностей обеспечения безопасности туристов и безопасности и режима охраны объектов лабораторного (научно-исследовательского) комплекса вузов.

2.2. Порядок деятельности потенциальных объектов научно-популярного туризма в сфере планирования маршрутов научно-популярного туризма

Объектами научно-популярного туризма в соответствии с Концепцией НПТ являются не только образовательные организации высшего образования, но и научные объекты, научно-исследовательские институты, научно-производственные учреждения, высокотехнологичные, градообразующие 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. Все они, при условии создания соответствующей инфраструктуры, обеспечивающей транспортную доступность места расположения объекта, доступность и удобство посещения самого объекта, комфортную и безопасную среду пребывания в локации (размещение, питание, развлечения) и на самом объекте, создания материально-технической базы, формирующей содержательную основу для проведения туристских программ и предложение привлекательных туристских мероприятий на объекте могут стать привлекательными объектами туристического показа НПТ.

Основными этапами деятельности по планированию создания объектов туристического показа на базе потенциальных объектов НПТ (далее ПО НПТ) являются:

1. целеполагание формирования объектов туристического показа на базе потенциальных объектов научно-популярного туризма;
2. определение объектов интереса туристов;
3. определение целевой аудитории ценностного предложения формируемых объектов туристического показа;

4. подбор организуемых видов деятельности посетителей;
5. функциональное зонирование территории потенциальных объектов научно-популярного туризма;
6. подбор туристической инфраструктуры при формировании объекта турпоказа;

Далее рассмотрим содержание каждого из этапов.

1. Целеполагание формирования объектов туристического показа на базе потенциальных объектов научно-популярного туризма

Туристская деятельность не является профильной для ПО НПТ. Однако туризм для них может стать одним из инструментов для решения широкого спектра как внутренних, так и внешних задач. Формирование объектов туристического показа 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 и проектирования развития туризма на базе ПО НПТ.

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

Для постановки цели формирования объектов туристического показа на базе ПО НПТ рекомендуется следующий алгоритм, представленный на рисунке 1.

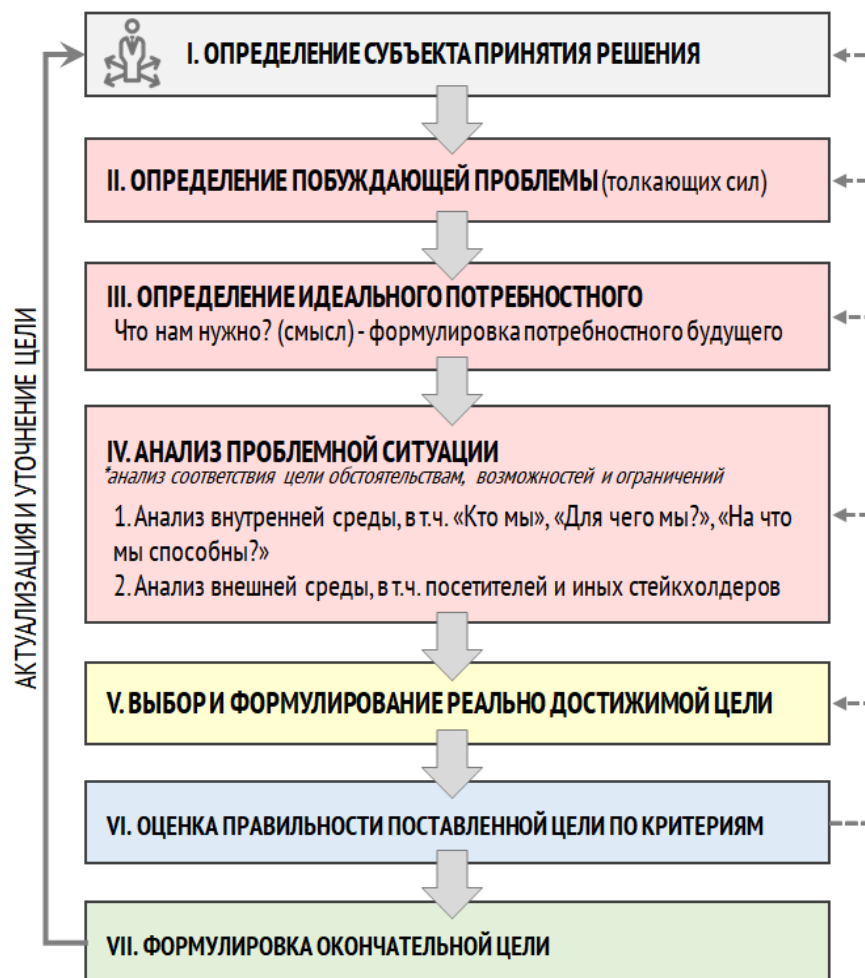


Рисунок 1. Рекомендуемый алгоритм постановки цели формирования объектов туристического показа на базе ПО НПТ.

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 ПО НПТ ставится не одна, а несколько параллельных или взаимосвязанных целей.

Примеры классификации целей представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 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, 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

Таблица 2 – Примеры классификации целей

Основание классификации	Виды целей
Уровень управления	Стратегические, тактические, оперативные
Повторяемость	Циклические, эпизодические, разовые
Источник	Внутренние, внешние, внутренне-внешние
Очередности	Особо приоритетные, приоритетные, отсроченные, прочие
Необходимость	Необходимые, желательные
Срочность	Долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные
Иерархия	Предприятия, подразделений, работника
Масштаб	Предприятия, внутри предприятия, групповые, индивидуальные
Показатели измерения достижения результатов цели	Качественные, количественные

2. Определение объектов интереса туристов.

Поставив цели, следующим шагом необходимо определить самое главное для туристов – *объекты интереса (аттракции)*, которые побудят их 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.

Традиционным является деление аттракций по генезису: природные, антропогенные и природно-антропогенные (см. рис. 2).

Исходя из сказанного, ПО НПТ 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, рамках маршрутов НПТ, 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.



Рисунок 2 – Классификация аттракций по генезису

- 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;
- Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма.

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 и не более (равен самому себе). 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.

Под туристской интерпретацией объектов и явлений можно понимать способ осмысливания или означения-осмысливания их ценности, сущности и вложенного содержания, значений через:

– внешние признаки в рамках их использования в организации и осуществлении туристской деятельности.

– аппликацию («помещение в...», присоединение) на ту или иную предметную область, а также оформление результата указанной процедуры в виде концепции или компонентов турпродукта, маршрута, сувенирной продукции и т.п.

Интерпретация предполагает следующие этапы деятельности субъекта:

1) восприятие (обнаружение, сенсорное восприятие, сортировку воспринятой информации между специализированными частями мозга, идентификация и опознание);

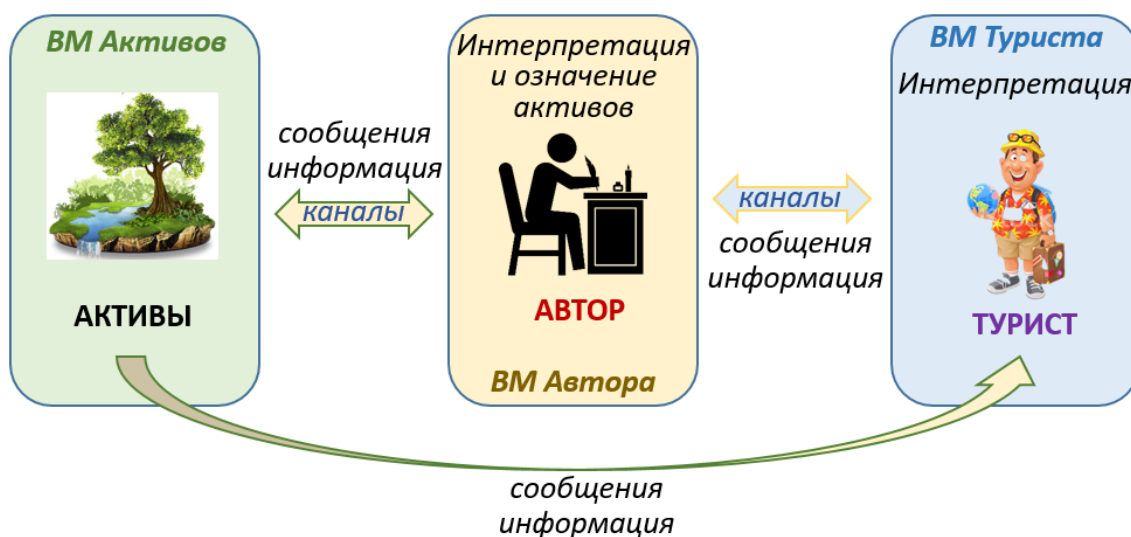
2) опредмечивание и распредмечивание,

3) бессознательную оценку (с позиций награждения и наказания), наложение эмоционального компонента;

4) осмысление и понимание.

