

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ В.М. Гелецкий

« ____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг

**РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА
(НА ПРИМЕРЕ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)**

Научный руководитель _____ доцент

В.В. Тельных

Выпускник _____

М.Д. Межуева

Нормоконтролер _____

К.В. Орел

Красноярск 2020

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Разработка проекта туристско-информационного центра (на примере Манского района Красноярского края)» содержит 85 страниц текстового документа, 16 таблиц, 12 рисунков, 50 использованных литературных источников.

ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР, МАНСКИЙ РАЙОН, ТУРИЗМ, МЕРОПРИЯТИЯ.

Объектом исследования в работе являются туристско-информационные центры в России.

Предметом исследования – разработка проекта туристско-информационного центра на примере Манского района Красноярского края.

Цель работы – разработка проекта туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края.

Для реализации поставленной цели мы предполагаем, решить следующие задачи:

- 1) изучить характеристику функционирования туристско-информационных центров;
- 2) охарактеризовать условия создания туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края;
- 3) разработать концепцию проекта туристско-информационного центра на территории Манского района Красноярского края.

Методы исследования:

- а) анализ литературных и интернет источников;
- б) проведение социологического опроса;
- в) анкетирование;
- г) сравнение;
- д) обобщение;
- е) интерпретация полученных результатов;
- ё) расчетный метод.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Характеристика деятельности туристско-информационных центров на туристском рынке.....	6
1.1 Понятие и особенности туристско-информационных центров.....	6
1.2 Услуги деятельности туристско-информационных центров как неотъемлемый компонент туристского рынка	15
1.3 Анализ деятельности туристско-информационных центров в России.....	25
2 Современное состояние Манского района Красноярского края.....	38
2.1 Характеристика Манского района Красноярского края.....	38
2.2 Организация процесса исследования.....	44
2.3 Анализ социологического исследования.....	45
3 Разработка проекта туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края.....	50
3.1 Краткая характеристика туристско-информационного центра.....	50
3.2 Описание разработки проекта.....	62
3.3 Расчеты разработки проекта.....	65
Заключение.....	79
Список использованных источников.....	81

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма, несомненно, является одной из самых специфических отраслей экономики. Несмотря на ряд препятствующих глобальных факторов, таких как, нестабильная политическая, экономическая обстановка в мире, капризы природы и сезонность, туризм продолжает развиваться стремительными темпами [4].

В современном мире приоритетом государственного управления в сфере развития туризма стал поиск эффективных управленческих инструментов, содействующих пространственному развитию дестинации и продвижению имиджа российских городов. В связи с этим организационные аспекты туристской деятельности подверглись серьезным преобразованиям [16].

В настоящее время развитие туристской индустрии характеризуется формированием туристского информационного пространства, которое связывает различные культурно-экономические ценности, а также обеспечивает взаимодействие участников туристских рынков на территории городов, целых стран и даже континентов. Одним из основных инструментов по формированию внутреннего информационного пространства выступают туристско-информационные центры [16].

Актуальность темы исследования заключается в том, что туристско-информационный центр выступает важным элементом туристской инфраструктуры, данная организация создается для продвижения региона на национальном и международном уровне, предоставления информационных и сервисных услуг по туристской и сопутствующей деятельности в стране, регионе, городе или иной дестинации - гостям (туристам, экскурсантам, транзитным посетителям) и местным жителям. Основной задачей туристско-информационного центра является создание благоприятной информационной среды для иногородних, иностранных граждан и в том числе местного населения как уже было отмечено выше. Эффективное выполнение этой задачи

может обеспечить значительный рост потоков туристов и экскурсантов в соответствующем регионе (муниципальном образовании) [11].

Эффективная работа туристского информационного центра должна быть направлена, в первую очередь, на повышение конкурентоспособности России на международном и внутреннем туристских рынках. Именно туристско-информационная организация, которая зачастую является одним из первых объектов туристской инфраструктуры, встречающим туриста в дестинации, должна быть образцом дружелюбия и высочайшего качества сервиса [12].

Цель исследования: разработка проекта туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края.

В соответствии с целью работы были определены следующие задачи:

- изучить характеристику функционирования туристско-информационных центров;
- охарактеризовать условия создания туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края;
- разработать концепцию проекта туристско-информационного центра на территории Манского района Красноярского края.

Объектом исследования выступают туристско-информационные центры в России.

Предметом исследования является разработка проекта туристско-информационного центра на примере Манского района Красноярского края.

Методами исследования, использованными в работе являются:

- анализ литературных и интернет источников;
- проведение социологического опроса;
- анкетирование;
- сравнение;
- обобщение;
- интерпретация полученных результатов;
- расчетный метод.

1 Характеристика деятельности туристско-информационных центров на туристском рынке

1.1 Понятие и особенности туристско-информационных центров

Согласно первоисточнику понятие туристско-информационного центра было введено Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» от 02.03.2016 N 49-ФЗ, в ред. Федерального закона от 18.04.2018 N 71-ФЗ) туристский информационный центр – это организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристских ресурсах и объектах туристской индустрии, а также продвижению туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках с тех пор понятие не изменялось [2].

ГОСТ Р 56197-2014 «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования» говорит о том, что туристский информационный центр – это организация, ответственная за прием и консультации посетителей или туристов (потребителей), а также за рекламу услуг, связанных с туризмом [3].

В России изначально туристско-информационные центры были задуманы как учреждения по формированию баз данных по туризму, налаживание информационных коммуникаций со всеми заинтересованными сторонами, информационная поддержка системы управления туризмом в субъектах РФ [36]. В процессе их создания возникли проблемы с определением организационно-правового статуса и источников финансирования работы туристско-информационных центров, которые решались по договоренности с администрациями субъектов РФ и городов, исходя из организационной и экономической целесообразности, особенностей развития туризма и финансового состояния [31].

Мероприятия туристских информационных центров включают:

- подготовку и размещение информации о туристских ресурсах региона в региональных и федеральных СМИ;
- поддержку туристского Интернет-портала региона (информация о веб-сайтах туристских информационных центров);
- участие в российских и международных выставках;
- межрегиональное сотрудничество, создание единого информационного пространства [20].

Туристско-информационные центры – это организации, целями деятельности которых являются:

- содействие органам государственной власти, в том числе уполномоченному государственному органу по туризму, в формировании и использовании информационных ресурсов о туризме, туристской индустрии, туристских ресурсах и доступных достопримечательностях, национальном и региональном туристском продукте, отдельных туристских и туристских маршрутах на основе ведомственного статистического наблюдения туризма, создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, анализа, маркетинга, целенаправленного распространения этой информации;
- предоставление на безвозмездной основе (гражданам и иным заинтересованным лицам) туристской информации, способствующей удовлетворению потребностей граждан при осуществлении туризма, экскурсий, ознакомлении с достопримечательностями и деятельности в других целях туризма» [4].

Туристские информационные центры в России – относительно недавняя практика, тем не менее, они уже решают немало задач:

- формируют информационное поле современного внутреннего туризма. Существенной частью деятельности туристско-информационных центров является создание туристского сайта регионального масштаба, разработка интерактивной карты, составление календаря туристских событий;

- деятельность туристско-информационных центров нередко охватывает организацию и предоставление экскурсионных услуг, и поддержание разнообразных взаимодействий профессиональных гидов и туристов. Туристско-информационный центр организует трансферы, оптимизирует логистику путешествия, занимается бронированием туров и мест в гостиницах, играет роль координатора разнообразных туристских услуг;

- интеграция в профессиональное сообщество туристской индустрии, организация взаимодействия с органами власти, учреждениями культуры, науки, образования в сфере туризма;

- организация работы визит-центра и call-центра;

- повышение квалификации сотрудников туристско-информационного центра, изучение отечественного и зарубежного опыта, инноваций, технологий работы, прохождение курсов дополнительного образования, участие в грантовых программах профессионального образования и деятельности в сфере туризма;

- организация и проведение региональных акций, направленных на формирование информационного поля деятельности туристско-информационных центров;

- организация рекламы и поддержки в СМИ;

- проведение научно-общественной конференции на областном уровне с продвижением образа;

- на местном уровне – поддержка конкретного туристского проекта, позволяющего реализовать профессиональные и социальные ресурсы и цели [38].

В России с 5 по 7 июня 2012 года в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» прошла Межрегиональная научно-практическая конференция «Создание системы туристских информационных центров и пунктов – инновационного метода информационного продвижения РФ как страны, благоприятной для туризма» [11].

За это время участники обсудили вопросы по созданию единой системы туристских информационных центров, по выработке правил сотрудничества между туристскими информационными центрами, вопросы подготовки кадров для работы в центрах и обменялись опытом их деятельности. Открывая конференцию Андреем Тютюнником было отмечено, что проведение столь масштабного мероприятия говорит о весомой роли туристско-информационных центров в продвижении России в целом и отдельных регионов как привлекательных туристских дестинации, необходимости выработать единые подходы к организации деятельности туристско-информационных центров, которые должны перерасти в создание единой системы подобных центров. 7 июня на территории финского города Иматра прошли заключительные мероприятия конференции зарубежные коллеги поделились с россиянами продуктивными методиками работы и планами по развитию туризма в регионе. Участники рабочей встречи также обсудили потенциал выставочных технологий для расширения международного туристского информирования и выдвинули предложение учредить в России общественную организацию, объединяющую туристские информационные центры разной юридической формы [11].

В процессе функционирования туристско-информационных центров их функции и задачи стали расширяться, во-первых, в связи с необходимостью самофинансирования этих организаций и, во-вторых, возможностью заниматься определенной коммерческой деятельностью, тренингом, координацией, рекламой и другим [5]. Поэтому работа с туристско-информационного центра постепенно начала принимать универсальный характер, и они стали уходить от основной первоначальной цели их создания, решая задачи по всем возможным направлениям. Они стали дублировать работу туристских предприятий, непосредственно разрабатывая новые туристские маршруты, решать локальные маркетинговые задачи по продвижению туристских продуктов отдельных предприятий и другие задачи организационного, коммерческого, обучающего характера [14].

На самом же деле туристско-информационный центр представляет собой отдельные сооружения или помещения в многофункциональных зданиях, где гости и жители города и региона могут получить бесплатную туристскую информацию, консультацию, необходимые карты, схемы и так далее [30]. Эта отрасль туристских услуг довольно нова для России, начиная формироваться, охватывая в большинстве регионов только центральные города [9]. Ошибочно полагать, что подобные центры нужны в основном только для «внешней» аудитории. Нередко о ресурсах того или иного региона достоверно не знают даже его собственные жители [16].

Одним из актуальных вопросов развития туризма в России стал вопрос становления и развития единого информационного пространства [21].

Действенным инструментом продвижения информации в современных реалиях бизнеса стала информационная туристская инфраструктура в частности такие ее элементы как туристско-информационный центр, информационный пункт, информационный портал и тому подобное [22]. На сегодняшний день из выше перечисленных в туристской информационной инфраструктуре наиболее распространены туристско-информационные центры, существует множество авторов и источников, которые по своему дают определение туристско-информационному центру [13].

Многие представители региональных администраций считают, что «туристско-информационный центр – эффективный инструмент для продвижения туристского потенциала и культурного наследия страны и регионов на внешних рынках» [21].

По мнению Е.Н. Ковалевой туристско-информационный центр это единица информационной инфраструктуры туризма, направленная на сбор, обработку, хранение информации о туристских ресурсах и потенциале территории своего действия или же структура, способствующая развитию, поддержке, объединению и продвижению объектов входящих в сферу интереса, а также туристская служба наиболее приближенная к туристам, предоставляющая информацию [13]. В связи с этим во всех развитых странах

успешно функционируют разветвленные сети туристских информационных центров, которые являются неотъемлемой частью современной туристской инфраструктуры [18].

Основную информацию турист ищет на этапе проектирования путешествия, в это время основным информационным ресурсом является Интернет [7]. Однако при осуществлении путешествия человек сталкивается с несовершенной системой Wi-Fi, трудностями с мобильными устройствами так далее. И здесь на помощь приходят информационные туристские центры [49].

Для иностранных туристов наличие такого центра в месте пребывания - своего рода условие безопасности, поэтому вполне объяснимо доминирование в их сознании невообразимых стереотипов о нашей стране. Отсутствует достоверная и актуальная информация, продуцировать и распространять которую посредством различных каналов как раз и должны туристско-информационные центры [23].

В современных отечественных условиях создание и деятельность туристского информационного центра будут также иметь выраженные общественные и просветительские аспекты. К этому располагают особенности национального туристского рынка, состояние рекреаций и инфраструктуры внутреннего туризма и, в более широком смысле, все социокультурные обстоятельства существования российской туристской индустрии [35].

Организация туристско-информационного центра стимулирует развитие туризма, и многие специалисты считают это первым практическим шагом туристского развития территории [19]. С исследовательской точки зрения – разветвленная система туристско-информационного центра может показать организацию и специализацию туризма, распределение ресурсов, потоков, формы маршрутов [29]. С помощью системы туристско-информационного центра осуществляется мониторинг и статистический учет туристских прибытий, в том числе, таких сложно фиксируемых видов, как самостоятельный туризм [9].

Мониторинг деятельности туристско-информационных центров в Российской Федерации показал, что каждый центр имеет свои различия, как в выборе оптимальной для себя организационно-правовой формы, так и в постановке перед собой главной цели, задач, модели построения и условий финансирования [16].

Работа туристского информационного центра, с одной стороны, увеличивает туристский поток, а с другой – увеличение туристских потоков вызывает необходимость создания новых информационных центров. Два взаимосвязанных процесса способствуют развитию туристского, культурного, социального потенциала страны [35].

Серьезно настроенный туристский центр может и должен активно участвовать и использовать свои возможности для координации участников и усиления общественного резонанса мероприятий, причем не только в организации туристских маршрутов и экскурсий для групп [23].

Одной из особенностей формирования туристско-информационных центров является разнообразие видов деятельности. Информационный туристский сервис может быть государственным муниципальным учреждением, может быть частной коммерческой организацией или некоммерческой общественной структурой, а может существовать как корпоративный инструмент ассоциаций предприятий туризма [35].

В России туристско-информационные центры представлены в разных формах организации, которые представлены на рисунке 1.

К учреждениям, совмещающим функции можно отнести музеи, гостиницы, базы отдыха, учреждения культуры, национальные парки, заповедники, горнолыжные курорты и так далее.

На региональном уровне туристский центр может оказать действенную поддержку формирующимся в регионе аттракциям и рекреациям [35].

На городском и областном уровне туристско-информационный центр может серьезно поддержать, например, самодеятельные и вузовские спортивные туристские клубы [22]. Эти организации играют решающую роль в

кадровом обеспечении активного, спортивного и экстремального туризма, в поддержании специфической национальной туристской субкультуры. Туристско-информационный центр может предоставить не только этим клубам свой сайт для размещения материалов [12].



Рисунок 1 – Формы организации и количество туристско-информационных центров

Некоммерческие организации туристско-информационных центров оказывают содействие органам государственной власти в формировании и использовании информационной базы данных туристских ресурсов туристского региона. В свою очередь, властные структуры оказывают туристско-информационным центрам существенную материальную поддержку, размеры которой могут достигать 80% расходов на жизнеобеспечение подобных структур [18].

Согласно ГОСТ Р 56197-2014 «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования» туристско-информационные центры могут заниматься коммерческой деятельностью и предоставлять как платные услуги, так и бесплатные [3].

Постепенно туристско-информационные центры превращаются в культурно-информационное место в населенном пункте [28]. В них предоставляется бесплатный Wi-Fi, туристские карты, путеводители, сувениры, билеты на мероприятия, функционирует санитарная зона. Профессионально построенная работа, особенно это касается не туристских городов, помогает местным жителям выбрать развлечения и рекреационные занятия в родном крае [30]. Существенной частью деятельности туристско-информационного центра является создание туристского портала регионального масштаба, разработка интерактивной карты, составление календаря туристских событий [35]. Туристско-информационный центр способствует коммуникации между властью, бизнесом, культурой и образованием. Он является проводником не только коммерческих процессов, но и разнообразных социокультурных инициатив [14].

Анализ сезона и часов работы туристско-информационных центров показывает, что существуют как круглогодичные туристско-информационные центры, так и сезонные. Большинство туристско-информационных центров работают круглогодично с летним пиком, когда удлиняется график рабочего дня и добавляются часы работы по выходным [9].