Интерпретация объектов и явлений в туризме может осуществляться как целенаправленно (через продуманную деятельность), так и случайным образом.

Базовые компоненты туристской интерпретация и их соотношение показаны на рис. 3.



**VM - «внекоммуникационный мир»*

Рисунок 3 – Опорная модель интерпретации туристских активов

Туристские активы представляют собой объекты и явления интереса туристов, которые могут быть осмыслены и использованы в туристской деятельности большим количеством способов, наряду с традиционными. В самом простом случае интерпретация будет осуществляться в совокупности отношений компонентов: туристские активы– турист-интерпретатор – «внекоммуникационный мир». Здесь отсутствуют какие-либо посредники, дополнительные инструменты, механизмы и процессы. Турист непосредственно взаимодействует с активами, в результате чего формируется его собственная их интерпретация под влиянием «внекоммуникационного мира».

«Внекоммуникационный мир» представляет собой осмысливаемую и переживаемую участником дискурса динамическую модель мира и культуры, систему смыслов и метасмыслов, структурируемую на основе определенного миропонимания, которая может быть реализована в языке (а также в различных невербальных «языках» – музыке, пластике, рисунке и т.д.) и включает в себя философско-научные, этические, нравственно-эмоциональные, эстетические ценности, понятия, нормы и конвенции. Он включает в себя актуальные для интерпретирующего в данный момент времени ситуации, место, обстоятельства, контексты, его мировоззрение,

культуру, состояния и мн. др. То есть, это все, что оказывает влияние на его конкретный процесс интерпретации. Данный компонент очень важен и требует особого внимания при работе с интерпретацией. Например (из жизни): в качестве компенсации за ошибки в обслуживании, гостиница в отсутствие гостя положила ему в номер подарок в виде набора сладостей, на что получила интерпретацию в виде негативной реакции по причине того, что он сидел на диете.

При управлении интерпретацией, появляется дополнительное звено между туристскими активами и туристом-интерпретатором – автор-интерпретатор. Автор при помощи целенаправленных действий создает и передает специальные сообщения туристам-интерпретаторам через каналы передачи (контекстная реклама, телевидение, туристские продукты, экскурсионные программы и т.д.), ориентированные на конкретные каналы воздействия и т.д. В качестве отдельных субъектов интерпретации могут появиться посредники (например, переводчики, гиды, блогеры, издатели, представители СМИ и мн. др.) – промежуточные звенья. Туристы, в свою очередь, при таком подходе интерпретируют не только сами туристские активы, но и полученные от автора-интерпретатора сообщения.

Автор на базе познания туристских активов интерпретирует их возможности для себя. После, на фундаменте целей управления, выбираются целевые сегменты адресатов, ставятся адаптированные под них цели и задачи сообщения о туристских активах, определяются каналы передачи и воздействия, субъекты-посредники (если они необходимы или неизбежны), в сознании автора формируются ценностно-смысловая система координат и дискурс означения передаваемого смысла, на его основе посредством знаков создается сообщение (происходит означение) в рамках «внекоммуникационного мира» автора. В свою очередь, турист-интерпретатор (наряду с возможными прямыми сообщениями и информацией от туристских активов) получает, воспринимает, понимает и

интерпретирует (осмысливает) адресованное ему сообщение о туристских активах в рамках своего конкретного «внекоммуникационного мира».

В данном контуре по каналам всегда присутствует постоянный компонент в виде шумов и искажений. Последние изменяют суть сообщения и затрудняют его перемещение.

Таким образом, и процесс создания сообщения, и его интерпретация являются творческими, поскольку каждый адресат интерпретирует в себе сообщение исходя из его особенностей, внешних и внутренних факторов. Интерпретация может в определенном смысле считаться посттворчеством, какое, однако, не следует процессуально за актом творчества, но относится к облику сотворенного произведения и имеет целью воплотить его с индивидуальным осмыслением.

Ситуации полного совпадения заложенного значения сообщения и созданного на его основе смысла адресатом почти невозможны, как и совпадения интерпретации одного и того же сообщения разными туристами-интерпретаторами. Здесь важны и пресуппозиция (предварительные знания и опыт интерпретатора, позволяющие понять смысл сообщения), а также установки и ожидания участников дискурса, уровень информационной насыщенности и нагрузки. Поэтому тщательная подготовка сообщения и проработка «внекоммуникационного мира» его интерпретации являются очень важными для достижения близости результатов означения и осмысления как итога коммуникаций.

Сообщение реализует определенную коммуникативное намерение, задачу:

- сообщить, констатировать (описание);
- рассказать, изобразить (повествование);
- сравнить, резюмировать, обобщить (определение, объяснение);
- обосновать, доказать, опровергнуть, разоблачить (аргументация, рассуждение);
- побудить, просить, приказать (инструктаж) и др.

Сообщения строятся из высказываний, которые объединяются в семантико-структурные блоки. Важную роль играет высказывание-зачин. Почти все сообщения имеют функционально-стилевой тип (художественный, научный и др.) и выражают значения через вербальные и невербальные средства (например, эмодзи, жесты, тоны, паузы и др.).

Содержательная информация бывает:

- фактологическая, соответствующая эмпирическому уровню познания;
- концептуальная и гипотетическая, соответствующая теоретическому уровню познания;
- методическая, заключающая в себе описание способов и приемов усвоения информации;
- эстетическая, связанная с категориями оценочного, эмоционального, нравственно-этического плана;
- инструктивная, содержащая ориентацию на определенные действия.

Каждое сообщение как цельное произведение оценивается по целому комплексу критериев. Основными составляющими этих критериев являются: 1) информационно-структурные качества; 2) тональные (стилистические) качества текста. В разряд информационных и структурных качеств текста включаются: логичность (логики действительности, логики мысли и логики речевого выражения); связность и цельность; точность (ситуативная и по отношению к раскрываемой цели, образу); ясность, понятность, доступность. К тональным (стилистическим) или литературным качествам относятся: правильность речи; чистота речи; культура речи.

Понимание сообщения обеспечивается контекстом, которые можно разделить на следующие виды: экзистенциальный, ситуативный («здесь – теперь – я – система»), культуры и психологический (накопленного в человеке), лингвистический (вербальный, интеллектуальный аспект), паралингвистический (невербальные средства – эмоциональный аспект), экстралингвистический (когда разные единицы языка соединяясь создают

конкретный смысл). Контекст формируется в виде фреймов – ментальная структура, существующая в сознании человека, основанная на вероятностном знании о типических ситуациях, ожиданиях по поводу свойств и отношений реальных объектов. Сценарий содержит последовательность событий, обусловленных повторяющейся ситуацией.

Основными каналами воздействия сообщений на адресата являются:

- Сенсорный. Ориентирован на сенсорные системы человека: зрение, звук, осязание, вкус, запах и др.;
- Эмоциональный и чувственный;
- Мыслительный (когнитивный), обращается к интеллекту адресата;
- Операционный (действие), направлен сферы поведения, образа жизни, взаимодействий и т.д. адресатов;
- Отношений, связей. Направлен на области принадлежности адресатов к каким-либо социальным группам, явлениям и т.д.