Тенденция увеличения круглогодичной открытости и большей продолжительности во времени работы наблюдается во многих туристских странах. Однако до сих пор большинство туристско-информационных центров открыто пять рабочих дней и имеют два выходных, что для внутренних и самостоятельных туристов является негативным фактором [9].

Главными темами остаются вопросы функционирования туристско-информационных центров, использование единого ГОСТа и формы подачи статистических показателей, профессионального стандарта для работников

туристских центров. Также постоянно обсуждаются механизмы и технологии включения туристско-информационных центров в федеральные проекты и маршруты, создание общего бренда, а также платформы единой коммуникативной среды [16].

Таким образом, одной из ключевых задач туристско-информационных центров является интеграция с туристским миром. Сегодня существует масса туристско-информационных центров, позволяющих работать совместно и сообща на рынке. На данный момент существует реестр туристско-информационных центров с подробной информацией о каждом туристско-информационном центре во многих регионах Российской Федерации, перечень их видов деятельности, оказываемых услуг, адреса и ссылки на сайты, которыми может воспользоваться турист в любое удобное ему время в интернете [16].

1.2 Услуги деятельности туристско-информационных центров как неотъемлемый компонент туристского рынка

Прежде чем рассматривать услуги туристско-информационных центров рассмотрим общую характеристику туристских услуг и услуг в целом.

Рынок туристских услуг отличается от любых других рынков, прежде всего сложной структурой, динамичностью развития, вместимостью. Эти характеристики подчеркивают его своеобразие и потребительскую ориентацию [10]. Такая характеристика рынка делает её привлекательной для развития, так как это позволит привлечь туристов, если правильно предпринимать решения для продвижения рынка услуг [6].

В России с июля 1994 г. впервые введен в действие ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения», отредактирован в 01.01.2014 [4]. В соответствии с этим документом под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также

собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя [4].

На сегодняшний день выделяют общие черты присущие практически всем рынкам услуг:

Во-первых, услуга не существует до ее предоставления, то есть продукт создается в процессе предоставления услуги. Разумеется, услугу создают путем исследования, а именно, когда появляется турист, специалисты услуги исследуют какими предпочтениями и желаниями наделен турист, так специалисты узнают какой услугой он будет удовлетворен [36].

Во-вторых, очень часто предоставление услуг требует специальных знаний и мастерства, которые туристу трудно не только оценить, но зачастую даже понять. Для того чтобы продавать и выпускать специалисты услуг должны обладать знаниями, для того чтобы правильно оформлять, реализовать и проделывать огромное количество действий, чтобы качественно реализовать услугу, в том числе и исследовать её для новых инновационных идей [36].

Степень неопределенности при предоставлении услуг ставит туриста в крайне невыгодное положение, может вызвать настороженность, подозрительность. Вследствие этого, данная причина складывается из-за того, что бывают случаи, когда турист остался не удовлетворен услугой по какой-либо причине, здесь и проявляется невыгодное положение [36].

В совокупности с особенностями услуг они определяют подход к деятельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса [36].

При всем разнообразии услуг все они имеют характерные черты:

- неосвязаемость;
- неразрывность производства и потребления;
- изменчивость качества;
- неспособность к хранению [24].

Общее свойство всех услуг — их неосвязаемость — для туристской услуги проявляется специфически [24]. Эффект проявляется как удовлетворение от полученного результата услуги, но стоит заметить, что в худшем случае эффект

будет совсем иной, то есть не удовлетворение услугой. Следовательно, специалистам необходимо предотвратить этот случай, изучив предпочтения туристов и продумать систему предоставления услуги [36].

Помимо выше сказанного одной из важных факторов услуги является её стоимость, специалисты должны учитывать благосостояние населения в своем регионе для доступности цены услуги на рынке, в соответствии с этим необходимо предпринимать меры, например, проводить исследования на благосостояние населения для выявления оптимальной цены [36].

Важной особенностью является неразрывность производства и потребления услуги. Оказать услугу можно лишь тогда, когда поступает заказ или появляется турист [36]. В первом случае при поступлении заказа у специалистов появляется задача создать услугу, именно после производства услуги её можно оказывать туристам. Во втором случае, когда появляется турист, производителям ставится задача оказания туристской услуги, а туристам в свою очередь потребить её [36].

На изменчивость услуг влияние оказывают две группы факторов. Первая группа связана с организацией подбора и работы с персоналом [36]. Обусловлена первая группа тем, что высшее руководство не правильно организывает поставщиков, которые в свою очередь не эффективно используют ресурсы, тем самым услуги изменяются в отрицательную сторону, и это приносит убытки [6].

Другой источник изменчивости услуг — турист, его уникальность, что объясняет высокую степень индивидуализации услуги в соответствии с требованиями [6]. Обусловлена эта группа тем, что турист – это, прежде всего источник доходов, без его заинтересованности в услуге и произойдет падение спроса.

Для уменьшения изменчивости разрабатываются стандарты обслуживания [6]. Предоставляемые услуги должны соответствовать требованиям, предусматривающим удобства для туристов, привлекательность и престижность услуг [8]. Они нужны рынку чтобы специалисты могли

правильно действовать, знали, как обезопасить и так далее. К требованиям услуг и условиям обслуживания относятся точность и своевременность исполнения, комплексность, комфортность и другие [8].

Особенностью услуг является и их неспособность к хранению. Несохранимость услуг означает, что необходимо предпринимать меры по выравниванию спроса и предложения [6]. К их числу можно отнести, например, применение скидок и льгот для конкретных групп туристов, увеличение скорости обслуживания и другие [6].

Применение скидок и льгот в современном мире необходимость, так как большинство туристов стараются сэкономить, но при этом получить качественное оказание предоставляемой услуги. Для этого и проводятся временные скидки и льготы, специалисты могут предусмотреть скидки и льготы для постоянных туристов, как правило, это уже известная система на всех рынках услуг, которая вполне пользуется спросом [6].

Фактор межсезонности, как правило, специфическая особенность, поскольку в разные времена года поток туристов увеличивается, или уменьшается, многие утверждают, что самое привлекательное для получения услуг туристам время года является лето. В межсезонье необходимы меры стимулирования спроса: низкие цены, скидки, льготы, различные основные и дополнительные услуги, в том числе новые [25]. Поскольку данные меры действительно способствуют привлечению туристов.

Влияние на качество некоторых услуг оказывают внешние факторы, не зависящие от воли и действий производителей и потребителей: погода, природные условия и так далее [25]. Под такое влияние может попасть услуга проката инвентаря, пользования барбекю, беседкой и другими дополнительными услугами.

Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» услуги оказываемые населению могут подразделяться на материальные, нематериальные (социально-культурные) и смешанные услуги [4].

Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг, оказание которой, включает деятельность, осуществляемую по отношению к материальному продукту, в том числе, предоставляемому потребителем. Материальные услуги включают: транспортные услуги, услуги средств размещения, услуги индустрии питания и другие услуги [4].

Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств продукта или изготовление нового продукта по заказам потребителей, перемещение грузов и людей, создание условий для потребления услуг по заказам потребителей и тому подобное [4].

Социально-культурные услуги - это услуги по удовлетворению духовных, интеллектуальных, этических потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя, в том числе поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионализма [4].

Социально-культурные услуги включают:

- предоставление нематериальных продуктов (например, страхование, банковские, финансовые, экспертные и правовые услуги, консалтинг);
- образовательные услуги (обучение, подготовка кадров, повышение квалификации персонала и пр.);
- услуги культуры, спорта, туризма, организация отдыха и досуга;
- уход и лечение заказчиков (например, парикмахерские и косметические услуги, медицинские услуги, услуги для непродуктивных животных);
- сдача внаем оборудования, помещений (например, агентства по сдаче в аренду, услуги проката);
- сетевые услуги (услуги связи, Интернет, телекоммуникаций, телефонной связи и др.) [4].

Информационно-рекламные услуги включают в себя:

- предоставление рекламных и информационных материалов, в том числе в формах обслуживания потребителей, уровне и степени комфорта при предоставлении отдельных услуг;

– предоставление информации о предоставляемых услугах в различных рекламных носителях [4].

К смешанным услугам относят услуги, предусматривающие одновременное удовлетворение материально-бытовых и социально-культурных потребностей потребителей услуг [4].

Многообразие видов услуг, различная их технология, требующая особых средств, и характер используемых ресурсов определяют и множественность, обеспечивающего тот или иной вид услуги. В любом развитом обществе формируется и действует целая система, а также связанные с ней структуры. Главной задачей является обслуживание, организация, удовлетворение потребностей и времяпрепровождение туристов [17].

Для туристов услуги являются неотъемлемой частью, формируют их представление о современности, влияют на итоговое впечатление о качестве проведенного времени. Для местных туристов разнообразные и качественные услуги дают возможность наиболее полно удовлетворить не только потребности приезжих туристов, но и собственные запросы [15]. Поэтому, с одной стороны, местные туристы получают дополнительный доход от продажи услуг и способствуют этим повышению лояльности приезжих, а с другой стороны, сами получают набор данных услуг, превосходящий аналогичное предложение в других регионах страны [17].

Самой главной целью услуг ставит удовлетворенность от отдыха туристов, полученные положительные эмоции, восстановленные физические и моральные силы. Важными задачами являются повышение качества, рост постоянных посетителей, рост привлекательности объекта, повышение эффективности использования объекта, а также увеличения нагрузки [26].

Неограниченный перечень видов услуг характеризуется огромным количеством спектров данной направленности способствующий обширному выбору, необходим для удовлетворения потребностей разных туристов [26].

Предварительную подготовленность личности к потреблению необходима для выбора более приемлемой услуги, поскольку функциональность услуг отличается [26].

Частая смена услуг необходима для туристов с разными потребностями, так как насыщение одной и той же услугой может поспособствовать скуке, что в свою очередь может сказаться на недовольстве и неудовлетворении услугой в целом.

Комбинирование услугами позволяет туристу получить максимальный комфорт. Периодичность потребления является важным процессом, именно благодаря нему турист может производить выбор. Специалисты, предоставляющие услуги, могут сделать выводы по потреблению туристами услуг в разные временные отрезки, и продвинуть не благоприятные и благоприятные факторы сдерживающие привлекательность услуг [26].

Таким образом, особенности рынка услуг, специфические характеристики самих услуг и особенности восприятия их туристами определяют специфику маркетинга в сфере [6].

Для повышения экономической эффективности деятельности туристского информационного центра рекомендуется разработка собственных туристских услуг. Туристское обслуживание может также включать развитие региональных и межрегиональных туристских продуктов [10].

По мнению Р. Баллантине, К. Хугес, Б. В. Ричик информационные центры для посетителей отвечают, прежде всего, за востребованность местных туристских ресурсов, за продвижение местных услуг, оказывают прямое влияние на социально-экономическое и рекреационное развитие своего региона [9].

Поскольку деятельность туристских центров напрямую отвечает задаче координации продаж экскурсий, туров, гостиничных мест, транспортных услуг

и так далее, в профессиональной среде преобладает мнение о том, что туристско-информационный центр – это, прежде всего логистический, менеджерский проект. Он как бы совмещает в себе несколько сопутствующих логистике туристского продукта функций: это визит-центр для прибывающих туристов, call-центр и информационная служба, сайт с расширенным опционом бронирования и продаж, в ряде случаев – экскурсионное бюро [12].

В хорошем туристско-информационном центре турист может получить любую информацию, забронировать жилье, тур, трансфер, приобрести сувениры, билеты, буклеты, карты [12]. Информационное обслуживание туристов и жителей региона должно осуществляться туристским информационным центром на безвозмездной основе. Сотрудники туристского информационного центра должны предоставлять достоверную, объективную и своевременную информацию [10].

Деятельность туристского информационного центра не должна ограничиваться информационно-консультационным обслуживанием. Туристский информационный центр должен функционировать как элемент туристской инфраструктуры, который непосредственно влияет на удовлетворение потребностей туристов и туристскую привлекательность дестинации [10]. В случае, когда турист находится на расстоянии от туристско-информационного центра ему будет необходима не только его желаемая услуга, но и другие дополнительные и сопутствующие, которые будут предполагать достижение главной, как правило, этими дополнительными услугами может служить трансфер, заказ и бронирование билетов на какой-либо вид транспорта и другое [10].

Туристско-информационные центры могут предоставлять основные и дополнительные услуги, которые предоставляются туристам в соответствии с Уставом и иными документами регулирующими деятельность.

Описание, раскрывающее услуги туристско-информационных центров представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Услуги туристско-информационных центров

Вид деятельности	Описание услуги
Основные услуги	
Информационно-консультационное обслуживание	Туристские информационные материалы для самостоятельного ознакомления, каталоги средств размещения, ознакомление с картами (в том числе дорожной), доступ к карте и базовой туристской информацией, раздаточные материалы о туристских объектах, культурных мероприятиях, бесплатная туристская карта местности и памятка туристу
Организация и проведение мероприятий	памятных дат, экспозиции, театрализованных представлений, квестов, викторин, видеопрограмм, мастер-классов, кулинарных и этно-туров, выставок, семинаров и конференций, бизнес-встреч и многое другое
Коммуникационные услуги	доступ в интернет, Wi-Fi, компьютер с доступом в интернет (для посетителей), местный телефон для посетителей, поддержка в офисе и по телефону, через онлайн-консультант на сайте
Оказание услуг по организации пребывания гостей	бронирование мест в гостиницах и других средствах размещения, заказ и бронирование билетов на транспорт, различные мероприятия, агентская деятельность по реализации билетов культурно-массового мероприятия. Организации и проведение индивидуальных или групповых экскурсии (на русском или с переводом), дополнительные туристские маршруты, для лиц с ограниченными возможностями, а также предоставление гидов, сопровождающих, прогулки и экскурсии на теплоходе, автомаршруты
Розничная торговля товарами туристского назначения	местная сувенирная продукция, народных художественных промыслов и ремесел, путеводители, буклеты, открытки, фотографии и иная печатная и аудиовизуальная продукция, картографическая продукция, кафе, туалет для посетителей, место для отдыха туристов, зона планирования путешествий, детский уголок, сувениры для детей
Дополнительные услуги	
- прокат или аренда: лодка, ледянка, велосипед, автобус (транспорт), беседки и аренда барбекю	
- катание на лошадях и собачьих упряжках, коньках и с горок, занятия по верховой езде, прогулки и развлечения с собаками (музея-заповедника)	
- предоставление акции и льгот для социальных групп, абонементы для школ и детских садов, льготные билеты, внеочередное бесплатное посещение (в том числе без экскурсионного обслуживания)	
- оказание дизайнерских услуг включающих проектирование, разработку изготовление оригинал-макетов афиш, буклетов, пригласительных билетов, брошюр, разработку сувенирной продукции, фирменного стиля, оформления интерьеров	
- доставка книг на дом	
- помощь в регистрации на портале государственных и муниципальных услуг	
- подготовка и выпуск презентаций и видеоклипов	

Окончание таблицы 1

Дополнительные услуги
- оказание услуг по заполнению электронных бланков и форм показа по телевидению, трансляции по радио в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, осуществление фото, видео, аудиозаписей мероприятий
- камера хранения и аптечка
- заполнение почтовой открытки и анкет на загранпаспорт, а также оформление пропуска в город, оформление виз

В случае туристско-информационных центров к основным услугам относятся информационно-рекламные услуги, услуги по организации досуга, консалтинговые, и прочие услуги. А к дополнительным услугам могут относиться услуги перевозки – средства перемещения с помощью которых, можно добраться до того места, куда направляется турист [6]. Из выше сказанного видим, что услуги в деятельности туристско-информационных центров могут быть разнообразны, туристы могут получить большое количество услуг, пользуясь ими от одного только туристско-информационного центра, если есть такая возможность [6]. Определяющим фактором для расширения ассортимента услуг и улучшения их качества является ориентация туристского информационного центра на определенный сегмент. Количество услуг определяется степенью их востребованности. Поэтому ключевыми факторами введения в ассортимент новых услуг является их обоснованность и целесообразность [6].

По способу предоставления услуги могут быть платными и бесплатными. К бесплатным услугам могут относиться: хранение багажа в камерах хранения, вызов скорой помощи, предоставление справочной и сувенирной рекламы и других услуг. Услуги характеризуются определенными особенностями, влияют на процесс управления деятельностью. Результатом деятельности туристско-информационных центров являются создание соответствующих условий для предоставления туристам комплекса платных и бесплатных услуг [6].