Таким образом, упрощенно означивание туристских активов для сообщения туристам-интерпретаторам можно осуществлять в рамках следующих основных этапов:

- 1) познания туристских активов: сбора информации и сообщений (в том числе о текущих вариантах их использования, традиционного восприятия), их интерпретация (осмысление) внутри автора-интерпретатора;
- 2) исследование потенциальных туристов (тех, кто потом будет интерпретировать полученную от нас целевую информацию), в т.ч. их сегментирование;
- 3) исследование внешней среды (в том числе конкурентов) и трендов;
- 4) оценка конкурентных позиций вариантов интерпретации туристских активов и их дальнейшего использования;
- 5) выбор ниши и концептуального ядра означивания;
- 6) определение каналов передачи информации;
- 7) формирование концепции интерпретации активов в рамках планируемой стратегии их использования;

- 8) проработка внекоммуникационного мира интерпретации;
- 9) разработка сообщения;
- 10) разработка атрибутики;
- 11) передача сообщения по каналам;
- 12) реализация, контроль и внесение корректировок;
- 13) оценка результатов.

3. Определение целевой аудитории ценностного предложения формируемых объектов туристического показа

Определение целевой аудитории является важным этапом создания на базе объектов туристического показа туристского продукта (маршрута). 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).

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).



Рисунок 4 – Атрибуты сегментации целевой аудитории

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).

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 отсека лишнего 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 переключения 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 критериям⁶:

- 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, предопределяющим сходство их реакции на коммерческое предложение;

⁶ по Щипкову В.И.

- 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»⁷. Немного ее усовершенствовав, можно выделить следующие вопросы, на которые необходимо дать ясные и конкретные ответы:

- (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)?

⁷ вопросы М. Шеррингтона

- (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 marketing⁸.

Шаг 11. Тестирование корректности и верного понимания выделенных сегментов и разработанных портретов посетителей в ходе пробных мероприятий 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. 5).

⁸Passport. Paul. URL: <https://www.nbtc.nl/nl/home/artikel/persona-upperclass-paul.htm>



Рисунок 5 – Составляющие определения ценностного предложения

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



При разработке ценностного предложения рекомендуется учитывать его ключевые компоненты (см. рис б).

4. Подбор организуемых видов деятельности посетителей при формировании объектов туристического показа.

Следующим логическим шагом должен стать выбор видов деятельности (мероприятий), которые ПО НПТ способно 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 7.



Рисунок 6 – Ключевые компоненты сильного ценностного предложения по М.Шульцу и Д.Дорру

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.

По итогам в совокупности нужно сформировать *предварительный ассортимент товаров и услуг* ПО НПТ для посетителей. При этом необходимо четко определиться с типом производства (единичное, серийное или массовое), будущими мощностями по работе с посетителями, их распределением по времени. Все это напрямую влияет на качество обслуживания посетителей, стоимость и цену продуктов и услуг, необходимые к привлечению факторы производства.

5. *Функциональное зонирование территории потенциальных объектов научно-популярного туризма.*

Туристское функциональное зонирование территории является одним из базовых и широко распространенных подходов к пространственному управлению и организации туризма. Выделение туристских функциональных зон и их применение в практике позволяет в пределах конкретных территорий (в том числе потенциальных объектов научно-популярного туризма) определять виды разрешенных и запрещенных, ограничиваемых или стимулируемых видов деятельности, уровни их интенсивности, характер содержания. Тем самым обеспечивается достижение ПО НТО целей туристской деятельности, управляемость и результативность формируемых туристского опыта и впечатлений посетителей, их безопасности, требуемое пространственное разграничение основной деятельности организации и туристской деятельности, формирование планировочной структуры развития территории и инфраструктурное обустройство, сохранение природы и культурного наследия, а также управляемость туристских потоков, формируемых услуг и продуктов, эксплуатации объектов, отношений между заинтересованными сторонами, видами деятельности и земле- и ресурсопользования (в том числе уменьшая или снимая противоречия, конфликты между ними и усиливая синергию) и др.

Под *туристской функциональной зоной* будем понимать документально ограниченное пространство, для которого определены размеры и границы, регламенты назначения и виды использования в

туристских целях. Следовательно, *туристское функциональное зонирование* – комплекс мероприятий по выявлению, делимитации и установлению взаимосвязей в пространстве туристских функциональных зон.

Туристские функциональные зоны могут различаться по площади (размерам), назначению и функциям, хронологическим параметрам (например, временные, эпизодические и постоянные), локализации (моноцентрические, полицентрические, линейные) и т.д.

Функциональное зонирование должно опираться на принципы, многие из которых выработаны общей и частной практикой годами. К основным относятся:

–обеспечение баланса целей деятельности объекта, принимающего посетителей, и потребностей непосредственно посетителей;

–обеспечение устойчивого развития ПО НПТ и прилегающих территорий на основе территориального планирования;

–обеспечение сбалансированного учета экологических, экономических, социальных и иных факторов;

–обеспечение преемственности и развития ранее принятых предложений о зонировании территории ПО НПТ во вновь разрабатываемой документации по его зонированию;

–учет сложившейся ситуации на территории (аттракций, застройки, инфраструктуры, основных элементов планировочной структуры, обеспечение их реконструкции и развития на основе рационального природопользования и ресурсосбережения);

–выделение зон с ограничениями деятельности, установленными законодательством РФ и специальными нормами и правилами в области безопасности территорий и их защиты от воздействия чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, охраны окружающей природной среды, охраны недр, экологической безопасности и санитарных правил, сохранения объектов историко-культурного наследия и особо охраняемых природных территорий;

- обеспечение безопасности участников туристских процессов, персонала предприятия;
- учет потребностей и особенностей туристов;
- выделение территориальных зон с учетом относящихся к ним ограничений деятельности, ресурсного потенциала, определения функционального назначения и интенсивности использования территорий, исходя из государственных, общественных и частных интересов;
- определение зон с учетом сложившейся системы базового (нетуристского) зонирования территории (в том числе градостроительного);
- определение для каждой зоны регламента, устанавливающего совокупность видов и условий использования земельных участков и иных объектов, а также допустимого их изменения;
- установление правового режима для каждой зоны в расчете на его применение в равной мере ко всем расположенным в ней земельным участкам, иным объектам;
- установление дополнительных требований к отдельным объектам недвижимости, расположенным в зонах, градостроительная деятельность в которых подлежит особому регулированию;
- увязанность границ зон с административными границами, красными линиями, полосами отвода, границами основных землевладений и землепользований и т.п.;
- обеспечение связности и комфорта передвижения по территории;
- создание атмосферы гостеприимства, комфорта и безопасности;
- сохранение аутентичности и идентичности территории;
- учет условий строительства на территории;
- гибкости и адаптивности. Подразумевает, что территории могут быть легко приспособлены к потенциальным изменениям экономических и социальных условий, запросов и потребностей заинтересованных сторон;
- ответственность и др.

В связи с многообразием видов туристской деятельности набор функциональных зон конкретных территорий (в том числе учитывающих их конкретную специфику) может очень сильно различаться. Рассмотрим основные типы туристских функциональных зон.

Зона входа-выхода. Выступает «воротами» территории, пунктом старта (входа) и финиша (выхода) посещения объекта. Обычно здесь наблюдаются максимальные концентрация и количество посетителей, уровни и спектры деятельности, насыщенность разнообразными объектами инфраструктуры и сервисами: входная группа (входы, кассы и т.п.), визит-центр, информационные стенды, ТИЦ, автомобильные стоянки, санитарные узлы, сувенирные ларьки и магазины, медпункты, объекты питания, прокат, камеры хранения, площадки для сбора групп, ожидания и отдыха, банкоматы, торговые киоски и многое другое.

Данная зона является ключевой в организации туризма: дает первоначальное понимание концепции объекта посещения и его туристского продукта, формирует потребительские ожидания и настрой, а на выходе – законченные впечатления и воспоминания (в том числе через сувенирную продукцию и завершенные нарративы), информирует о требованиях и правилах поведения и безопасности, обеспечивает вопросы просвещения, дает исходную и заключающую информацию об объекте посещения и т.д.