В условиях развития туристского рынка успех отдельных туристско-информационных центров на внешнем и внутреннем рынках полностью

зависит от того, насколько предоставляемые ими услуги поддерживаются в хорошем качестве. И при этом необходимо учитывать, что повышение качества – задача долгосрочная и непрерывная [22].

Благодаря услугам, у туриста могут сформироваться личностные общественные потребности, тем самым туристско-информационные центры могут нести социальную направленность [17]. Забота о процессах развития должна опираться на потребности туристов услуг, их активное участие в планировании и организации. Чтобы решить эту важную задачу, необходимо обратить внимание не только на все сферы жизни туристов, в том числе сферу свободного времени, но и на деятельность организаций [50].

Таким образом, сущность услуг многогранна, имеет широкий спектр для любых групп туристов, способствует благоприятному времяпровождению, развитию услуг, которые будут привлекать новых туристов, тем самым развивать и возможно популяризировать туристско-информационные центры и улучшать в целом туристскую инфраструктуру и рынок.

1.3 Анализ деятельности туристско-информационных центров в России

В связи с рядом факторов (ограничение въезда в ряд стран Российских туристов, падение курса рубля, как следствие – повышение интереса к путешествиям по России) на сегодняшний день наблюдается бурный рост количества туристско-информационных центров в России, а также увеличивается количество и повышается разнообразие услуг, которые они предлагают. Если в 2013 году насчитывалось 86 туристско-информационных центра, за 2016 год показатели с разных источников разнятся, согласно информации туристско-информационного центра Красноярска в 2016 году было 140, а ЕМИСС приводит данные 237 [27], в 2017 году 280, в 2019 году количество около 301 туристско-информационных центров и схожих с ним

организаций, динамика разницы роста количества туристско-информационных центров в России приведена на рисунке 2.

Согласно информации, на сайте Министерства культуры, в связи с передачей полномочий по нормативно-правовому регулированию в сфере туристской деятельности Министерству экономического развития России (Указ Президента РФ от 14.09.2018 г. №514 и Постановление Правительства РФ от 30.11.2018 №1450) прекратился сбор сведений по статистической форме №1-ТИЦ «Сведения о деятельности туристского информационного центра) данные за 2018 год о числе туристско-информационных центров не внесены [1].

В целях обеспечения комфортной информационной среды для туристов, продвижения туристского продукта той или иной территории, создаются туристско-информационные центры. На современном этапе развития туризма туристско-информационные центры разного уровня является одним из главных элементов туристской инфраструктуры. Они способствуют взаимодействию различных ее составляющих: средств размещения и питания, местного транспорта, объектов торговли, развлекательных заведений, производства сувениров и других.

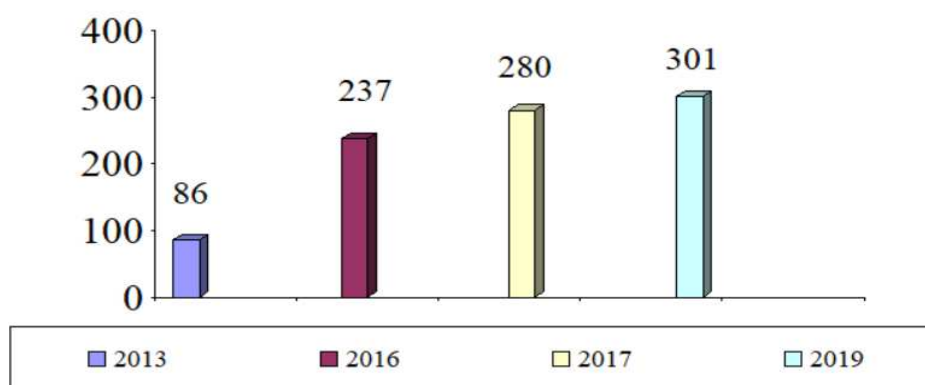


Рисунок 2 – Динамика роста количества туристско-информационных центров и центров развития туризма Российской Федерации

Основными видами деятельности туристско-информационного центра являются:

- распространение объективной информации о составе и предложении туристского продукта;
- сбор данных для анализа и оценки состояния дел в туристской сфере и прогнозировании дальнейшей туристской деятельности;
- участие в организации выставок, конференций и семинаров по туристской проблематике;
- подготовка, выпуск и распространение информационных изданий, разработка и поддержание туристского сайта;
- участие в организации обслуживания гостей и посетителей.

Согласно реестру существовавших туристско-информационных центров Российской Федерации по состоянию на 15.06.2016 года данные центры существуют 140 городах и регионах России, а также в странах ближнего зарубежья как приведено на рисунке 3.

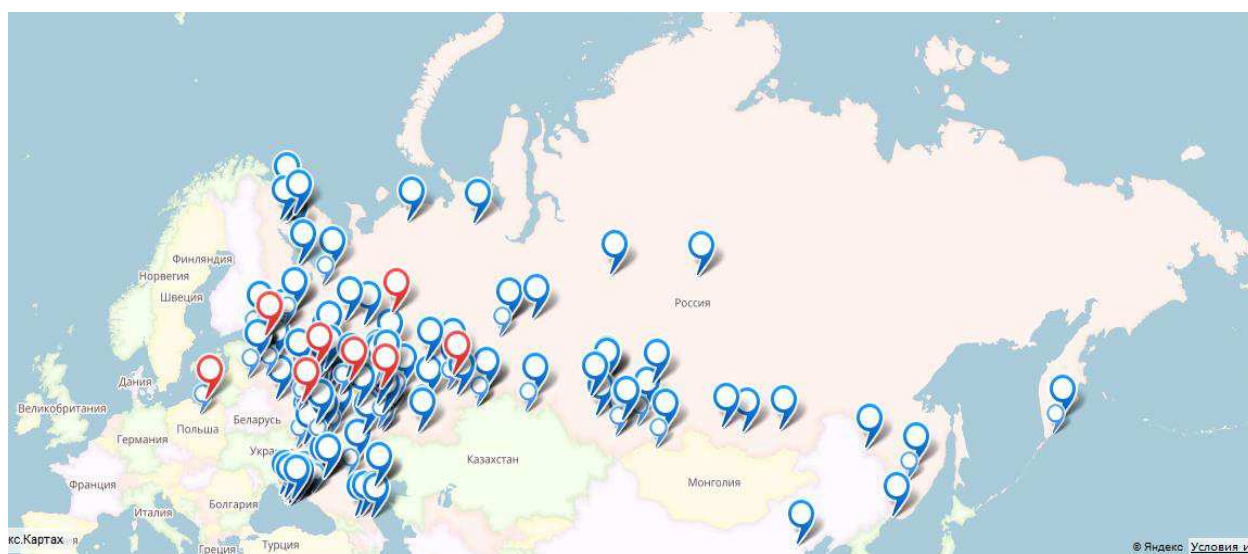


Рисунок 3 – Туристско-информационные центры и центры развития туризма Российской Федерации

В настоящее время на 14 апреля 2020 года количество увеличилось, география месторасположения представлена на рисунке 4.

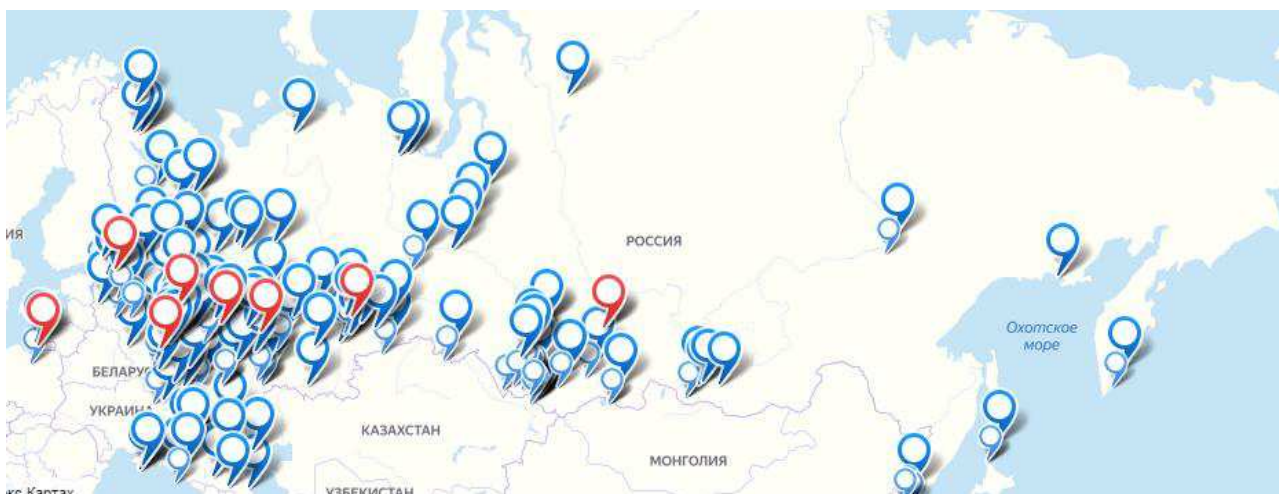


Рисунок 4 – Туристско-информационные центры и центры развития туризма Российской Федерации

В 2018 году прошел общероссийский конкурс туристско-информационных организаций, организатором являлась Национальная Ассоциация Информационно-туристских Организаций (НП НАИТО).

Целью конкурса было повышение качества работы и продвижение деятельности Туристско-информационных центров в России. К участию в конкурсе приглашались организации любой формы собственности, выполняющие функции туристско-информационных центров и зарегистрированные в Общероссийском Реестре туристских информационных организаций. Лучшие туристско-информационные организации определялись по результатам экспертной оценки и путем народного голосования.

Таким образом, по результатам голосования, было отобрано 10 победителей - это туристский центр Алтайского края (Алтайтурцентр), туристско-информационный центр Вологодской области, региональный информационный центр туризма Калининградской области, информационно-туристский центр Ленинградской области, туристский информационный центр «Красная Изба», туристско-информационный центр Новосибирской области, туристско-информационный центр Приморского края, туристский информационный центр Рязанской области, центр развития туризма

Свердловской области, туристский информационный центр «Углич» (Ярославская область) [11].

Данные туристско-информационные центры предлагают на сайтах учитывая современную тенденцию, типичные одинаковые разделы, рассмотрим и проанализируем информацию о них через сайты.

В ходе рассмотрения, был сделан вывод о том, что данные сайты содержат вполне содержательную информацию и могут способствовать помощи туристу.

Из 10 приведенных победителей в конкурсе «Лучшие туристско-информационные центры 2018 года» географическое положение распределилось так, что распределилось по одному в Дальневосточном Федеральном округе, Центральной Европе, Уральском Федеральном округе, по два в Центральном Федеральном округе, Сибирском Федеральном округе, и три в Северо-Западном Федеральном округе.

При анализе туристско-информационных центров была выявлена общая типичная структура сайтов, она представляет собой такие разделы как «где побывать», «где поесть», «чем заняться», «как добраться», «где остановиться».

Эти разделы распространены на многих сайтах России и включают в себя основную информацию необходимую для туристов, на рисунке 5 представлено количество встречающихся вкладок в 10 лучших туристско-информационных центрах.

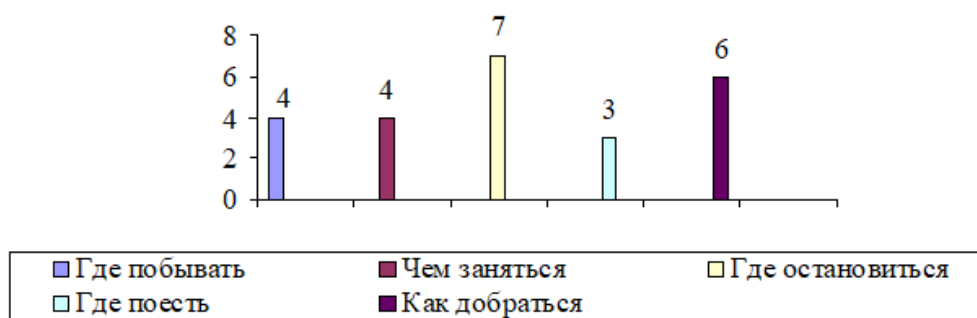


Рисунок 5 – Количество встречающихся разделов на сайтах туристско-информационных центров

Исходя из рисунка 5, стоит добавить, что на некоторых сайтах туристско-информационных центров не представлена такая вкладка как «Где поесть?» к таким относятся сайты туристского центра Алтайского края (Алтайтурцентр), Новосибирской области, Приморского края, центра развития туризма Свердловской области. На сайтах Ленинградской области и туристского информационного центра «Красная Изба» данная вкладка называется, «Рестораны и кафе» или аналогичным образом и находится внутри другого раздела как подраздел, то же самое относится и к вкладкам «Где остановиться», «Как добраться», «Чем заняться», «Где побывать».

На всех сайтах представлен раздел афиша, новости, в которой представлены концерты и фестивали где по желанию можно выбрать дату, город и тип события.

Во вкладке «Где побывать» туристские объекты могут быть разделены по категориям географические, объекты истории и культуры, аттракционы, картинги, экстрим-парки, спортивные комплексы и другие объекты, или могут быть представлены полным списком без распределения.

Помимо этого может быть размещена вкладка туристские районы, перейдя к конкретному району можно почитать о нем информацию, этим можно воспользоваться на практически каждом сайте анализируемых туристских центров.

Во вкладке «Чем заняться» представлены различные туры, экскурсии, прогулки по любому виду туризма на свой вкус, в том числе и для школьников, кроме того эта вкладка может называться «Путеводитель» в которой помимо выше сказанного есть возможность выбрать конкретный город, в этой же вкладке находится информация об области, промыслах, ремеслах, коренных народах (туристско-информационный центр Ленинградской области), природе и климате, календарь событий в Приморском крае, даты гастрономических фестивалей, информация о пляжах, бухтах, парках и других туристских объектах (туристско-информационный центр Приморского края),

достопримечательности и маршруты в туристско-информационном центре «Красная Изба», Рязанской области, «Углич» Ярославской области и других.

Во вкладке «Где поесть» на сайте туристско-информационных центров, можно выбрать место и вид кухни, в Калининградской области и Рязанской области выбрать тип заведения и город.

Во вкладке «Как добраться», на сайте туристско-информационного центра Калининградской области, туристско-информационного центра «Красной Избы», туристско-информационного центра Новосибирской области есть информация о том, на каком виде транспорта и откуда можно добраться до области.

В Свердловской области есть информация о доступных видах транспорта, ценах на них, когда нажимаешь на вид транспорта, ссылка ведет на сайт заказа транспорта. На сайте туристско-информационного центра «Углич» Ярославской области есть расписание и контактная информация, а также городские маршруты, в которых перечислен перечень маршрутов, их стоимость и контактная информация.

Помимо выше перечисленных вкладок есть такие как «Чем заняться», «Где остановиться», туристские карты с туристскими объектами, и другие рубрики. В разделе «Где остановиться» можно выбрать тип средства размещения, категорию (семья, друзья, дето, эконо, новые), название предприятия, туристский район, стиль отдыха (семейные, эконо, популярный и другие) в Алтайском крае, Приморском крае, Рязанской области.

В Калининградской области и Свердловской области есть ещё выбор города и звездности средства размещения, в туристско-информационного центра «Красной Избы» и «Углич» Ярославской области можно выбрать по цене, теме отеля (бизнес, семейный или бюджетный) и посмотреть его услуги.

Раздел впечатления о поездке или отзывы присутствуют у туристско-информационного центра Алтайского края, Свердловской области, «Углич» Ярославской области [44; 42; 43].

Видеозаметки и фотогалерея у туристско-информационного центра Алтайского края, Приморского края, Рязанской области [44; 40; 41].

Информация о медицинском туризме (диагностика, косметология, стоматология) присутствует только на сайтах туристско-информационных центров Алтайского края и Приморского края [44; 40].

Рассматривая оснащенность сайта языками стоит отметить, что на большинстве сайтов присутствует как минимум 2 языка – русский и английский в туристско-информационный центр Алтайского края, Вологодской области, Рязанской области, но на сайте центра развития туризма Свердловской области и «Углич» Ярославской области.

На сайтах туристско-информационного центра Калининградской области на английском, немецком и китайском языках, туристско-информационного центра Ленинградской области на английском, шведском, финском, эстонском и чаморро языках, туристско-информационного центра «Красной Избы» на русском, английском, немецком, французском, испанском, итальянском, финском, шведском и китайском языках, туристско-информационного центра Новосибирской области на русском, английском и чаморро языках, туристско-информационного центра Приморского края на русском, английском, японском, китайском, корейском и английском языках.