Закрытая производственная зона включает в себя территории и объекты, задействованные в базовой промышленной, научной и научно-технологической деятельности предприятия, доступ к которой туристов и экскурсантов закрыт.

Охраняемая зона (в том числе заповедные) включает в себя территории и объекты природного и культурного наследия, требующие особой охраны.

Зона аттракций является целевой для посетителей, поскольку включает в себя объекты интереса туристов. Наряду с целевыми объектами сюда могут быть отнесены и иные аттракции (дополнительные, сопутствующие, навязанные и т.п.), интерес к которым формируется

целенаправленным или случайным образом уже в рамках посещения территории.

Жилая зона ориентирована на предоставление услуг размещения и временного проживания туристов. На базе основных услуг в данной зоне могут предоставляться и иные: питания, лечебно-оздоровительные и др. Объектами размещения могут выступать гостиницы, санатории, кемпинги, глемпинги, гостевые дома и т.д.

Административно-хозяйственная зона необходима для обеспечения функционирования объекта, к ней могут быть отнесены хозяйственные площадки, административные сооружения, служебно-хозяйственная автомобильная стоянка, помещения медпомощи, складские помещения и др.

Сервисная зона направлена на предоставление дополнительных к целевым коммерческих сервисов для туристов, связанных с питанием, прокатом снаряжения, оборудования и индивидуальных средств передвижения, продажей сувениров и иных товаров, развлекательными, физкультурными, лечебными, оздоровительными услугами и др.

Зона массовых мероприятий создается для целей мероприятий, с участием большого количества посетителей (праздников, гуляний, концертов и т.п.).

Техническая зона выполняет обеспечивающие функции, включает в себя 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.

Зона озеленения представляет собой объект благоустройства территории, который может выполнять защитные, санитарно-гигиенические, реставрационные и реконструкторские функции, рекреации и отдыха посетителей.

Зона резерва (запаса) включает в себя территории объекта, которые в текущий момент не получили своего функционального назначения и не используются в хозяйственных и иных целях, однако в дальнейшем могут быть использованы для этого.

В зависимости от специфики объекта, целей и ситуации может выделяться и множество других функциональных зон: санитарно-бытовая, деловых мероприятий, благоустройства, культурно-досуговая, «тихого» отдыха и рекреации, просвещения и обучения, детская, научно-исследовательская, экспозиционная, прогулок и мн. др.

Последовательность функционального зонирования территории может сильно различаться в зависимости от специфики территории, поставленной цели и иных факторов. К базовым этапам туристского функционального зонирования территории ПО НПТ можно отнести:

Этап 1. Определение и формулирование исходной концепции, замысла развития туризма в пределах зонлируемой территории, которые должны указывать направление движения, формировать целевое будущее. Однако данные положения не должны иметь детализированного и жесткого характера, должны быть податливы к корректировке, адаптивны в рамках последующих этапов под влиянием рациональных фактов реальности. Возможна и обратная ситуация, когда концепция, замысел на первоначальном этапе отсутствуют и формируются уже в рамках процесса планирования развития территории отталкиваясь от её познания, выявленных интересов заинтересованных сторон и возможностей их балансирования, а также факторов и условий её развития.

Этап 2. Инвентаризация. На данном этапе осуществляется систематизированный комплексный сбор информации о территории и ее объектах, имеющих значение для зонирования: их наличие, локализация, конкретные свойства. Вся информация обязательно привязывается к картам и схемам. Основными направлениями инвентаризации являются:

– географическая обстановка;

– действующие документы территориального планирования и нормативная документация, в том числе заложенные на их основе конкретные действующие регламенты на территории (в том числе зонирование). Здесь необходимо иметь в виду, что туристское функциональное зонирование в большинстве случаев должно опираться (исходить из них) и быть частью комплексной системы территориального планирования территории;

– действующие документы стратегического планирования (стратегии, программы, планы и т.п.) развития территории (как непосредственно ПО НПТ, так и внешней – как фактора и среды), содержащие цели, приоритетные направления, сценарии и т.д. развития территории;

– экологическая ситуация, уязвимые объекты;

– туристские ресурсы и условия (аттракции, инфраструктура и т.д.);

– текущая система ресурсопользования (в том числе использования земель);

– источники угрозы безопасности туризма и др.

Этап 3. Диагностика и ориентировка. Проводится анализ и оценка туристского потенциала территории и ее объектов с пространственной привязкой.

Этап 4. Ранжирование и формирование иерархии объектов интереса туристов («точек» притяжения туристов) территории зонирования по аттрактивности. На данном этапе должно быть сформулировано понимание о целевых аттракциях, ради которых территорию посещают или будут посещать туристы, а также дополнительных, сопутствующих и иных аттракциях, имеющих подчиненный характер относительно целевых.

Этап 5. Установление иерархии входов на территорию. Для формирования каркаса функционального зонирования территории необходимо определить основной и второстепенные входы-выходы с территории. Иерархия входов-выходов должна опираться на уровни пропускной способности, загруженности и значимости объектов

транспортной инфраструктуры, наличие и размер населенных пунктов (как потенциальных поставщиков туристов) вблизи входов-выходов. Для этого рекомендуется:

- сформировать перечень объектов транспортной инфраструктуры, по которым осуществляется или будет осуществляться прибытие и отбытие туристов (например, автомобильные дороги, вертолетные площадки, водные пути, маршруты общественного транспорта);
- выделить главный и второстепенные объекты транспортной инфраструктуры по уровню их потенциала доставки туристских потоков;
- расположить главный вход на территорию в непосредственной близости от главного объекта транспортной инфраструктуры;
- установить зону входа-выхода (приветственную) у главного входа на территорию;
- расположить второстепенные входы на территорию в непосредственной близости от второстепенных объектов транспортной инфраструктуры.

Этап 6. Определение участков с ограничениями. В первую очередь отделяются производственные территории, по тем или иным причинам закрытые для посещения туристами. Кроме того, с нормативных позиций необходим учет категории земель участка по целевому назначению (согласно ст. 7 Земельного кодекса РФ, для лесов, водных и воздушных пространств необходимо руководствоваться соответствующими кодексами) и вида его разрешенного использования, поскольку назначаемые функции туристских зон не должны противоречить регламентам землепользования. Обязательно необходим учет зон с особыми условиями использования территорий (см. ст. 105 Земельного кодекса РФ). Отдельно требуется работа по выявлению и определению участков природы и культуры, уязвимых со стороны туристской деятельности, объектов, несущих недопустимые или высокие риски для безопасности туризма. Ограничения могут возникать и определяться и на основе интересов местных сообществ.

Таким образом, в рамках этапа формируется карта ограничений, содержащая в себе информацию о таких участках, как:

- исключаемых из туристского функционального зонирования, поскольку соответствующая деятельность там запрещена;

- исключаемых из туристского функционального зонирования, поскольку соответствующая деятельность может нанести территории и ее объектам непоправимый ущерб;

- исключаемых из туристского функционального зонирования, поскольку соответствующая деятельность может нести недопустимые риски для безопасности туристов;

- строго регламентированного использования, связанного с ограничениями правового характера и др.

Этап 7. Формирование эскизной схемы системы путей (в том числе троп и маршрутов) передвижения по территории, связывающей пункты посещения (входы, выходы, аттракционы, объекты сервиса и т.д.) и обходящей участки, исключаемые из использования в туристских целях.

Этап 8. Осмысливания планируемых к формированию туристских впечатлений и опыта, туристских продуктов и сервисов территории как в целом, так и по ее отдельным участкам.

Этап 9. Формирование эскизной схемы расположения аттракционов, объектов инфраструктуры, сервисов и т.д.