Помимо выше сказанного, на сайтах могут присутствовать другие рубрики и наполняемость сайта, ниже представлена таблица 2.

Таблица 2 – Дополнительные разделы сайтов туристско-информационных центров

Разделы	Наличие в туристско-информационных центрах
Известные люди, история региона	Алтайского края (Алтайтурцентр) раздел известные люди, Вологодская область, «Углич» (Ярославская область)
Версия сайта для слабовидящих людей (поменять шрифт на сайте, цвет, размер изображений)	Алтайского края (Алтайтурцентр), Калининградская область, Вологодская область, Новосибирской области, Рязанской области
Туры, маршруты, экскурсии, в том числе для людей с ОВЗ, туристские направления	Вологодская область (туристские направления по городам), Ленинградской области (ОВЗ), «Красная Изба», Приморского края, Рязанской области

Окончание таблицы 2

Разделы	Наличие в туристско-информационных центрах
Раздел статьи, проекты, контакты	Алтайского края (Алтайтурцентр) статьи по различным видам туризма, Вологодской области, «Красная изба», Рязанской области
Карта и интерактивная карта маршрутов и/или туристских объектов	Алтайского края (Алтайтурцентр) карта и построение маршрута онлайн, Ленинградская область, Красная Изба, Новосибирская область, Приморского края, Рязанской области
Наличие информации о сувенирной продукции или её продажа	Калининградской области, «Красная изба», Рязанской области
Реестр ТИЦ и другие нормативно-правовые документы	Алтайского края (Алтайтурцентр), «Красная изба», Новосибирской области
Брендовые туры	Алтайского края (Алтайтурцентр) – Золотые горы, Шелковый путь и другие туры
Детский отдых и туризм	«Красная изба», Приморского края, Рязанской области
Наличие на сайте прогноза погоды, реального времени и валюты	Калининградской области, Новосибирской области, «Углич» (Ярославская область)
Информация, покупка предметов промысла и сувенирной продукции	Вологодская область, «Красная Изба», «Углич» (Ярославская область)
Контактная информация об ТИЦ, экскурсоводах (отзывы экскурсоводам), полезные ссылки, визовых центрах и туристских организациях	Вологодская область, Калининградской области, «Красная Изба», Новосибирской области, Приморского края, Рязанской области, Свердловской области, «Углич» Ярославская область
Мобильные приложения	Новосибирской области, Рязанской области

В дополнении к таблице можно отметить, что на сайте туристско-информационного центра Вологодской области в проекты входит Серебряное ожерелье России, аудиогид *izi.Travel*, Русские Усадьбы, а также карты по 4 видам туризма: гастрономическому, инклюзивному, лечебно-оздоровительному, промышленному туризму и другие проекты. В раздел «Присоединяйтесь к нам», можно оставлять актуальную информацию об туристских объектах [32].

В туристско-информационном центре Калининградской области в разделе «Информация», можно узнать маршруты автобусов и троллейбусов, визовую информацию, посмотреть карты и брошюры, заказать карту гостя, найти полезную информацию о прокате транспорта, пунктах обмена валюты, почтовых отделениях, телефоны экстренных служб [33].

В разделе «Для профессионалов» есть адреса и контактная информация о конференц-залах, описание возможностей продвижения на сайте, можно заказать экскурсовода некоторые из них владеют несколькими языками [33].

В туристско-информационном центре «Красная изба» в разделе активный отдых можно выбрать тип проведения: Баня, СПА, полёты, отдых на природе, развлекательные центры, спорт, экстрим, зимние забавы [34].

В разделе «Отдых для детей» есть разделы мастер-классов, выставок, экскурсии, развлекательных центров, детское меню в кафе и ресторанах [34].

В разделе заказ тур в каталоге можно выбрать туры, экскурсии, мастер-классы, новогодние праздники, активный отдых и квест, авторский тур, вкусные сувениры (пряник, иван-чай, напитки и другое) и сувениры (для животных, книги и буклеты), кроме того есть новости и акции о них [34].

На сайте туристско-информационного центра Новосибирской области предоставлены к посещению и расписаны 10 мест, которые стоит посетить, в разделе туристская карта можно скачать карту города Новосибирска, есть презентационные материалы (буклеты) для просмотра – 3 штуки.

В разделе «Интересное о регионе», можно почитать легенды и мифы о туристских местах [39].

На сайте Приморского края в разделе «Обучающие материалы по туризму» есть презентации о системе профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации в индустрии туризма и развития человеческого капитала в индустрии гостеприимства, проекты, а именно бесплатные экскурсии, Конкурс «Лучший путешественник по Приморью» и другие.

В разделе «Достопримечательности» можно найти контактную информацию и посмотреть места по категориям наблюдение за животными, горы, пещеры, объекты религиозного и паломнического туризма и другое [40].

На сайте Рязанской области в разделе «О регионе» есть интересные факты о Рязани, туристские каталоги (деловой туризм, справочник для школьника, каталог Рязани) [41].

В разделе «Готовые туры» можно выбрать день, запланированный для посещения, и в предложенных вариантах выбрать подходящий, в разделе аудиогиды представлены те, которые можно послушать, перейдя по ссылке, в разделе проект «Рязань +» туристам предлагается посетить бесплатные экскурсии по городу и получить приятные бонусы [41].

Сайт центра развития туризма Свердловской области по сравнению с другими сайтами очень яркий. На главной странице сайта предлагается посетить тур выходного дня с вариантами на пятницу, субботу и воскресенье [42].

На сайте туристско-информационного центра «Углич» (Ярославская область) есть раздел «Углич на выходные» здесь представлена контактная информация об экскурсиях, прогулках, квестах, велотуры и веломаршруты и другое. Есть информация о мастер-классах и SPA (бани, сауны) перечень, стоимость и контактная информация, конференции и мероприятия, предложенные места, их услуги, контактная информация, а также можно заказать автобус. На сайте можно прорекламировать организацию, есть проект обучения волонтеров в сфере туризма.

В разделе «Услуги ТИЦ», можно ознакомиться со списком предоставляемых услуг и их стоимостью [43]. Обновление новостей, афиш и других событий присутствует на всех сайтах туристско-информационных центров, кроме центра развития туризма Свердловской области по датам, месяцам, годам.

На сегодняшний день в регионе существуют 6 туристско-информационных центра, в том числе центры Красноярска и Красноярского края, рассмотрим и проанализируем подробнее их сайты.

На сайте туристско-информационных центров размещены типичные для сайтов разделы, такие как «Где остановиться», «Как отдохнуть», «Где поесть», «Что посмотреть» [44].

На сайте туристско-информационного центра города Красноярска в разделе «Где остановиться» можно выбрать категорию средства размещения,

звездность и цену (есть цены ниже предложенных в данном разделе), кроме того можно картой рассмотреть месторасположение средств размещения.

В разделе «Как отдохнуть» можно выбрать тип отдыха, например, креативные пространства, пляжи, театры и другие как в разделе «Где остановиться» объекты можно посмотреть на карте [45].

В разделе «Где поесть» можно выбрать категорию предприятия питания, вид кухни и подобрать средний чек.

В разделе «Что посмотреть» можно выбрать категорию отдыха, такие как экскурсии, прогулки, фонтаны и другие объекты [45].

Помимо этого на сайте есть дополнительные разделы, список партнеров, контакты и информация о городе Красноярске с видеороликами, а также ссылки на сайт администрации города Красноярска, главного управления по физической культуре спорту и туризму и МБУ «Красноярский туристско-спортивный центр».

Используемые языки на сайте русский, английский и китайский, есть версия для слабовидящих, в которой можно изменить размер шрифта, цвет сайта.

На сайте туристско-информационного центра Красноярского края на главной странице сайта можно узнать о зимних турах в Енисейской Сибири, эко-парке «Гремячая грива», расписание экскурсии и туров по Красноярску и его окрестностям за месяц, восьми явлениях Красноярского края и другую интересную информацию.

В разделе «Где остановиться» можно выбрать гостиницы, хостелы, базы отдыха, здравницы, гостиницы для животных, где жить в Ергаках и где остановиться в Шарыповском районе.

Можно добавить то, что было бы целесообразно сделать категории по районам Красноярского края.

В разделе «Что посмотреть» можно выбрать для просмотра объекты относящиеся достопримечательностям, культуре, фотолокациям Красноярска, необычным сувенирам и другим объектам.

В разделе «Где поесть» можно выбрать кафе, пабы и рюмочные, вегетарианская еда, гастрономическое путешествие по городу Красноярску, в каждом из предлагаемых вариантов дана краткая информация о заведении (цены и другая полезная информация), но не везде прописано время работы и приблизительные цены [46].

Обновление новостей, афиш и других событий присутствует на обоих сайтах туристско-информационных центров города Красноярска и Красноярского края.

Помимо этого на сайте есть разделы, «Профессионалам», где есть информация о стандартах, презентациях региона, новости для работников туристической индустрии и другая информация.

В разделе «Полезное» можно посмотреть информацию о том, как туристу получить карту гостя, и раздел «Полезная информация для туристов», в которой есть памятка безопасности туристу, перечень пляжей и этнографических мест, карта Красноярска, заповедника «Столбы», пригородных маршрутов и другие разделы, а также ссылки на сайты туроператоров и турагентов, исполнительную власть, министерства экономического развития РФ, регионального портала государственных и муниципальных услуг Красноярского края, Федерального агентства по туризму, туристско-информационного портала города Енисейска, официального портала Красноярского края.

Используемые языки на сайте русский и английский, есть версия для слабовидящих, в которой можно изменить размер шрифта, цвет сайта и отключить изображения.

Завершая обзор, можно отметить, что помимо проанализированных туристско-информационных центров есть и другие туристско-информационные центры, которые активно внедряются на российские территории, добавляя помимо информационной поддержки туристов и новые идеи на свои сайты, тем самым улучшая информационное пространство и возможности для туристов.

2 Современное состояние Манского района Красноярского края

2.1 Характеристика Манского района Красноярского края

Манский район как самостоятельное территориальное образование основан в 1924 году и входит в состав Красноярского края Российской Федерации.

Площадь территории Манского района Красноярского края 5976 кв. км. Границы и статус определены Законом Красноярского края от 24.12.2004 № 13-2864 «Об установлении границ и наделении соответствующим статусом муниципального образования Манский район и находящихся в его границах иных муниципальных образований». Центром Манского района Красноярского края является село с. Шалинское, расположенное на расстоянии 97 км от краевого центра и 15 км от железнодорожной станции Камарчага Красноярской железной дороги. Численность населения 15,780 чел. на 01.01.2017 [37].

Инфраструктуру туризма в Манском районе Красноярского края представляют такие базы отдыха как:

- Спортивно-оздоровительный комплекс «Зеленые горки» (Министерства образования Красноярского края), круглогодичного действия, с высоким уровнем технической оснащенности, наличием горнолыжной трассы, на 300 мест, расстояние от г. Красноярск 60 км;

- база отдыха «Белая сова», частная собственность, круглогодичного действия, на 250 мест, расстояние от г. Красноярск 90 км;

- база отдыха «Раухова мельница», круглогодичного действия, на 90 мест, расстояние от г. Красноярска 90 км;

- база отдыха «Орешная», рядом с п. Орешное, в 110 км от Красноярска, вместимостью до 30 чел.;

- «Баджейская база спелеологов», расположенная в п. Степной Баджей, в 120 км от Красноярска, общей вместимостью до 30 чел.;

- палаточный кемпинг «Лебяжье», п. Жержул, летний сезон, на 50 мест, расстояние от г. Красноярск 120 км;

- база отдыха «Кабарожка» в д. Нововасильевка, круглогодического действия, на 20 мест, расстояние от г. Красноярска 125 км.;

- база отдыха «Нарва» на 12 мест, круглогодичного действия, рядом с фестивальной поляной «ВыСи»;

- база отдыха «Нарва Club», находится в 100 км от Красноярска в с. Нарва, расположена на берегу реки Мана, коттеджный комплекс вместимостью до 30 чел.;

- база отдыха «Таёжная», идеальное место для туристов которые любят активный вид отдыха. База работает круглый год, зимой здесь много лыжных трасс, а летом - экстремальный сплав по реке Мане. Для проживания гостей на базе построены небольшие деревянные домики, общей вместимостью до 15 чел.;

- спортивный аэродром «Манский», расстояние от г. Красноярск около 80 км.

Кроме того на территории Манского района работают несколько туроператоров из г. Красноярска и общественных туристских организаций.

Но, к сожалению, на данный момент туризм характеризуется слаборазвитой туристско-рекреационной инфраструктурой и низким уровнем сервиса. Специалисты в ходе проведенного анализа, и в том числе выездных мероприятий в сельсоветы Манского района Красноярского края, основными проблемами в сфере туризма выделили такие проблемы как:

- неэффективное использование имеющихся туристско-рекреационных ресурсов на территории;

- негативное восприятие местным населением туристов и представителей туристской индустрии извне;

- недостаток квалифицированных рабочих и управленческих кадров в сфере туризма;

- отсутствие заинтересованных местных жителей работать проводниками по местным маршрутам;
- отсутствие бренда территории и, как следствие, слабая информированность потенциальных туристов о преимуществах Манского района Красноярского края и его привлекательности;
- небольшое количество созданных объектов туристского показа;
- слаборазвитая туристско-информационная инфраструктура Манского района Красноярского края;
- небольшое количество средств коллективного и индивидуального размещения вблизи с рядом объектов туристского интереса;
- низкое качество сервиса;
- бюрократическая система, затрудняющая разработку и реализацию проектов в сфере туризма. Отсутствие туризма в «образе будущего» у действующей власти в Манском районе Красноярского края;
- отсутствие в бюджете Манского района средств на софинансирование участия в государственных программах по развитию туризма;
- резкое сокращение туристов в зимний период и межсезонье;
- отсутствие системы обеспечения безопасности на туристских маршрутах для самодеятельных групп, в первую очередь при посещении пещер;
- трудная доступность к ряду объектов туристского интереса, в первую очередь, связанная со слаборазвитой дорожной и транспортной инфраструктурой [48].

По результатам анализа социально-экономического положения Манского района Красноярского края в Стратегии СЭР до 2030 г. сформирована следующая миссия: «Манский район – территория развития сельского хозяйства, туризма, отдыха, место для благополучной жизни и творчества людей» [37].

Также был составлен SWOT-анализ для полного понимания текущего состояния Манского района Красноярского края, смотреть таблицу 3.

Таблица 3 - SWOT-анализ из Стратегии СЭР Манского района

Сильные стороны	Слабые стороны
Близость к краевому центру (г. Красноярск) и развивающимся промышленным городам Железногорск и Сосновоборск. Большие территориальные ресурсы в собственности муниципалитета. Наличие лесных и водных ресурсов.	Большая протяженность района с севера на юг обуславливает различия в транспортной доступности до транспортных узлов и основных рынков сбыта продукции. Ухудшение демографической ситуации: плавный рост естественной убыли населения и миграционного оттока. Низкий уровень заработной платы.
Сильные стороны	Слабые стороны
Развитая автомобильная сеть транзитных дорог с твердым покрытием, связывающая населенные пункты.	Высокий уровень ветхости и изношенности объектов культурного назначения и учреждений социальной сферы. Отсутствие промышленных предприятий в районе. Неразвитая туристическая инфраструктура. Недостаток высокооплачиваемых рабочих мест.
Возможности	Угрозы
Увеличение предпринимательской и социальной активности людей. Появление предприятий по добыче и переработке природных ресурсов Развитие сферы туризма Организация сельскохозяйственных потребительских кооперативов и переработка продукции на собственной технологической линии.	Бюджетные дотации и поддержка очень сильно зависят от политической конъюнктуры и экономической ситуации, в силу чего могут быть сокращены или недофинансированы. Усиление дотационности местного бюджета, повышение зависимости от решений органов государственной власти края, снижение объемов финансовой помощи из краевого бюджета. Увеличение миграционного оттока населения.

С учетом неразрывности и взаимосвязанности социальных и экономических направлений - главной стратегической целью развития Манского района (согласно Стратегии) является «Устойчивое повышение качества и уровня жизни населения, на основе развития сельхозпроизводства, туризма, предпринимательства, личных подсобных хозяйств, развития сферы услуг».