Этап 10. Осмысливание эскизной схемы территории с позиций устойчивости отдельных участков и объектов к негативным воздействиям со стороны туристской деятельности. Проводится повторное осмысливание рациональности расположения аттракционов, объектов инфраструктуры, сервисов и т.д. относительно уязвимых (экономически, экологически, социально, к разным видам поведения посетителей и т.д.) к туристским воздействиям участков и объектов, существующей системы зонирования территории. Определяются: существуют ли между ними реальные или потенциальные конфликты; могут ли меры управления гарантировать, что

воздействия посетителей не будут выходить за пределы стандартов (уровней воздействия и разрешенных видов деятельности); совместима ли действующая система зонирования с тем, что планируется осуществлять на территории и предлагать посетителям.

Этап 10. Осмысление эскизной схемы территории с позиций грамотности планируемых программ посещения, маршрутов, продуктов и сервисов.

Этап 11. Разработка проекта карты локализации базовых объектов в пределах территории.

Этап 12. Выявление и отграничение отдельных туристских функциональных зон. На данном этапе производится поиск, распознавание и отграничение на карте туристских зон. При этом каждая зона выявляется и ограничивается отдельно, без оглядки на остальные.

Этап 13. Делимитации туристских функциональных зон. На данном этапе производится согласование местоположения границ отдельных отграниченных между собой зон и получение сводной карты с сеткой зонирования территории. Здесь обязательна увязка границ зон с административными границами, красными линиями, полосами отвода, границами землевладений и землепользований и т.п. Процесс согласования является долгим и трудным, требует принятия волевых решений на основе подробного изучения территории, так как во многих случаях отграниченные зоны на карте перекрываются или же между ними выявляются пустоты. При этом подобные участки могут достигать значительных размеров. Однако работа с данными несогласиями является очень полезной в целях повышения качества зонирования территории.

Этапы с 7 по 13 нередко осуществляются параллельно несколькими командами, с последующим сопоставлением полученных карт зонирования территории и разработкой интегральной карты зонирования. Данный подход позволяет выявить альтернативные варианты зонирования территории, выявлять ошибки и «сильные» решения, повышает качество зонирования.

Этап 14. Рефлексии и внесения корректив. В рамках этапа осуществляется комплексная рефлексия полученного туристского функционального зонирования территории. При этом к процессу подключаются не только проектировщики, но и будущие исполнители по конкретным участкам и объектам (так как именно им в дальнейшем работать с результатами зонирования). Очень ценным инструментом этапа являются общественные слушания (в том числе внутри коллектива ПО НПТ), учет интересов и отношения к полученному зонированию заинтересованных сторон. Рефлексия и внесение корректив обычно производится в несколько итераций – до момента согласия с результатом совокупности участников (всех, ключевых, большинства и т.п.) или принятия волевого решения со стороны лица, уполномоченного на это.

Этап 15. Разработка окончательной схемы зонирования с подробным описанием выделенных туристских функциональных зон.

Этап 16. Разработка и принятие регламентов (правил, положений и иных документов), устанавливающих совокупность видов и условий использования земельных участков и иных объектов выделенных зон, а также их допустимых изменений.

Отдельно отметим, что туристское функциональное зонирование территории как результат представляет собой нормативный документ. В связи с этим выделяются дополнительные формальные этапы, не указанные выше: на начальной стадии к ним относятся мероприятия по инициации функционального зонирования, а на окончательном – закрытия (предварительные и окончательные согласования, утверждение документа и т.п.) и передачи результатов в практическое операционное использование исполнителям.

Сформированное зонирование территории не является неизменным в дальнейшей деятельности, периодически оно должно пересматриваться и актуализироваться чтобы соответствовать установленным целям и задачам, а также изменяющимся реалиям действительности.

Еще раз подчеркнем, функциональное зонирование является основой для организации на объектах научно-популярного туризма, поскольку формирует пространственный каркас организации туристской деятельности на территории ПО НПТ.

6. Подбор туристической инфраструктуры при формировании объектов туристического показа.

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

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 формировании объектов

туристического показа как раз и должен это обеспечивать. Понимание этого максимально рационализирует и оптимизирует использование факторов производства ПО 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 ПО НПТ, однако благодаря 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 ПТ НПТ можно воспользоваться примерами, представленными на рисунке 8.

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.



Рисунок 8 – Примеры объектов туристической инфраструктуры

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 ПО 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.

Итоговый вариант необходимой инфраструктуры формируется только по результатам проектирования и формирования туристских маршрутов и программ.

Для этих целей ПО НПТ могут использовать следующие основные подходы:

1) включение на договорной основе в реализуемые туроператорами туристские маршруты и программы – включение в действующие производственно-технологические цепочки;

2) планирование новых туристских продуктов туроператором на договорной основе совместно с партнерами (ПО НПТ) – создание новой маршрутной цепочки в рамках интеграции;

Рассмотрим несколько примеров действующих на сегодняшний день маршрутов научно-популярного туризма, построенных на интеграционном взаимодействии включенных в них образовательных и научных организаций.

Обратим особое внимание, что при планировании маршрутов научно-популярного туризма соотношение научной и культурно-развлекательной составляющей маршрута должно быть представлено соотношением не менее 70% к 30%.

Таблица 3. Маршруты научно-популярного туризма.

Путешествие в науку. Дубна (Московская область) продолжительность 1 день (https://scienceid.net/tourism/3/53/24)		
Целевая аудитория	Программа тура	Описание тура
Минимальный возраст: 12 лет	1. Институт Ядерных Исследований (ОИЯИ): - посещение интерактивной выставки «Базовые установки ОИЯИ»; - посещение Музея истории науки и техники ОИЯИ.	Основные научные проекты и направления исследований Института История ОИЯИ и новые проекты института
	2. Университет г. Дубна	Опыты и экскурсии по лабораториям физики, химии, геологии.
Путешествие в науку. Научный Новосибирск продолжительность 4 дня (https://scienceid.net/tourism/1/57/48)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Планетарий	Знакомство с обсерваториями и особенностями астрономических наблюдений
	2. День в Академгородке	Посещение Государственного научного центра вирусологии и биотехнологии «Вектор» Посещение Института ядерной физики Посещение Новосибирского Государственного университета Посещение Научно-исследовательского института цитологии и генетики
	3. Сибирский научно-исследовательский институт им. С.А. Чаплыгина. Учебный центр Западно-Сибирской железной дороги	Посещение Сибирского научно-исследовательского института им. С.А. Чаплыгина Посещение Учебного центра Западно-Сибирской железной дороги. Профессиональные пробы на тренажёрах ТУ-7 и ТУ-10, полностью идентичных кабинам машинистов тепловозов
	4. Новосибирский зоопарк. Центр океанариума и морской биологии	
Путешествие в науку. Калининград Продолжительность 4 дня (https://scienceid.net/tourism/1/43/25)		
Школьники, студенты Минимальный возраст: 10 лет	1. Калининград	Лаборатория нанотехнологий БФУ им. Иммануила Канта Посещение Кафедрального собора, VR-экскурсия «Сквозь время» Музей инклюзов "50 Миллионов лет"

	2. Зеленоградск	Музей Атлант НИРО (современные лаборатории по изучению аквакультур) Обзорная экскурсия по Зеленоградску
	3. Куршская коса	Станция кольцевания птиц "Фрингилла" Эко-тропа "Танцующий лес" Высота Эфа
	4. Калининград	Институт океанологии Экскурсия на Научно-исследовательское судно «Витязь» Музей Мирового океана
	5. Янтарный - Светлогорск	Посещение карьера по добыче янтаря Посещение выставки "Люди моря"
Путешествие в науку. Санкт-Петербург продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/1/79/31)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Первый медицинский университет имени ак. И.П. Павлова	Экскурсия по городу Экскурсия «ПСПБГМУ имени ак. И.П. Павлова»
	2. Адмиралтейские верфи, ледокол "Красин", Музей "Вселенная воды"	Экскурсия по предприятию «Адмиралтейские верфи» Посещение экспозиции на ледоколе «Красин» Посещение экспозиционно-выставочного комплекса «Вселенная Воды»
	3. Планетарий, Музей связи, Музей Арктики и Антарктики	Посещение Планетария №1, который расположен в здании старинного газгольдера Посещение музея связи Посещение музея Арктики и Антарктики
Путешествие в науку. Московские университеты: РОСБИОТЕХ продолжительность 1 день (https://scienceid.net/tourism/1/78/43)		
Минимальный возраст: 10 лет	Фабрика «СВОБОДА» - РОСБИОТЕХ	Автобусная экскурсия «Москва научная» Экскурсия на фабрику «СВОБОДА» с мастер-классом Экскурсия в Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ) с мастер-классами
Путешествие в науку. Московские университеты: естественные науки продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/78/41)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	Знакомство с географическим и геологическим факультетами Мастер-класс по геологии
	2. Посещение парка «Зарядье» и смотровой площадки	