Стратегия также предлагает 2 возможных сценария социально-экономического развития. Для программы за основу взят – умеренно-оптимистичный сценарий, но при этом направления социально-экономического развития, является обеспечивающим решением ключевых проблем.

«Село. Туризм. Культура» - это программа создания территории опережающего развития в Манском районе (ТОР) [37].

Базовый сценарий предполагает повышение эффективности использования всех видов ресурсов. Он предусматривает масштабную активизацию инвестиционных и технологических факторов развития района. Приоритетное внимание будет уделяться улучшению делового климата, привлечению в район инвестиций, созданию благоприятных условий для осуществления хозяйственной деятельности.

Предполагаемые пути и механизмы решений для социально-экономического развития Манского района Красноярского края:

- развитие села – это, в первую очередь, развитие сельскохозяйственного производства и переработки сельскохозяйственной продукции, а также создания современной, надежной системы жизнеобеспечения на селе, дорожной и транспортной инфраструктуры, вовлечение сельского населения в реализацию социальных и культурных инициатив;

- развитие туризма, в том числе экологического и сельского туризма - как отрасли, имеющей наибольшие конкурентные преимущества в Манском районе, позволяющая диверсифицировать структуру экономики района и способствовать созданию условий для экономического роста, через развитие малого и среднего бизнеса в секторе услуг и сервиса;

- развитие культуры – как основы для развития и реализации культурного и духовного потенциала населения района, формирование системы социальной самореализации, развитие потенциала молодежи.

По результатам проведенной стратегической сессии с участием Губернаторского управленческого резерва по вопросу развития территории Манского района в конце 2019 года, были определены ключевые направления работы Администрации района на ближайшие 5 лет, исходя из комплексного анализа имеющихся «барьеров» развития и сформированного в рамках сессии, с участием представителей и депутатов ОМС Манского района, «образа будущего» [37].

Одно из отраслевых направлений развития туризма в Манском районе - «Эффективное использование и вовлечение имеющихся туристско-рекреационных ресурсов Манского района» в него входит:

- разработка концепции и стратегии развития туризма и сопутствующих отраслей в формате ТРК (туристско-рекреационного кластера), с увязкой со Стратегией развития культуры в Манском районе и с учетом конкурентных преимуществ территории, в первую очередь - благоприятная экологическая обстановка в предгорьях Саянской тайги (1 пол. 2020 года);

- реализация проектов муниципально-частного партнерства по благоустройству основных объектов туристского интереса (пещера Большая Орешная, Баджейские пещеры, р. Мана, г. Аргыджек, фестивальная поляна «ВыСи», место размещения палаточного городка «Лебяжья пристань»), развитию дорожной и инженерной инфраструктуры к объектам и увеличению количества мест коллективного размещения, совместно с заинтересованными частными инвесторами, а также с привлечением грантовых ресурсов, субсидий на создание туристско-рекреационных зон и иных ресурсов;

- реализация мероприятий кадровой стратегии Манского района в части проведения профориентационных и мотивационных мероприятий по привлечению рабочих и управленческих кадров в сферу туризма и сервиса в районе, с участием заинтересованных туроператоров и общественных туристских объединений;

- создание туристских брендов территории и реализация мероприятий Стратегии развития туризма в части продвижения и повышения информированности и узнаваемости территории Манского района за ее пределами, в первую очередь через развитие туристско-информационной и интернет инфраструктуры;

- мотивация сельского населения района к благоустройству домохозяйств и развитию народных промыслов, с целью принятия гостей - туристов - в рамках развития направления «сельского» (агро-) туризма, в том числе с

использованием ресурсов Министерства сельского хозяйства Красноярского края по программам развития несельскохозяйственных видов деятельности;

- оценка и создание системы ООПТ в Манском районе;

- запуск и реализация «якорного» инвестиционного проекта - создания горнолыжного комплекса международного уровня «Аргыджек», нацеленного на критическое увеличение туристской массы в районе, в первую очередь в зимний период. Для реализации данного проекта будет создана отдельная проектная команда с включением региональных и федеральных экспертов и представителей органов власти. Тактическая задача - включение данного проекта, не позднее 2022 года в перечень приоритетных проектов «Енисейской Сибири».

- создание официального музея Манского района, объединяющего под своим крылом сеть действующих сельских музеев (музей «Баджейской республики», музей в с. Орешное, п. Первоманске, музейную экспозицию В.С. Высоцкого) [38].

Таким образом, достижение ожидаемых результатов реализации позволит повысить устойчивость системы социальной защиты населения в части оправдания социальных ожиданий на доступное получение качественных государственных и социальных услуг и в конечном итоге повысит удовлетворенность населения качеством жизни.

2.2 Организация процесса исследования

С целью определить предпочтения жителей Манского района Красноярского края в деятельности туристско-информационного центра, было принято решение провести анкетирование.

После проведения анкетирования было выяснено, что в нем приняли участие 664 респондентов, среди них более половины (75%) – респонденты женского пола, и (25%) – мужского пола.

Средний возраст респондентов составил от 25 до 34 лет (34%) и от 35 до 44 лет (34%), также приняли участие респонденты от 12 до 18 лет (1%), от 18 до 24 лет (12%), от остальных респондентов от 45 до 54 лет (12%), от 55 до 64 (6%) и 65 и более лет (1%).

После приведенных данных о респондентах Google Форму было решено закрыть и проводить анализ анкетирования, в ходе, которого выяснились предпочтения в деятельности туристско-информационного центра.

2.3 Анализ социологического исследования

По итогам анкетирования выяснилось, что абсолютное большинство респондентов (98%) хотели бы наличие туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края, это видно в соответствии рисунку 6.

А также 16 респондентов ответили, что туристско-информационный центр в Манском районе не нужен, около 2%.

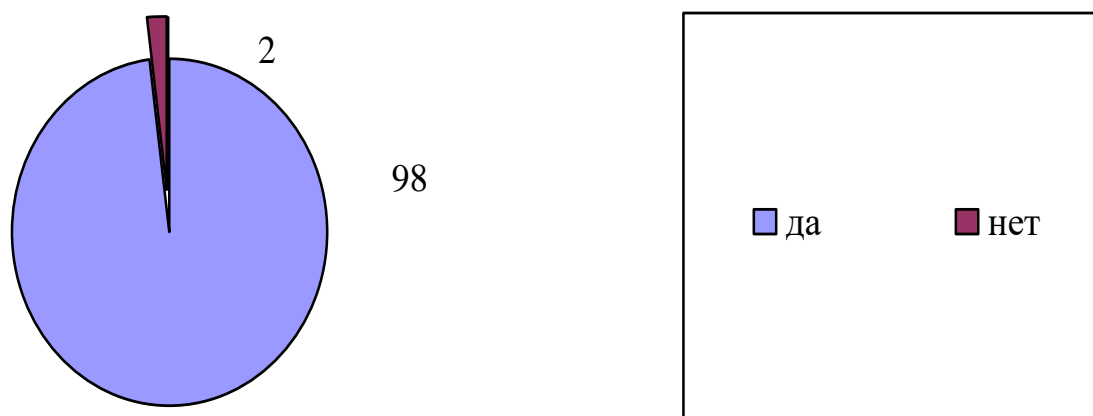


Рисунок 6 – Мнение респондентов о необходимости наличия туристско-информационного центра в Манском районе

Оценивая важность месторасположения будущего туристско-информационного центра для респондентов, было выяснено, что для многих респондентов было бы удобнее, если бы туристско-информационный центр располагался в районном центре с. Шалинское (43%), это видно по рисунку 7.

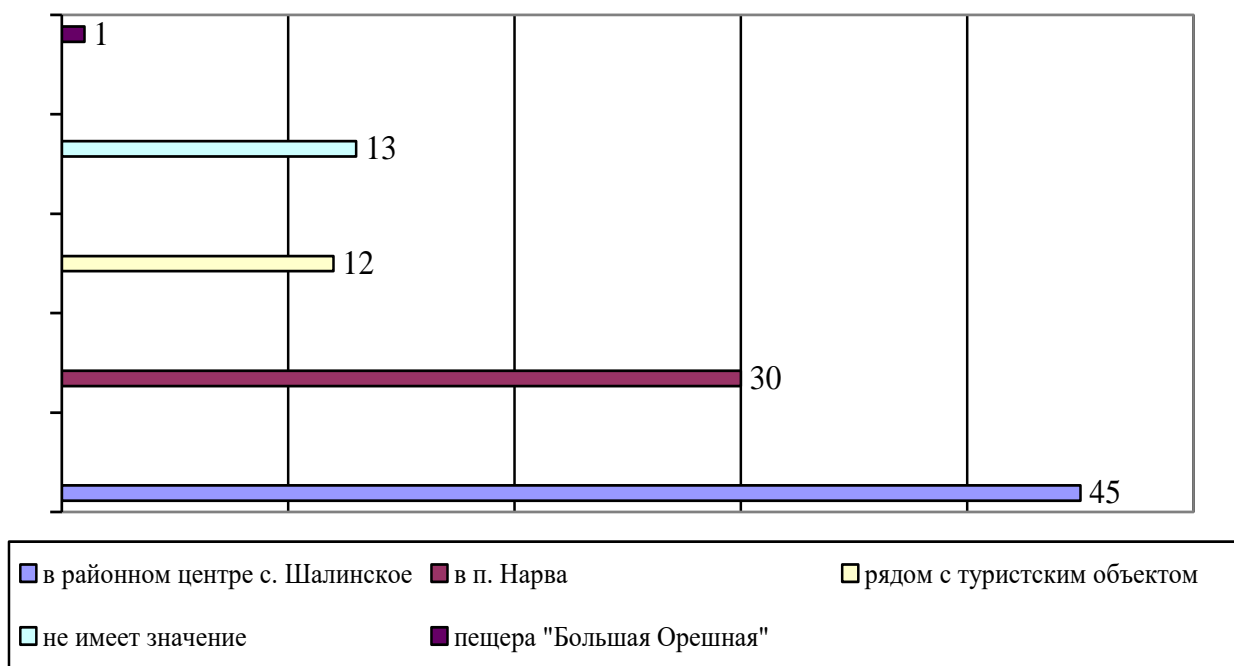


Рисунок 7 – Распределение мнений респондентов по местонахождению туристско-информационного центра

По предпочтениям в услугах будущего туристско-информационного центра большинство респондентов воспользовались бы услугами экскурсионного и транспортного обслуживания: бронированием, заказом, проведением и подбором экскурсии – 67%, прокатом инвентаря - 53%, разработкой сценариев и постановочной работы по 53%, регистрацией на портале государственных услуг - 51%, реализацией сувенирной продукции – 49%, проведение и организация мероприятий – 42%, использование интернета и фото, видео и киносъемка составили по 41%, данные представлены на рисунке 8.

Выяснилось, что абсолютное большинство респондентов (92%) использовали бы интернет при поиске информации о будущем туристско-информационном центре Манского района Красноярского края, 55% респондентов ответили, что использовали бы - буклеты, брошюры и баннеры, мнением окружающих людей воспользовались бы 31 % респондентов, данные представлены на рисунке 9.



Рисунок 8 – Распределение респондентов по предпочтению к использованию услуг в туристско-информационном центре

Поскольку в настоящее время эффективным средством продвижения услуг является «Интернет» [18]. Люди проводят в нем большую часть своего времени, и он доступен каждому у кого есть доступ к нему.

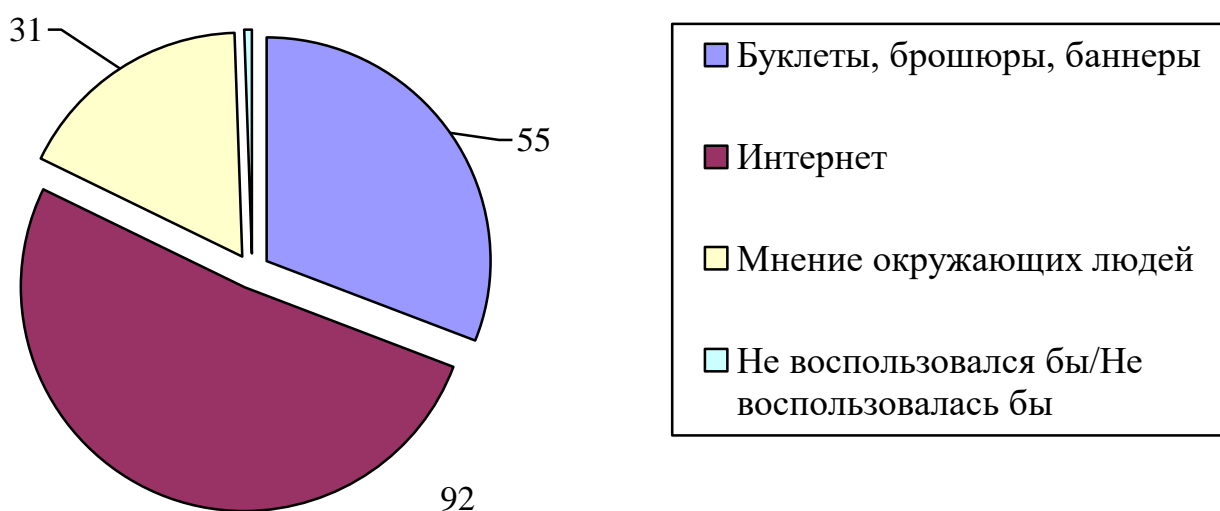


Рисунок 9 – Распределение мнений об источниках получения информации о туристско-информационном центре

Кроме того, по мнению большинства респондентов в туристско-информационном центре они бы хотели видеть точку питания – 88%, а для 12% респондентов не нужно.

В предоставленных вариантах из сувенирной продукции, которая была бы предпочтительнее в туристско-информационном центре Манского района, большинство респондентов предпочли бы магниты - (60%), предметы одежды (футболка, кепка и прочее) – 57%, что представлено на рисунке 10.

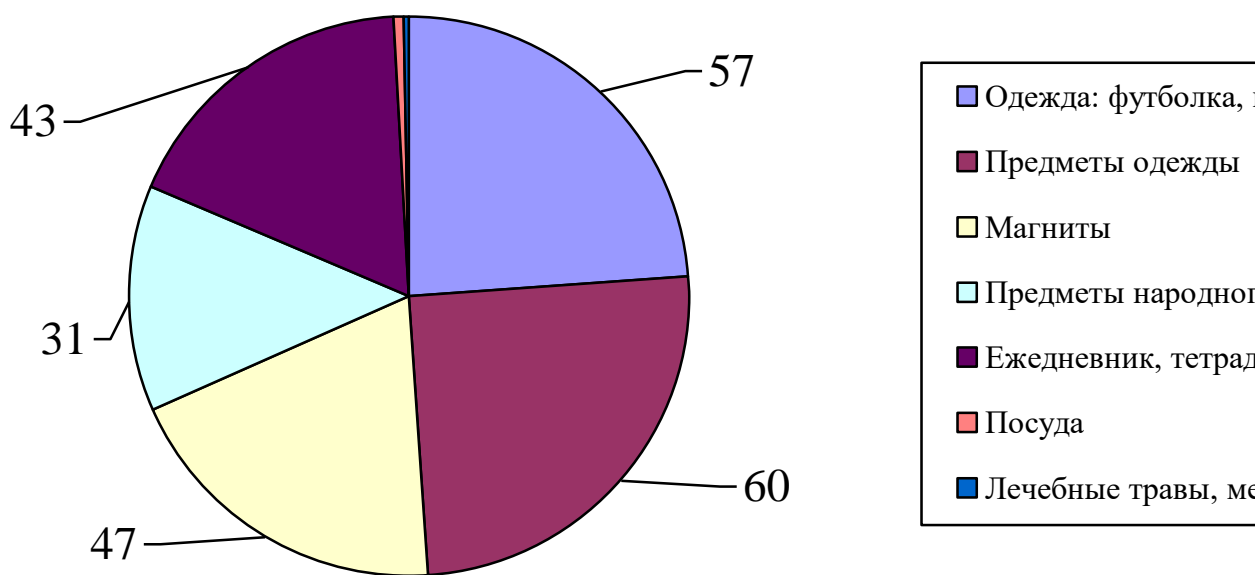


Рисунок 10 – Распределение мнения респондентов о сувенирной продукции в туристско-информационном центре Манского района

Кроме того, небольшое количество респондентов, а именно 2% опрошенных отметили, что хотели бы, чтобы сувениры, которые предлагал бы им туристско-информационный центр Манского района Красноярского края, напоминали бы им о тех местах, где они побывали и о самом Манском районе, и лишь 1% опрошиваемых респондентов ответили, что не хотели бы покупать сувенирную продукцию и не интересуются ей.