	3. Фабрика «СВОБОДА» - РОСБИОТЕХ	Экскурсия на фабрику «СВОБОДА» с мастер-классом Экскурсия в Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ) с мастер-классами
Путешествие в науку. Москва космическая продолжительность 4 дня (https://scienceid.net/tourism/1/78/34)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Москва. Медиа-центр Зарядья - Московский планетарий	Автобусная обзорная экскурсия «Москва - космическая» Прогулка по Красной площади Посещение парка «Зарядье» и смотровой площадки Посещение медиацентра с просмотром фильма «Гагарин. Лейтенант неба» Экскурсия в Московский планетарий
	2. Город Королев	Экскурсия в Центр управления полетами АО «ЦНИИмаш» Экскурсия в музей «Космонавтики» Пешеходная экскурсия по «Аллее Космонавтов» Прогулка по Выставке достижений народного хозяйства
	3. Москва. Московский авиационный институт	Экскурсия в Московский авиационный институт Посещение лаборатории на базе орбитальной станции «Алмаз» Посещение лаборатории космонавтики им. академика В.П. Мишина Музей МАИ
	4. Звездный городок	Экскурсия в «Центр подготовки космонавтов имени Ю. А. Гагарина» Посещение Останкинской телебашни. «Панорама Москвы 360»
Амурская область. Путешествие в науку. Космодром Восточный продолжительность 5 дней (https://scienceid.net/tourism/1/32/26)		
Минимальный возраст: 14 лет	1. город Благовещенск	Обзорная экскурсия по городу, пешеходная прогулка по набережной с видом на Китайский город Хэйхэ
	2. город Благовещенск	Посещение ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет» (космическая программа, в ходе которой экскурсанты не только узнают как строят спутники, но побывают в центре управления полетами и смогут пообщаться в реальном времени с космонавтами на орбите) Лаборатория процессов и аппаратов химической технологии (знакомство с современными лабораторными

		комплексами и установками процессов нефте- и газопереработки)
	3. город Циолковский	Технический комплекс. Монтажно-испытательный корпус ракет-носителей. Монтажно-испытательный корпус космических аппаратов. «Стартовый комплекс «Союз» Обзорная экскурсия в г. Циолковский, посещение музея Космонавтики в г. Циолковский.
	4. город Свободный	Посещение Амурского газоперерабатывающего завода
Иркутская область. Путешествие в науку. Живая геология Ольхона (https://scienceid.net/tourism/1/42/62)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Малое море	ужин в кафе бурятской кухни, лекция об истории тракта, о местном населении, об освоении острова Ольхон человеком
	2. Остров Ольхон. Иркутск	
Иркутская область. Путешествие в науку. Научно-познавательный тур по льду Байкала: Погружение. Зимняя версия, продолжительность 9 дней (https://scienceid.net/tourism/1/42/58)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. город Иркутск	Обзорная экскурсия по городу Большой Иркутский планетарий
	2. пос. Листвянка	Посещение Байкальского музея СО РАН Знакомство с озером Байкал и его исследователями Выезд до самой высокой точки Листвянки — камня Черского, названного в честь великого исследователя Сибири Посещение Байкальской астрофизической обсерватории (БАО) Института солнечно-земной физики СО РАН
	3. Тажеранская степь, Малое море	Экскурсия об освоении Якутского тракта, разнообразии ландшафтов и степей Посещение мраморного карьера Небольшое восхождение на священную гору, где древний человек рассказал о своей жизни в рисунках на скалах Долина каменных духов Малое море
	4. Лед Байкала	Мыс Кобылья голова мыс Хоргой остров Хубын

		остров Огой мыс Уюга Посещение Сарминского ущелья в сопровождении лектора
	5. Ольхон. Мыс Хобой	Экскурсия на Хивусе по льду на самый северный мыс острова — Хобой
	6. Свободный день	
	7. Тункинская долина, Республика Бурятия	Экскурсия по обсерваториям разных институтов. Знакомство с установками гамма-обсерватории Taiga Геофизическая обсерватория Института солнечно-земной физики СО РАН Посещение обсерватории РАО «Бадары» (Института прикладной астрономии РАН) Посещение курортного поселка Аршан
	8. Поселок Монды на границе с Монголией	Посещение Хоойморского дацана «Бодхидхаарма» Саянская обсерватория (на высоту около 2 000 м). Экскурсия в сопровождении лектора по башням с телескопами как действующим, так и устаревшим
Путешествие в науку. Иркутск Продолжительность 5 дней (https://scienceid.net/tourism/1/42/29)		
Минимальный возраст: 14 лет	1. Иркутск	
	2. Иркутск - Листвянка	Посещение Иркутского национального исследовательского технического университета
	3. Бугульдейка	в сопровождении гида и научного сотрудника посещение центральной части Байкала - Малого Моря
	4. Иркутск	Музей кварцсамоцветов Музей – ледокол Экскурсия по городу
Калужская область. Путешествие в науку. Обнинск – Калуга продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/44/27)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. город Обнинск	посещение ГНЦ РФ ФЭИ отраслевого мемориального комплекса – Первая в мире Атомная электростанция полезной мощностью 5000 киловатт, запущенная в 1954 году ИАТЭ НИЯУ «МИФИ» (Научно-

		экскурсионная программа по институту с посещением музея АЭС, факультетов и лабораторий)
	2. город Калуга	Музей истории космонавтики имени К.Э. Циолковского Экскурсия в планетарий Художественный Музей мусора МУ-МУ
Краснодарский край. Путешествие в науку. Сочи. продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/2/26/22)		
Минимальный возраст: 7 лет	1. Сочи - Сириус - Олимпийский парк	НИИ Приматологии Парк науки и искусств «Сириус» Изучение космической экспозиции и посещение легендарного Бурана Изучение Олимпийского наследия Сочи
	2. Сочи	Экскурсия по исторической части города Сад-музей «Дерево Дружбы» Лаборатории Субтропического научного центра Арт-галерея «Форт»
	3. Красная Поляна	Ущелье Ах-Цу Водопад Поликаря Вольерный комплекс Кавказского государственного природного биосферного заповедника. Культурно-этнографический комплекс «Моя Россия»
Краснодарский край. Путешествие в науку. Адлер и Федеральная территория Сириус продолжительность 1 день (https://scienceid.net/tourism/1/26/36)		
Минимальный возраст: 11 лет	1. НИИ медицинской приматологии - Олимпийский парк - Парк науки и искусств "Сириус"	Программа включает знакомство с НИИ Медицинский институт приматологии, парком науки и искусства "Сириус" и взгляд на олимпийское наследие с точки зрения ученых и инженеров
Красноярский край: посещение научных, промышленных и природных объектов продолжительность 5 дней (https://scienceid.net/tourism/1/27/13)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Красноярск	Красноярский Академгородок и экскурсии в Институты Федерального исследовательского центра «Красноярский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук» (Институт Физики им Л. В. Киренского и его музей, Институт Леса им. В. Н. Сукачева и Дендрарий, Институт Биофизики, Институт химии и химической

		технологии, Институт вычислительного моделирования). Лекции ведущих ученых ФИЦ КНЦ СО РАН о проводимых исследованиях. Знакомство с оборудованием и возможностями Красноярского регионального центра коллективного пользования.
	2. Красноярск	Красноярский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук» Предприятие «Красцветмет» Предприятие «Красноярский алюминиевый завод» – второй крупнейший алюминиевый завод в мире
	3. Красноярск	Посещение Красноярской гидроэлектростанции (второй по мощности в РФ) с экскурсией по Красноярскому водохранилищу на реке Енисей
	4. Красноярские Столбы	Посещение национального парка «Красноярские Столбы» с научным экскурсоводом
Путешествие в науку. Да будет свет! Нижегородская область. продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/55/50)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. Дзержинск	Дзержинские электрические сети Шуховская башня история и архитектура Обзорная экскурсия по городу Дзержинск
	2. Нижний Новгород	Обзорная экскурсия по Нижнему Новгороду Кванториум Центр атомной энергии Технический музей
Путешествие в науку. Нижний Новгород продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/1/55/30)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. Нижний Новгород	Обзорная экскурсия по городу. "От закрытого Горького до открытого Нижнего" Физический факультет Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского (ННГУ). Экскурсия и мастер-класс Музей «Нижегородская радиолaborатория» Экскурсия "Начало Нового" объекты, обновленные к 800-летию города Посещение планетария 3600,

		Вечерняя игра "Нереальное реально". Зачем нам VR и почему это не только про игры?
	2. Чкаловск	Квест по мемориальному дому-музею Валерия Чкалова Музей скоростей, 3D-фильм "Скорость: Чкалов и Алексеев" Экскурсия "Вектор скорости" с посещением "секретной базы" ЦКБ по СПК им. Р. Е. Алексеева
	3. Пешелань – Арзамас	Экскурсия в Музей горного дела геологии и спелеологии, находящийся в действующей гипсовой шахте на глубине 70 м под землей (экипировка, инструктаж, спуск под землю, прохождение по территории шахты, знакомство с экспозициями Музея) Выставочный центр "Афоня". Посещение выставки и знакомство с народными промыслами Нижегородской области, магазин сувенирной продукции Обзорная экскурсия по Арзамасу
Научно-популярная экскурсионная экспедиция в Оренбургскую область «Атмосфера неизведанной степи» продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/1/59/19)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Оренбург	Автобусно-пешеходная обзорная экскурсия по городу. Оренбург – степная столица России Посещение единственного в России Института степи Уральского отделения Российской академии наук Посещение Оренбургского регионального отделения Русского географического общества
	2. Оренбургская область	Заповедник «Оренбургский» (Центр реинтродукции лошади Пржевальского) Экскурсию по экологической тропе «Бандитские горы»– увлекательное путешествие по просторам настоящей целинной степи
	3. Оренбург	Посещение Оренбургского губернаторского историко-краеведческого музея
Пермский край. Путешествие в науку: В поисках пермского периода продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/28/56)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. Пермский Политех. Ботанический сад	Обзорная автобусная экскурсия по городу с посещением Музея пермских древностей Посещение Пермского

		<p>национального исследовательского политехнического университета (Пермский Политех) и геологического музея.</p> <p>Экскурсия в Пермский государственный национальный исследовательский университет и посещение ботанического сада</p> <p>Экскурсия в Пермский научно-образовательный центр мирового уровня «Рациональное недропользование»</p> <p>Гастрономический мастер-класс с ужином</p>
	2. Кунгур. Кунгурская ледяная пещера	<p>Экскурсия «Легенды и мифы Кунгурской ледяной пещеры»</p> <p>Посещение музея карста и спелеологии, где представлены геологические исследования региона</p> <p>Обзорная экскурсия по Кунгуру</p>
Пермский край. Путешествие в науку: Пермь фармацевтическая продолжительность 1 день (https://scienceid.net/tourism/1/28/57)		
Минимальный возраст: 12 лет	Путешествие в науку. Пермь фармацевтическая	<p>Обзорная автобусная экскурсия по городу</p> <p>Экскурсия в музей Пермской государственной фармацевтической академии</p> <p>Экскурсия в анатомический музей Пермского государственного медицинского университета</p> <p>Экскурсия в Центр практических умений и навыков Пермского государственного медицинского университета</p> <p>Экскурсия в музей «Аптекарский двор»</p> <p>Гастрономический мастер-класс с ужином</p>
Пермский край. Путешествие в науку: Пермь инновационная продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/1/28/54)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. Парк науки. Пермский научно-образовательный центр	<p>Обзорная экскурсия по Перми «Город инноваций»</p> <p>Интерактивная программа в Парке науки в Пермском государственном гуманитарно-педагогическом университете</p> <p>Экскурсия в Пермский научно-образовательный центр (НОЦ) мирового уровня «Рациональное недропользование»</p> <p>Спектакль-дрейф «Location». (спектакль проходит в формате</p>

		прогулки по городу: зрители идут по маршруту и слушают в наушниках истории героев спектакля)
	2. Суксунский оптико-механический завод. Кунгурская ледяная пещера	Экскурсия на ОАО «Суксунский оптико-механический завод» РОСОМЗ Обзорная экскурсия по Кунгуру Экскурсия в Кунгурскую ледяную пещеру с лазерным фильмом
	3. Технопарк Morion Digital. Театр оперы и балета	Экскурсия в технопарк Morion Digital Лабораторные работы в зоологическом музее и ботаническом музее в Пермском государственном гуманитарно-педагогическом университете Экскурсия по закулисью Пермского театра оперы и балета
Республика Крым. Маршрут «Сады и парки Крыма» продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/2/12/4)		
Минимальный возраст: 7 лет	1. Симферополь – Алушта – Ялта	Экскурсия в Крымский природный заповедник
	2. Ливадийский парк – Ялта	Экскурсия в Ливадийский парк
	3. Ялта – Никитский ботанический сад – Симферополь	Посещение Никитского ботанического сада с проведением интерактивной экскурсии «Как рождаются цветы?»
Маршрут «Пещеры Крыма» продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/2/12/3)		
Минимальный возраст: 7 лет	1. Симферополь – Мраморная пещера – Красная пещера	Экскурсия в Мраморную пещеру Экскурсия в Красную пещеру
	2. Пещера Таврида – Парк львов Тайган – Природный комплекс Белая скала	Экскурсия в пещеру Таврида Экскурсия по сафари-парку Посещение природного комплекса Белая скала
	3. с. Родниковое	Скельская пещера – Интерактивная программа «Хочу быть спелеологом»
Свердловская область. Путешествие в науку. Наука: фундамент отечественной промышленности, продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/68/71)		
Минимальный возраст: 14 лет	1. Обзорная экскурсия «300 лет Екатеринбург!» - Предприятие Пенетрон - Технопарк - Музей истории, науки и техники Свердловской железной дороги	Обзорная экскурсия «300 лет Екатеринбург» Экскурсия на предприятие Пенетрон (объекты показа: заводская лаборатория, складской комплекс, учебный центр) Посещения Технопарка в сфере высоких технологий Свердловской области. Экскурсия и мастер классы Экскурсия в Музей истории, науки и техники Свердловской железной дороги