С целью узнать, какие услуги респонденты бы предложили для туристско-информационного центра Манского района Красноярского края, большинство респондентов выбрали прогулки и экскурсии: автомаршруты, пешие маршруты – 63%, организация работы со школьниками (проведение

уроков на природе, организация школьных экспедиций и летних экологических лагерей, работа с международными школьными проектами, кружковая работа и прочее) – 51%, наличие Wi-Fi точки доступа для получения любой информации результаты – 49%, приобретение информационных буклетов об объектах, путеводителей и карт – 43%, места для отдыха и ожидания в туристско-информационном центре – 42%, проведение мастер-классов – 37%, трансферы на вокзал или на другом транспорте (автомобиль, минивен, микроавтобус, автобус) – 34%, показаны на рисунке 11.



Рисунок 11 - Распределение мнения респондентов об услугах для туристско-информационного центра

Таким образом, что в настоящее время среди большинства опрошенных, есть желание создания туристско-информационного центра и пользования его услугами, определено месторасположение туристско-информационного центра, которое наиболее привлекательно для респондентов, кроме того большинство респондентов предложили помимо имеющихся услуг в деятельность туристско-информационных центрах добавить точку питания, которой на данный момент нет в туристско-информационном центре Красноярского края.

3 Разработка проекта туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края

3.1 Краткая характеристика туристско-информационного центра Манского района Красноярского края

В 2018 году усилиями организации фонд «РОСТ», за счет средств краевого грантового конкурса для некоммерческих организаций «Партнерство» был реализован 1 этап проекта «ЗАМАНЬЕ - экологический туризм в Манском районе» - начато благоустройство прибрежной зоны река Мана в районе п. Нарва, маршрутов на Манские столбы, а также работа по вовлечению местного населения и молодежи в краеведческую и туристскую деятельность [47].

В 2019 году благодаря слаженной работе Администрации района и фонда «РОСТ» получена поддержка из краевого бюджета на создание туристско-рекреационных зон. Созданы 2 зоны: на фестивальной поляне «ВыСи» и «Заманский» («Нарвинский») родник [47].

Актуальность данного проекта обусловлена необходимостью продвижения туристского потенциала Манского района, как способа сохранения уникального культурного наследия и создание положительного туристского имиджа района.

Туристско-информационный центр начнет свою работу на базе Нарвинского сельского Дома культуры, в перспективе пройдет обучение персонала в данной сфере. Центр в дальнейшем станет участником международной туристической выставки-ярмарки «Енисей» в городе Красноярске, что позволит выйти на рынок туроператоров. Будет продолжена работа совместно с фондом «РОСТ» по проекту «Нарвинский» и «Заманье». Туристско-информационный центр будет активно распространять информацию на бумажных и электронных носителях и в сети Интернет на:

- буклетах, картах, путеводителях, реестрах предприятий туристской индустрии;

- будет интенсивно развиваться, и реализовываться проект создания и распространения информации на CD-дисках (планы и схемы местностей, туристских центров описаний, фотоиллюстративного материала). Все эти носители будут активно распространяться на выставках, реализовываться посетителем на местах прохождения туристских потоков;

- и другое.

Приоритетная долгосрочная цель работы туристско-информационного центра (вне зависимости от масштаба деятельности и места расположения) – увеличение вклада туристской отрасли в экономику Манского района и региона в целом.

С 2019 года де-юре отделу культуры администрации района вверено в полномочия вести работу по туризму в районе. Для этого, распоряжением Главы Манского района, назначен ответственный сотрудник в составе отдела за координацию этой работы. Кроме того, на заведующего филиалом сельского дома культуры в п. Нарва возложены функции организации работы туристско-информационного центра.

На базе МБУ ДОД «Районный дом детского творчества» работает МОО «Манская юность», которая имеет богатый и успешный опыт в реализации проектов, в том числе с привлечением грантов, по развитию туризма среди молодежи, в течение последних 10 лет.

Вопросы, связанные с развитием туризма, как отрасли экономики района, курирует начальник отдела экономики и планирования администрации района Климосенко Николай Николаевич.

Кроме того, распоряжением Главы Манского района создана рабочая группа по развитию туризма в районе, которая призвана разрабатывать предложения по развитию туризма и координировать работу по ключевым проектам развития отрасли в территории.

В состав рабочей группы вошли представители администрации района, депутаты районного совета, а также представители туристического бизнеса и НКО, работающих на территории района, в том числе Фонда «РОСТ» (развитие

туристско-рекреационных зон, реализация социальных проектов в области туризма), ТК «Альтамира» (база спелеологов в Степном баджее, организация сплавов по Мане от п. Нарва и Жержул и проект «Баджейская республика»), туристский клуб «2 лимона» (организация сплавов от п. Нарва, заинтересованность в инвестициях в создание горнолыжной трассы на Яворовских полях).

Сельский туризм в районе находится в проектируемом состоянии. Главным образом он представлен в с. Степной Баджей, где на базе сельской усадьбы создана Баджейская база спелеологов и Изба ремесел, а также ряд местных жителей периодически принимают у себя туристов, приезжающих посетить пещеры. В других населенных пунктах района организованных элементов сельского туризма сегодня не наблюдается, за исключением частных инициатив приглашение друзей из города в гости местными жителями на безвозмездной основе.

При этом на западе, в том числе в западной части России, сегодня это направление туризма становится все более популярным и позволяет сельским жителям зарабатывать на оказании услуг гражданам по проживанию, организации питания сельскими продуктами собственного производства, организации эко-ферм, контактных зоопарков, проведении ярмарок местными сообществами.

Однако сами по себе природные ресурсы, сельские домохозяйства и культурное наследие, которыми обладает Манский район, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма. Необходимо наличие и развитие туристской инфраструктуры.

МБУК «Манская централизованная клубная система» и МБУК «Манская межпоселенческая библиотека» имеют свои филиалы во всех сельсоветах, где существуют объекты туристского интереса.

У данных учреждений культуры сегодня есть устоявшийся круг задач, ряд из которых уже отвечает вопросам развития туризма и его информационного обеспечения.

Так к типовым задачам филиалов ЦКС относятся такие задачи:

- сохранение и развитие народных обычаев и традиций;
- информационное обеспечение населения в области культуры и искусства;
- организация досуга граждан, создание условий для активного отдыха;
- организация активного отдыха, выполнение рекреационных функций, создание условий для полноценного досуга населения;
- создание благоприятных условий для организации культурного досуга и отдыха жителей;
- предоставление услуг социально-культурного, просветительского, оздоровительного и развлекательного характера, доступных для широких слоев населения;
- развитие современных форм организации культурного досуга с учетом потребностей различных социально-возрастных групп населения.

Задачами библиотечной системы являются:

- организация, в том числе, информационного обслуживания пользователей библиотек;
- выставочная деятельность, проведение культурно-просветительских и образовательных мероприятий (акции, праздники, конкурсы) по продвижению чтения и книги.

Сегодня часть филиалов клубной система в большей степени ориентирована на оказание услуг в сфере туризма широкому кругу населения, в том числе и туристам.

Однако, согласно существующих современных тенденций в области развития туризма в мире, а также согласно мнений профессионалов туристской индустрии, сегодня наибольшим спросом у приезжающих туристов пользуются

аутентичные туры и экскурсии выходного дня с максимальным погружением в быт и культурные традиции местности пребывания [37].

Способом передачи аутентичности всегда были культурные мероприятия, обычаи и ремесла местного населения, историческая и культурологическая информация о своей малой родине, легенды, старинные здания и церкви.

Блок организации культурно-массовых мероприятий, в первую очередь брендовых (фестиваль авторской песни и поэзии «Высоцкий и Сибирь», «Кубок мертвых земель» - гонки на внедорожниках в Первоманске, «Mana Snow Racing» - гонки ледяной глади озера в с. Шалинское, байкерский фестиваль на берегу Маны и другое), сегодня уже почти полностью закрывается сотрудниками филиалов МБУК «Манская ЦКС» и комитетом по физической культуре и спорту Манского района.

Музыкальное творчество в районе осуществляется в течение года на постоянной основе, проводятся 3 районных конкурса («Сделано в СССР», «Манская жемчужинка», «Звени и пой, район мой Манский»). Коллективы театрального искусства работают в течении творческого сезона, проводится районные конкурсы театрального искусства («Премьера», «Золотой ключик»), поэты и чтецы охвачены работой Манской межпоселенческой библиотекой.

Но при этом эти мероприятия не всегда имеют свое логическое продолжение внутри сельских поселений, куда могут приехать туристы.

В этой части, используя имеющийся опыт, сотрудники сельских домов культуры и клубов, в местах туристского интереса, с привлечением местного населения, могли бы стать основными организаторами театрализованных (постановочных) мероприятий, а также центрами привлечения ремесленников к организации мастер-классов и продаже своей продукции в дни приезда организованных групп туристов в территорию - в качестве платных услуг, которые позволят повысить показатели результативности в рамках работы по реализации национального проекта «Культура».

В первую очередь, это относится к следующим сельским поселениям Выезжий Лог, Степной Баджей, Орешное, Колбинское, Нарва, Большой Унгут, Жержул, Шалинское, Сугриное, Первоманский сельсовет.

Кроме того, на базе Нарвинского СДК предполагается организовать производство сувенирной продукции для туристов.

При этом, сотрудники библиотечной системы сегодня, на наш взгляд, обладают богатейшим информационным и кадровым потенциалом, способным обеспечить глубокое информационное наполнение туристско-экскурсионных программ по вопросам знания местных культурных традиций и обычаев, исторически значимых событий и легенд об объектах туристского интереса, старинных зданий и церквей.

Также сотрудники библиотек, владея полным объемом информации о своем селе и объектах туристского интереса, могут системно транслировать данную информацию в социальные сети, предоставлять ее в туристско-информационный центр для размещения на сайте и в СМИ.

В связке с работниками МБУК «Нарвинского сельского дома культуры», работники библиотек могут в полной мере закрывать культурологический и информационный блок в рамках организованных туристско-информационным центром или туроператорами программ для туристских групп и индивидуальных туристов.

С учетом перспектив развития туризма в Манском районе и увеличения туристского потока, в ряде сельсоветов из перечисленных выше, считаем, в первую очередь, целесообразным создание сети филиалов районного туристско-информационного центра в ряде населенных пунктов представленных в таблице 4.

Таблица 4 - Проектная сеть филиалов районного туристско-информационного центра в Манском районе

Населенный пункт	Специализация	Точки ТИЦ
Выезжий Лог	Аргыджек, Манские столбы, фильм «Хозяин тайги»	Не определено

Окончание таблицы 4

Населенный пункт	Специализация	Точки ТИЦ
Степной Баджей	«Баджейская республика», Баджейские пещеры	Музей «Баджейской республики» (в школе) «Изба ремесел» (частная)
Орешное	Пещера Большая Орешная	Не определено
Нарва	река Мана и все объекты «Заманья»	ТИЦ «Заманье» на базе здания СДК или библиотеки
Колбинский	Сельский туризм (агротуризм)	Не определено
Большой Унгут	река Мана и проект «Плотогоны»	ТИЦ «Плотогоны» на базе СДК, в случае переезда библиотеки в здание СДК - на ее базе
Первоманский сельсовет	«Врата МАНАполиса», агротуризм	Не определено
Шалинское	Парк КульТуры «Манаполис» и брендовые культурно-массовые мероприятия, фермерский рынок (ярмарка)	Центральный филиал ТИЦ с инфраструктурой и экскурсоводами из ММБ

Ключевым блоком организации работы по направлению деятельности ТИЦ в Манском районе должна стать работа по созданию туристского потока в Манский район, для которого и будет собираться информация библиотеками и разрабатываться сельскими клубами маркетинговые мероприятия, а также PR и реклама.

При этом работу по формированию и продвижению туристских продуктов должны, в первую очередь, взять на себя туроператоры и туристские базы, работающие в Манском районе.

Работу же по продвижению туроператоров и туристских баз Манского района, наряду с PR основных объектов туристского интереса (социальные сети, сайт, полиграфическая продукция, участие в выставках и т.п.), должно взять на себя НКО (фонд «РОСТ»), работающее на территории района в сфере туризма, с привлечением специалистов в области маркетинга, PR и рекламы, при содействии Администрацией Манского района.

В целях реализации данного проекта по созданию структуры Туристско-информационного центра Манского района предлагается объединение субъектов туристско-информационной деятельности, заинтересованных в формировании (увеличении) организованного туристского потока для

посещения объектов туристского интереса с рекреационными целями, культурно-туристских мероприятий и отдыха на объектах туристского сервиса.

Объединение предлагается в форме некоммерческого партнерства. Данная форма позволяет объединить как юридические, так и физические лица, для достижения общей цели, в том числе для получения дохода от экскурсионной и культурно-просветительской деятельности сотрудниками учреждений культуры, реализации сувенирной продукции, оказания платных услуг размещения, питания и прочего туристского сервиса туроператорами и туристскими базами - членами некоммерческого партнерства.

Таблица 5 - Предполагаемые члены некоммерческого партнерства

Субъекты	Основной функционал	Эффекты
Директор МБУК «ЦКС»	Организация интерактивных культурных постановок (анимация) и культурно-массовых мероприятий (событий) для организованных групп туристов (ОГТ) работниками СДК; Изготовление сувенирной и полиграфической продукции на базе одного из домов культуры; Организация работы с ремесленниками в сельсоветах через сеть СДК - формирование базы данных, создание интернет-магазина, организация мастер-классов для туристов.	Мероприятия организуются на платной основе филиалами (СДК) в рамках нацпроекта «Культура». Интернет-магазин, созданный на базе ЦКС приносит доход от продажи изделий ремесленников и сувенирной продукции.
Директор МБУК «ММБ»	Сбор и обобщение информации об объектах туристского интереса (ОТИ), старинных зданиях и церквях, в т.ч. исторические и культурологические справки; Систематическое размещение информации об ОТИ в социальных сетях. Проведение краеведческих семинаров для экскурсоводов.	Повышение мотивации работников библиотек к изучению своей малой Родины и трансляции информации экскурсоводам
НКО в сфере туризма, работающие в районе (по согласованию)	Содействие привлечению на территорию Манского района потенциальных туристов из своих целевых групп. Реализация своих проектов в сфере туризма на территории МАНАполиса.	Увеличение потока, в т.ч. самостоятельных туристов. Создание предпосылок для развития туристской инфраструктуры

Окончание таблицы 5

Субъекты	Основной функционал	Эффекты
Директора школ района Выезжий Лог, Степной Баджей, Орешное, Нарва, Большой Унгут, Первоманский сельсовет Шалинское (по согласованию)	Вовлечение заинтересованных учителей в организацию экскурсионной деятельности на территории своего сельсовета. Организация туристско-краеведческой работы со школьниками, в проектной форме, в рамках формирования фондов школьных музеев, реализации краеведческих проектов и конкурсов, реализации профориентационного проекта “Школа юного экскурсовода (инструктора-проводника)”	Возможности дополнительного дохода для учителей, в качестве экскурсоводов. Формирование знаний и навыков, создание предпосылок для развития кадрового потенциала отрасли туризма в районе. Мотивация учащихся к возвращению в родное село после обучения в городе.
Фонд ПСЭР «РОСТ» с привлечением профессиональных маркетологов	Продвижение ключевых ОТИ, туроператоров и турбаз Манского района в социальных сетях; участие в выставках и культурно-массовых, деловых мероприятиях по продвижению района; распространение полиграфической продукции; организация работы с входящим турпотоком; координация взаимодействия с туроператорами и турбазами; организация экскурсионных программ для ОГТ; координация проектов по развитию туристской инфраструктуры; разработка и обкатка новых туристских маршрутов (турпродуктов). Разработка и проведение брендовых экскурсионных маршрутов по территории Манского района. Продвижение в СМИ событий и ОТИ; разработка маркетинговых мероприятий и рекламных кампаний событий, ОТИ и района в целом.	Организацией работы с входящим турпотоком и организацией экскурсий занимаются сотрудники фонда за комиссионное вознаграждение в рамках деятельности НП. Новые маршруты аккредитуются и реализуются туроператорами с уплатой комиссии НП. Доход от экскурсионной деятельности. Услуги оказываются НП организаторам событий и заинтересованным туроператорам в рамках их бюджетов.
МОО «Манская юность»	Вовлечение молодежи Манского района в организацию туристских мероприятий и событий.	Экономический эффект от привлечения грантового финансирования
Главный редактор газеты «Манская жизнь»	Ведение постоянной рубрики о туризме в Манском районе	Информирование местных жителей для изменения отношения к “понаехавшим”
Туроператоры и турбазы (по согласованию)	Организация и проведение маршрутов и программ с привлечением к проведению членов партнерства, работников СДК и библиотек, в сфере социального туризма, с привлечением субсидий Агентства по туризму	Доход от организации и проведения туристских мероприятий, организованных в рамках совместной деятельности ТИЦ

Участие в партнерстве директоров учреждений культуры, как физических лиц, обусловлено тем, что необходимо сохранить статус негосударственной некоммерческой организации некоммерческим партнерством (НП) для возможности привлечения грантового финансирования. Участие других НКО и коммерческих компаний, с одной стороны не ограничивает возможность привлечения грантового финансирования, с другой стороны, позволяет привлечь ресурс партнеров в полной мере.