	2. Нижний Тагил - ЕВРАЗ-Нижнетагильский металлургический комбинат - Музей истории техники «Дом Черепановых»	ЕВРАЗ- Нижнетагильский металлургический комбинат – один из крупнейших в России металлургических комбинатов с полным производственным циклом Обзорная автобусно-пешеходная экскурсия по городу Нижний Тагил Посещение Музея истории техники «Дом Черепановых»
Свердловская область. Путешествие в науку. Екатеринбург продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/68/70)		
Минимальный возраст: 12 лет	1. Екатеринбург - Уральский геологический музей - Образовательный центр юных геологов, горняков и экологов - Смотровая площадка «Высоцкий»	Обзорная экскурсия по городу «300 лет Екатеринбург» Уральский геологический музей Горного университета Посещение образовательного центра юных геологов, горняков и экологов, который знакомит участников всех возрастов с инженерными профессиями Экскурсия: Екатеринбург с высоты птичьего полета (посещение смотровой площадки «Высоцкий», 52 этаж — на высоте 186 метров)
	2. Ботанический сад УрО РАН - Центр истории камнерезного дела имени А.К. Денисова-Уральского - Музейный комплекс УГМК - Музей «Крылья Победы»	Посещение Ботанического сада УрО РАН - головное научно-исследовательское учреждение Урала и смежных регионов Западной Сибири и Предуралья Экскурсия в Центр истории камнерезного дела имени А.К. Денисова-Уральского (мастер-класс по изготовлению изделия из камня (работа на станке, полировка изделия) Музейный комплекс УГМК – один из крупнейших в мире музеев военной и автомобильной техники и истории Музей «Крылья Победы»
Свердловская область. путешествие в науку. От космоса до атома продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/68/69)		
Минимальный возраст: 14 лет	1. Екатеринбург - Музей космонавтики и ракетно-космической техники - Смотровая площадка «Высоцкий»	Обзорная экскурсия по городу «300 лет Екатеринбург» Посещение Музея космонавтики и ракетно-космической техники АО «НПО автоматики» Экскурсия: Екатеринбург с высоты птичьего полета
	2. Коуровка - Уральская обсерватория - Туристическая база «Чусовая»	Трассовая экскурсия «Уральская обсерватория или наука о звездах» Пешая прогулка по окрестностям

		тур. базы «Чусовая» и реке Чусовой Посещение Коуровской обсерватории
Томская область. Путешествие в науку: Томск - город науки и инноваций продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/72/53)		
Минимальный возраст: 16 лет	1. Национальный исследовательский Томский государственный университет. Томский политехнический университет	Экскурсия в Национальный Исследовательский Томский государственный Университет (Экскурсия в музей истории физики, Посещение суперкомпьютерного центра ТГУ) Экскурсия по главному корпусу Томского Политехнического Университета Экскурсия в галерею "Аниматроник" Томского Политехнического Университета Вечерняя программа Квиз "Наука в Томске"
	2. Академгородок. Институт оптики атмосферы им. В.Е. Зуева СО РАН	Автобусная экскурсия в Академгородок «Город науки и инноваций» Экскурсия в Институт оптики атмосферы им. В.Е. Зуева СО РАН Экскурсия в Институт физики прочности и материаловедения СО РАН Загородная экскурсия в сельский парк "Околица"
Томская область. Путешествие в науку: Химия Томска. продолжительность 2 дня (https://scienceid.net/tourism/1/72/52)		
Минимальный возраст: 16 лет	1. Центральная научно- исследовательская лаборатория СибГМУ, Институт физики прочности и материаловедения СО РАН	Обзорная автобусная экскурсия по городу Томску с посещением места основания города и подъемом на смотровую площадку Сибирский государственный медицинский университет (Экскурсия в Центральную научно- исследовательскую лабораторию СибГМУ, Музей нормальной и патологической анатомии СибГМУ) Экскурсия в Институт физики прочности и материаловедения СО РАН
	2. Химический факультет ТГУ	Экскурсия на Химический факультет ТГУ Лаборатория экологии, генетики и охраны окружающей среды ТГУ Загородная экскурсия в сельский парк "Околица"

Чеченская Республика. Путешествие в науку. Чечня: от истории к инновациям продолжительность 3 дня (https://scienceid.net/tourism/1/21/72)		
Минимальный возраст: 10 лет	1. Грозненский государственный нефтяной технический университет - НИЦКП «Нанотехнологии и наноматериалы» - НТЦ «Зеленая энергетика»	Грозненский государственный нефтяной технический университет им. академика М.Д. Миллионщикова – уникальный, старейший нефтяной вуз России (Научно-исследовательский центр коллективного пользования (НИЦКП) «Нанотехнологии и наноматериалы»); Научно-технический центр (НТЦ) «Зеленая энергетика») Обзорная экскурсия по г. Грозный
	2. Озеро «Кезеной-Ам» - Историко-архитектурный комплекс Хой - Центральная площадка Карбонового полигона WayCarbon	Озеро «Кезеной-Ам» Экскурсия по историко-архитектурному комплексу, древнему селению стражников Хой Посещение Центральной площадки Карбонового полигона WayCarbon ЧГУ. им. А.А. Кадырова
	3. «Ханкала-Кампус» Карбонового полигона WayCarbon - Научно-технический центр «Современные строительные материалы и технологии» - Инжиниринговый центр "Карбон"	Посещение участка «Ханкала-Кампус» Карбонового полигона WayCarbon Посещение Научно-технического центра коллективного пользования «Современные строительные материалы и технологии» Института строительства и дизайна ГГНТУ Музей-ресторан «Старый город» ГГНТУ Инжиниринговый центр "Карбон" ЧГУ. им. А.А. Кадырова
Ямало-Ненецкий автономный округ Научно-познавательный туристский маршрут «Ледник Романтиков» в рамках проекта «Исследуй Полярный Урал» продолжительность 1 день (https://scienceid.net/tourism/1/85/12)		
Минимальный возраст: 14 лет	Ледник Романтиков	Маршрут проекта «Ледник Романтиков» – однодневная поездка в южную часть Полярного Урала. Протяженность маршрута составляет 83 км, активная часть – восхождение на ледник Романтиков – 10 км. Объекты посещения: площадка по изучению многолетней мерзлоты САЛМ (между г. Лабытнанги и п.г.т Харп) горный массив Рай-Из; природно-территориальные комплексы Полярного Урала (лесотундра, горная тундра, разряженная растительность осыпи и скалы), река Сось, река Енгаю, гора Чёрная

Заключение.

Развитие научно-популярного туризма направлено в первую очередь, на то, чтобы граждане Российской Федерации и прежде всего молодые люди, только начинающие свой профессиональный путь, узнали как сегодня развивается отечественная наука, увидели достижения наших разработчиков, побывали в исследовательских лабораториях и почувствовали себя настоящим.

Каждый маршрут научно-популярного туризма должен быть продуман до мелочей и призван стать настоящим приключением: туристы посещают уникальные научные объекты, многие из которых до сих пор были закрыты для широкой публики. Оригинальные программы позволяют не просто прикоснуться к науке, а ощутить себя полноценными ее участниками и погрузиться в увлекательный мир открытий и перспектив будущего. Это создаст новые точки притяжения в отечественном туризме, популяризирует науку и вовлечет в научную сферу широкую аудиторию.

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. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: КНОРУС, 2016. 396 с.
24. Методические рекомендации по разработке схем зонирования территории городов. МДС 30-1.99.
25. Миловидов В.А. От семиотики текста к семиотике дискурса: Пособие по спецкурсу. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 98 с.
26. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.
27. Педагогика: учебник для бакалавров / под общ. ред. Л. С. Подымовой, В. А. Сластёнина. М.: Издательство Юрайт, 2014. 332 с. Серия: Бакалавр. Базовый курс.
28. 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).
29. Положение о программе молодежного и студенческого туризма (утв. Минобрнауки России 04.07.2022).

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

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

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

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

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

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

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

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

38. 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».

39. СанПиН 2.2.4.548-96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений.

40. 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).

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

42. 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).

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

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

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

46. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие / Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Изд-во Юнити-Дана, 2011. 493 с.

47. Указ Президента Российской Федерации от 25 апреля 2022 г. № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий».

48. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. 448 с.

49. Федеральный закон от 09.02.2007 N 16-ФЗ «О транспортной безопасности».

50. Федеральный закон от 21.07.1997 N 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов».

51. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

52. Федеральный закон от 29.11.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

53. Федоров А. Что такое ценностное предложение. URL: <https://rocketyze.com/base/что-такое-ценностное-предложение/?ref=vc.ru> (дата обращения: 19.03.2023).

54. Шульц М., Дорр Д. Методика RAIN. Как продавать так, чтобы покупали. М.: «Манн, Иванов, Фербер», 2015.

55. Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers. Volume II: The Business of Ecotourism Management and Development. The Nature Conservancy, 2004.

56. 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.