В идеальном состоянии необходимо создание ТИЦ в качестве юридического лица с штатом сотрудников, в том числе экскурсовод (инструктор), маркетолог и так далее. В таком случае, возможно заключить соглашение о взаимовыгодном сотрудничестве с МБУК «Манской централизованной клубной системой» и МБУК «Манской межпоселенческой библиотекой». Работники культуры могут оказать помощь в формировании туристского продукта и пригласить на плановые мероприятия в течение года.

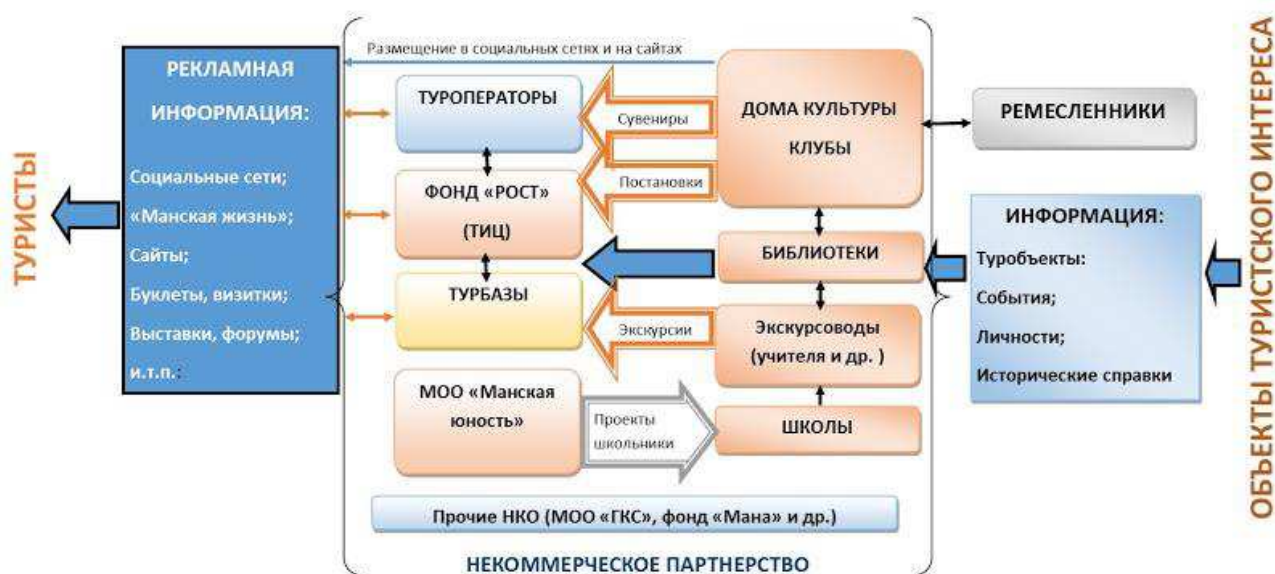


Рисунок 12 - Схема взаимодействия субъектов и объектов в структуре туристско-информационного центра ТИЦ

Для повышения статуса и ресурсности предлагаемой к созданию структуры ТИЦ, данный проект будет согласован с Агентством по туризму Красноярского края и Министерством культуры Красноярского края.

Также планируется заключение соглашения о сотрудничестве с краевым Агентством поддержки малого бизнеса Красноярского края, в части оказания содействия в развитии СМП, работающим в сфере туризма на территории Манского района.

Таблица 6 - План мероприятий по созданию туристско-информационного центра Манского района

№ п/п	Наименование мероприятий	Источник финансирования	Срок реализации
1	Оптимизация штатного расписания учреждений культуры для поиска ресурсов на обеспечение деятельности специалиста по развитию туризма	Бюджет Манского района	апрель-май 2020
2	Согласование Концепции развития туризма в Манском районе с Агентством по развитию туризма и Министерством культуры Красноярского края		апрель-май 2020
3	Разработка и утверждение (в т.ч. согласование корректировок параметров бюджета с Райсоветом) муниципальной целевой программы развития туризма в Манском районе на 2020 год	Бюджет Манского района (средства из п.1 табл.)	май 2020
4	Разработка положения и проведение конкурса субсидий для СО НКО по организации мероприятий МЦП развития туризма в Манском районе на 2020 год	Бюджет Манского района (МЦП)	май 2020
5	Реализация мероприятий МЦП по развитию туризма СО НКО, с привлечением к работе кандидатов на должность муниципальной службы специалиста по развитию туризма в Манском районе (выпускник профильного вуза)	СО НКО	декабрь 2020
6	Разработка и утверждение муниципальной целевой программы развития туризма в Манском районе на 2021 год, с сохранением объемов финансирования не ниже 2020 года	Бюджет Манского района (средства из п.1 табл.)	ноябрь-декабрь 2020
7	Оптимизация ставок муниципальной службы и включение в штатное расписание 2021 года должности ведущий специалист по развитию туризма в составе отдела культуры и туризма Администрации Манского района	Бюджет Красноярского края (в части обеспечения ФОТ должностей муниципальной службы)	ноябрь-декабрь 2020
8	Создание Некоммерческого партнерства «Туристско-информационный центр Манского района»	Средства учредителей	декабрь 2020
9	Проведение конкурса субсидий для СО НКО по организации мероприятий МЦП развития туризма в Манском районе на 2021 год	Бюджет Манского района (МЦП)	январь 2021

Окончание таблицы 6

№ п/п	Наименование мероприятий	Источник финансирования	Срок реализации
10	Реализация мероприятий МЦП развития туризма в Манском районе на 2021 год, выигравшей СО НКО	СО НКО	декабрь 2021

Бюджет Манского района Красноярского края будет формироваться из грантов/субсидии Правительства края на развитие инфраструктуры муниципального образования.

А именно, Постановление Правительства Российской Федерации от 07.12.2019 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на грантовую поддержку общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма» № 1619 вступившее в силу с 01.01.2020 г [11].

В соответствии с Правилами, Федеральным агентством по туризму в 2020 г. запланирован конкурс на предоставление грантов.

Во 2 квартале 2020 г. на официальном сайте Федерального агентства по туризму будет опубликована информация о проведении конкурса, в том числе:

- требования к содержанию, форме и составу заявки;
- календарный план-график процедуры конкурсного отбора;
- порядок, место, даты начала и окончания срока подачи заявок;
- порядок, место, дату и время рассмотрения заявок;
- положение о конкурсной комиссии для оценки заявок и ее состав;
- методику формирования рейтинга заявок, порядок и сроки оценки заявок.

Таким образом, деятельность туристско-информационного центра Манского района Красноярского края не должна ограничиваться информационно-консультационным обслуживанием, поэтому туристско-информационный центр (в дальнейшем ТИЦ) должен функционировать как элемент туристской инфраструктуры, который непосредственно влияет на

удовлетворение потребностей туристов и туристскую привлекательность территории [11].

3.2 Описание разработки проекта

Деятельность в рамках проекта можно разделить на три этапа:

1. Подготовительный этап. Подразумевает под собой работу над созданием материально-технической базы туристско-информационного центра. Организацию определенного пространства, где будет предоставлена информация о местных туристских продуктах, достопримечательностях, исторических ценностях региона, мероприятиях, экскурсионных маршрутах, транспорте. Здесь будут размещены буклеты, постеры, путеводители, сувенирная продукция.

2. Основной этап. Мероприятия основного этапа отражают основную задачу - развитие туристской инфраструктуры, определенную в стратегии социально-экономического развития Манского района до 2030 года:

- создание базы данных (библиотеки) туристских маршрутов по территории «Заманья» и всего Манского района, совместно с туроператорами района, предполагает методическую работу специалиста, который проанализирует все представленные в информационном поле предложения по маршрутам района и систематизирует их;

- формирование и запуск, совместно с туроператорами, брендового туристического маршрута, не менее одного. Предполагает, что будет проведен анализ наиболее перспективных «точек роста» и туристского интереса на территории района, в том числе из сформированной базы действующих туристских маршрутов. Будут проведены соответствующие консультации со специалистами-маркетологами. В итоге будет сформирован 5-7-дневный брендовый туристский маршрут экологической направленности, охватывающий ряд туристских объектов;

- мероприятия по продвижению бренда территории - развитие внутреннего туризма посредством работы информационно туристского центра:

- создание сайта (страницы на сайте района) о деятельности туристско-информационного центра и туризме Манского района, а также создание и разработка сайта «Заманье» и его обслуживание, которое позволит получить нужную информацию в любое удобное время для посетителя;

- создание и ведение 2 групп в социальных сетях (Facebook, Instagram) по туризму в Манском районе и деятельности туристско-информационного центра. Раскрутка групп через инструменты SMM и работу с блогерами;

- размещение информации о маршрутах и мероприятиях в сфере туризма в Манском районе в местных (газета «Манская жизнь», сайт администрации района, группы района в социальных сетях), региональных (краевые газеты, новостные порталы и телеканалы) и федеральных СМИ (по согласованию) – подготовка статей и фото-материалов;

- участие в туристической выставке «Енисей» в 2020 году. Должны быть подготовлены буклеты (500 шт) о имеющихся туристских объектах района и действующих туристских маршрутах и туроператорах. По возможности, предложение по сотрудничеству в рамках реализации брендового маршрута.

- мультимедийное обеспечение деятельности туристско-информационного центра – закупка необходимого оборудования для изготовления сувенирной продукции, а также афиши, плакаты и постеры, буклеты и так далее;

- привлечение посетителей туристско-информационного центра (категория людей с активной жизненной позицией, увлекающихся активным отдыхом) через продвижение в социальных сетях и через туроператоров, работающих в районе (не менее 50 человек);

- мероприятия по вовлечению местного населения в процесс развития экологического и культурно-познавательного туризма:

- организация и проведение проектировочного семинара (не менее одного) по развитию туризма в «Заманье» с жителями п. Нарва и соседних

сельских советов (не менее 10 чел) – включение местных жителей в рабочую группу по разработке туристских маршрутов;

- проведение волонтерской экологической акции со школьниками и учащимися клубных формирований СДК (не менее 10 чел) по высадке деревьев, на созданной ТРЗ «Заманский родник»;

- проведение «исследовательской экспедиции» с участием местного населения близлежащих к п. Нарва пещер Пимийская и Нарвская и подготовка предложений по их дальнейшему туристско-рекреационному использованию для Администрации района и потенциальных инвесторов;

- проведение творческого экологического конкурса среди жителей Манского района (совместно с МБУ «Централизованная клубная система»), по созданию арт объектов в парковой зоне «Нарвинский родник»;

- проведение лекций (не менее пяти) в образовательных учреждениях (школах района) о развитии туризма в территории и имеющихся туристско-рекреационных возможностях. А также о развитии кадрового потенциала в области туризма в Манском районе (охват, не менее 50 чел).

- площадка туристско-информационного центра на брендовом социально-культурном мероприятии Манского района - краевой фестиваль авторской песни и поэзии «Высоцкий и Сибирь» - организация и проведение площадки по экологическому туризму с участием местного населения и привлечением известных людей (не менее 100 посетителей площадки).

- проведение не менее одного информационного тура (маршрут выходного дня, с пятницы до воскресенья) на безвозмездной основе, по объектам, включенным в брендовый туристский маршрут не менее чем для 30 человек, в первую очередь лидеров общественного мнения (блогеры, журналисты, руководители крупных коллективов, интересующиеся туризмом, туроператоры и турагенты), которые в последующем будут распространять информацию об объектах туристского интереса через «сарафанный маркетинг».

3. Заключительный этап. Подготовка финансового и аналитического отчета.

На протяжении всего проекта предполагается проведение мониторинга: анкетирование целевой группы, книга отзывов на мероприятиях, фокус группа с командой реализации проекта.

Таким образом, в рамках деятельности туристско-информационного центра сформируется обширная база знаний краеведческой тематики, которую следует использовать не только для информационного обслуживания туристов и экскурсантов, но и для повышения историко-культурной грамотности населения. Наладится межведомственное взаимодействие, информационный обмен туристско-информационного центра с образовательными учреждениями района и г. Красноярска.

3.3 Расчеты разработки проекта

Для организации данного проекта необходимо рассчитать стоимость деятельности в рамках выше перечисленных этапов, график деятельности представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Расширенный календарный график выполнения проекта

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Результат	Наименование отчетных материалов
1	Проектировочный семинар рабочей группы по развитию туризма с местными жителями	Февраль - март	Постоянно действующая рабочая группа, включающая экспертов и местных жителей	Списочный состав
2	Участие в туристической выставке «Енисей»	Март	Партнеры туроператоры и турагентства	Фотографии, банк данных партнеров
3	Подготовка помещения для ТИЦ	Март	Готовое помещение	Фотографии
4	Приобретение и монтаж оборудования в ИТЦ	Март	Оборудование	Договор, фотографии
5	Изготовление и размещение афиш, плакатов и постеров, и буклетов	Март	Готовый материал	Фотографии

Продолжение таблицы 7

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Результат	Наименование отчетных материалов
6	Создание и наполнение сайта по туризму в Манском районе	Март-сентябрь	Заполненный информацией сайт	Договор
7	Создание и раскрутка групп в социальных сетях ТИЦ	Март-сентябрь	Группы в Facebook и Instagram, не менее 300 подписчиков	Скриншоты
8	Сборка базы данных туристских маршрутов и разработка «брендовых» и экологических маршрутов	Март-сентябрь	База информации, 2-3 туристских маршрута	Карта топографическая, Каталог маршрутов
9	Отборочный тур творческого экологического конкурса по созданию арт-объектов в парковой зоне «Нарвинский родник»	Апрель	Эскизы арт-объектов	Фотоотчет
10	Размещение информации о ключевых мероприятиях проекта в СМИ	Май-сентябрь	Информация на сайте, статья в газете	Скриншоты, копия статьи
11	Акция «Сады», посадка деревьев ТРЗ «Заманский родник», с участием администрации и жителей села Нарва	Май	Высаженные деревья	Фотоотчет
12	Экологический патруль, чистка берега реки «Мана», с участием школьников Нарвинской СОШ	Май, август	Организованная работа по сбору мусора в мешки на берегах реки Маны	Фотоотчет
13	Финал творческого конкурса по созданию арт-объектов в парковой зоне «Заманский родник»	Июнь	3 новых арт-объекта на территории парковой зоны «Заманский родник»	Фотографии
14	Изготовление сувенирной и печатной продукции для посещающих ТИЦ туристов	Июнь-сентябрь	Готовая продукция	Фотографии
15	Площадка по экологическому туризму в на краевом фестивале авторской песни и поэзии «Высоцкий и Сибирь»	Июль	Информирование населения, распространение рекламной продукции	Фотографии
16	Экспедиция по исследованию пещер Пимийская и Нарвская	Август	Оценены возможности туристского использования пещер	Аналитическая справка и фотоотчет
17	Серия лекций в школах района о развитии туризма	Сентябрь - Октябрь	Готовая презентация и доклад, вовлечение школьников	Фотографии

Окончание таблицы 7

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Результат	Наименование отчетных материалов
18	Проведение инфо-тура по эко-туристскому маршруту(ам) с посещением ТИЦ	Сентябрь	Паспорт маршрута с учетом рисков при его проведении	Фотоотчет и посты в социальных сетях, на сайте
19	Обработка результатов мониторинга и подготовка отчетной документации	Ноябрь - декабрь	Готовая информация и отчет	Копии анкет, отзывов и отчеты

Срок исполнения может быть перенесен в связи с отсутствием грантовой поддержки.

Ожидаемые результаты от проекта:

- развития внутреннего туризма на территории Манского района Красноярского края;
- экономическая вовлеченность территории в туристский пласт региона;
- продвижения бренда Манского района в регионе и в том числе по России;
- рост социальной активности населения, затрагивающую область сохранения культурного наследия Манского района;
- получение опыта реализации социально-культурных проектов;
- повышение имиджа Манского района Красноярского края.

Оценка эффективности проекта:

- созданы 2 группы туристско-информационного центра в социальных сетях;
- прирост участников в группах по окончанию проекта более чем на 50%, способствующих росту социальной активности в области сохранения культурного наследия Манского района Красноярского края;
- сформируется обширная база знаний краеведческой тематики Манского района Красноярского края;
- разработаны как минимум 2 туристских маршрута;
- проведены лекции в образовательных учреждениях о развитии туризма в Манском районе, участниками которых станут не менее 150 учащихся.

В дальнейшем проект туристско-информационного центра продолжит свою работу на базе Нарвинского сельского Дома культуры, в перспективе пройдет обучение персонала в данной сфере.

Центр в дальнейшем станет участником международной туристической выставки-ярмарки «Енисей» в городе Красноярск, что позволит выйти на рынок туроператоров. Будет продолжена работа совместно с фондом «РОСТ» по проекту «Нарвинское Заманье».

Туристско-информационный центр продолжит активно распространять информацию на бумажных и электронных носителях и в сети Интернет:

- буклеты, карты, путеводители, реестры предприятий туристской индустрии;

- информация на CD-дисках и видеороликах. Будет интенсивно развиваться и реализовываться проект создания и распространения информации на CD-дисках (планы и схемы местностей, туристских центров описаний, фотоиллюстративного материала). Все эти носители будут активно распространяться на выставках, реализовываться посетителем на местах прохождения туристских потоков.

Расчёт стоимости проекта туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края:

Таблица 8 – Расчет стоимости проведения проектировочного семинара рабочей группы по развитию туризма с местными жителями

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Зарплата менеджера проекта	2	мес	20000	40000
Гонорар специалиста по фасилитации	0,5	мес	50000	25000
Отчисления в фонды	30,20%	-	65000	19630
Бумага для флипчарта	20	штук	700	700
Однотонные круглые этикетки	1	пачка	200	200
Маркеры	12	штук	70	840
Бумага белая А4	5	коробок	250	1250
Бумага цветная офисная (синяя)	1	пачка	300	300
Скотч	2	штук	100	200
Магниты	10	штук	200	400

Окончание таблицы 8

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Ручки	50	штук	25	1250
Командировочные и транспортные расходы	2	поездки	1032	2064
Бутилированная вода	50	штук	60	3000

Итого: 94 834 рублей.

Заработная плата менеджера проекта за 1 месяц 20000 рублей, за отработанные 2 месяца сумма к оплате 40000 рублей.

Гонорар специалиста по фасилитации за месяц составляет 50000 рублей, значит за полмесяца он должен получить примерно 25000 рублей.

Средний гонорар фасилитатора зависит от работы за день (от 4-х до 8-ми часов) в диапазоне 30-50 тыс. рублей.

Отчисления в фонды оплаты труда рассчитывается по формуле:

$$B = A - \text{НДФЛ}, \quad (3.1)$$

где А – сумма отчисления в фонд оплаты труда (ФОТ);

НДФЛ – 13%; В – сумма перечисляемая специалисту.

Для расчета расходов на оплату труда менеджеру и фасилитатору вместе с налогами, воспользуемся формулой:

$$E = C * D, \quad (3.2)$$

где С – количество отработанных месяца;

Д – сумма отдаваемая фонд оплаты труда.

Рассчитаем налоги на ФОТ для менеджера:

$$20000 - 2600 = 17400 \text{ руб.}$$

$$30,2\% = 6040 \text{ руб.}$$

Рассчитаем налоги на ФОТ для фасилитатора:

$50000 - 15100 = 34900$ руб.

$30,2\% = 15100$ руб.

Менеджер и фасилитатор:

$2 \text{ мес.} * 20000 = 40000$ ($30,2\% = 12080$)

$0,5 \text{ мес.} * 50000 = 25000$ ($30,2\% = 7550$)

$40000 + 25000 = 65000$ руб.

$12080 + 7550 = 19630$ руб.

$65000 + 19630 = 84630$ руб. - сумма расходов на оплату труда вместе с налогами.

Оборудование не требуется, поскольку есть на базе СДК «Нарва».

Транспортные расходы на ГСМ для проезда 2 раза в п. Нарва, а также на питание в кафе 4 человека (200 рублей на каждого).

Таблица 9 - Расчет стоимости участия в туристской выставке «Енисей»

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Регистрационный взнос для муниципальных образований Красноярского края	1	взнос	15000	15000
Проживание сотрудника проекта из Манского района в г. Красноярске во время проведения выставки	3	суток	2000	6000

Итого: 21000 рублей.

Для участия в ежегодной туристской выставке «Енисей» необходимо внести регистрационный взнос, который дает право на оборудованную площадь около 6м².

Проживание от 500 рублей до 4000 рублей в сети апарт-отелей «KrasStalker» или «Август-апартаментах» в непосредственной близости от проведения выставки «Енисей».

Мероприятие по подготовке помещения для туристско-информационного центра Манского района Красноярского края в СДК «Нарва» настоящее время уже считается решенным.

Таблица 10 - Расчет стоимости приобретения и монтажа оборудования туристско-информационного центра

Статья расходов	Количество	Ед.из м.	Цена, руб	Сумма, руб
стойка администратора	1	штук	25000	25000
стеллажи	2	штук	12000	24000
стол офисный	1	штук	5000	5000
стулья	5	штук	2000	10000
принтер цветной	1	штук	40000	40000
оборудование для сублимированной печати	1	штук	110000	110000
доска магнитно-меловая	1	штук	4000	4000
фотокамера Canon (премиум-класса)	1	штук	50000	50000
тампонный станок	1	штук	35000	35000
бренд волл	1	штук	12000	12000
шатер	1	штук	40000	40000
Фотобумага сублимационная	25	штук	500	12500
Фотобумага 2-х сторонняя	50	штук	600	30000
Краска для принтера сублимированной печати	2	штук	12000	24000
Заготовки для сублимированной печати (набор - кружки, футболки, бейсболки)	1	штук	20000	20000
Расходные материалы для тампонного станка	1	штук	10000	10000
Транспортные расходы	122	км	15	8920

Итого: 460420 рублей.

Транспортные расходы на 2 газели из Красноярска (с компанией «Краспереезд») по междугороднему тарифу 15 рублей/км + 400 рублей за час время погрузки, выгрузки и езды по городу. Расстояние от Красноярска до п. Нарва 122 км.

Стол, стулья, стеллажи, магнитно-меловая доска, стойка администратора - нужны для организации пространства.

Принтер цветной для распечатки буклетов, листовок и рекламной продукции был приобретен в рамках социокультурного проекта «Наше кино», принтер для цветной фотопечати, заложенный в бюджет данного проекта, нужен для изготовления сувенирной продукции, так как для сублимированной печати требуется распечатка на принтере специальными красками не совместимыми с обычной краской для цветной печати.

Оборудование для сублимированной печати, тампонный станок, расходные материалы - нужны для изготовления сувенирной продукции.

Фотобумага 2-х сторонняя – для изготовления рекламного материала, буклетов, путеводителей.

Зеркальная фотокамера – для создания фотоматериала, а так же фото-видео фиксации.

Мероприятие по созданию и наполнению сайта (страницы) по туризму в Манском районе Красноярского края около 40000 рублей, оплата хостинга в год обойдется в 2400 рублей. Создание и разработка сайта туристско-информационного центра и его обслуживание позволит получить нужную информацию в любое удобное время для туриста.

Создание и раскрутка групп в социальных сетях туристско-информационного центра, рассчитывая оплату заработной платы smm-менеджера 1 месяц – 25000 рублей, на 7 месяцев – 175000 рублей.

Таблица 11 - Расчет стоимости проведения творческого экологического конкурса по созданию арт-объектов в парковой зоне «Заманский родник»

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Фонд оплаты труда	2	месяца	8000	2416
Гонорар членам жюри	2	чел	20000	40000
Благодарственные письма (сертификаты)	3	штук	100	300
Сертификаты для победителей	3	штук	3000/5000/10000	18000

Итого: 60716 рублей.

Отчисления в фонды оплаты труда рассчитывается по формуле:

$$B = A - \text{НДФЛ}, \quad (3.1)$$

где А – сумма отчисления в фонд оплаты труда (ФОТ);

НДФЛ – 13%, В – сумма перечисляемая специалисту.

Для расчета расходов на оплату труда членам жюри вместе с налогами, воспользуемся формулой:

$$E = C * D, \quad (3.2)$$

где C – количество отработанных месяца;

D – сумма отдаваемая фонд оплаты труда.

Рассчитаем налоги на 1 члена жюри:

$$10000 - 1300 = 8700 \text{ руб.}$$

$$30,2\% = 3020 \text{ руб.}$$

Поскольку на одного члена жюри было уже рассчитано сумма у 2 члена жюри получается та же.

$$2 \text{ мес.} * 10000 = 20000 \text{ (} 30,2\% = 3020 \text{)}$$

$$2 \text{ мес.} * 10000 = 20000 \text{ (} 30,2\% = 3020 \text{)}$$

$$20000 + 20000 = 40000 \text{ руб.}$$

$$3020 + 3020 = 6040 \text{ руб.}$$

$40000 + 6040 = 46040$ руб. - сумма расходов на оплату труда вместе с налогами.

Гонорар на 1 члена жюри составит около 20000 рублей, значит на 2 составит около 40000 рублей.

Благодарственные письма, представленные в таблице 11 для членов жюри за проделанную работу.

Таблица 12 - Расчет стоимости проведения серии лекций в школах о развитии туризма в Манском районе

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Фонд оплаты труда	2	месяца	30000	18120
Гонорар «лекторам»	2	чел	15000	30000
Транспортные расходы	998	км	46	4589
Проживание	5	суток	3400	17000
Питание	5	дней	800	4000
Полиграфическая продукция (бумага)	300	штук	8	2400

Итого: 76109 рублей.

Отчисления в фонды оплаты труда рассчитывается по формуле:

$$B = A - \text{НДФЛ}, \quad (3.1)$$

где А – сумма отчисления в фонд оплаты труда (ФОТ);

НДФЛ – 13%, В – сумма перечисляемая специалисту.

Для расчета расходов на оплату труда лекторам вместе с налогами, воспользуемся формулой:

$$E = C * D, \quad (3.2)$$

где С – количество отработанных месяца;

D – сумма отдаваемая фонд оплаты труда.

Рассчитаем налоги на ФОТ для 1 лектора:

$$15000 - 1950 = 13050 \text{ руб.}$$

$$30,2\% = 4530 \text{ руб.}$$

Поскольку на одного лектора было уже рассчитано сумма у 2 члена жюри получается та же.

$$2 \text{ мес.} * 15000 = 30000 \text{ (} 30,2\% = 4530 \text{)}$$

$$2 \text{ мес.} * 15000 = 30000 \text{ (} 30,2\% = 4530 \text{)}$$

$$30000 + 30000 = 60000 \text{ руб.}$$

$$4530 + 4530 = 9060 \text{ руб.}$$

$60000 + 9060 = 69060$ руб. - сумма расходов на оплату труда вместе с налогами.

Транспортные расходы - безвозмездное пользование личного автомобиля сотрудника фонда, компенсация ГСМ (46 рублей – «95») число увеличено на 5%, расход топлива 10 л/100 км.

Транспортные расходы рассчитаны на посещение всех школ Манского района в таких населенных пунктах как с. Первоманск, с. Шалинское, с.

Тертеж, с. Степной Баджей, с. Покосное, с. Нижняя Есауловка, с. Нарва, с. Колбинское, с. Кияй, п. Камарчага, д. Выезжий Лог, п. Большой Унгут, д. Верхняя Есауловка.

Проживание – двухместный местный номер на базе отдыха "Белая Сова" с. Шалинское.

Питание - с одного человека 400 рублей, итого за 2 человека в день 800 рублей.

В зависимости от вида полиграфическая продукция (бумага) стоит от 0,3 рублей до 8 рублей.

Для мероприятия по сборке базы данных туристских маршрутов и разработка «брендовых» и экологических маршрутов понадобится оплата по договорам юридическим и физическим лицам на 2 человека 30000 рублей (на одного человека 15000 рублей) и заработная плата для туроператора на 1 человека – 15000 рублей за месяц работы.

Таблица 13 - Расчет стоимости проведения инфо-тура по брендовому эко-туристскому маршруту(ам) с посещением туристско-информационного центра

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Сопровождение инструктором-проводником	2	дня	2500	5000
Питание и аренда мангала	2	13	800	10400
Проживание	2	13	8000	16000
Баня	1	час	1500	1500
Трансфер	1	час	800	16000
Страховка	2	дня	580	1390
Сплав по реке	3	час	2000	6000

Итого: 56290 рублей.

Средняя заработная плата инструктора в день 2500 рублей, за 2 дня итого 5000 рублей.

Питание (в том числе аренда мангала) 400 рублей в день на 1 человека, у нас 2 дня, итого на человека 800 рублей за 2 дня.

Проживание на 7 мест за 8000 руб, 11 человек + инструктор + водитель.

Трансфер – аренда микроавтобуса (Форд Транзит (Ford Transit), Фиат Дукато (Fiat Ducato), Пежо Боксер (Peugeot Boxer)) на 20 часов 18 мест.

Страховка «Альфа Страхование» на 2 дня 580 рублей на 5 человек, 250 рублей на 2 человека, итого 1390 рублей.

Сплав по реке 1 дня от 3 часов «Нарва клуб». Вместимость лодки 4 человека стоимость на 3 часа 2000 рублей.

Для экспедиции по исследованию пещер «Пимийская» и «Нарвская» предусмотрены транспортные расходы Красноярск-Нарва для инструктора проводника на 2 поездки (1 поездка 500 рублей) итого получается 1000 рублей и заработная плата для инструктора-проводника, которая составит за 2 дня - 2000 рублей.

Таблица 14 – Расчет стоимости проведения обработки результатов мониторинга и подготовки отчетной документации

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Оплата по договорам физическому лицу (включая налоги)	1	чел	25000	25000
Ручки, карандаши, ластики (канцелярия)	10/10/10	штук	25/30/30	250/300/300
Бумага	3	упаковки	250	750

Итого: 26600 рублей.

Оплата по договорам физическому лицу в течение 2 месяцев на одного человека. Бумага А4 – 1 коробка 500 штук обойдется по цене около 250 рублей.

Исходя из таблицы 15 - доставка грунта - 1 камаз 5 м3 чернозем + доставка 2500 рублей, итого цена около 11250 рублей.

Укрывной материал необходим для утепления после посадки деревьев. Удобрения для деревьев на 10 корней 1 мешок удобрения.

Перчатки с запасов 50 пар, стоимость 1 пары около 25 рублей, итого по цене 1250 рублей. Мусорные мешки 1 штука 13 рублей, итого по цене 325 рублей.

Таблица 15 - Расчет стоимости проведения акции «Сады», посадка деревьев ТРЗ «Заманский родник», с участием администрации и жителей с. Нарва

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Лопаты	5	штук	350	1750
Доставка грунта	3	камазов	3750	11250
Укрывной материал	3	рулонов	700	2100
Удобрения	5	пачек	300	1500
Перчатки	50	пар	25	1250
Мусорные мешки (строительные)	25	штука	13	325

Итого: 18175 рублей.

Для проведения акции «Сады», посадка деревьев ТРЗ «Заманский родник», с участием администрации и жителей с. Нарва понадобится изготовление и размещение афиш, плакатов, постеров и буклетов, сумма на изготовление баннеров 1 штука 5000 рублей и визиток 1000 штук по цене 700 рублей (односторонние визитки).

Таблица 16 - Расчет стоимости проведения экологического патруля, чистки береги реки «Мана», с участием школьников Нарвинской СОШ

Статья расходов	Количество	Ед.изм.	Цена, руб	Сумма, руб
Мусорные мешки (строительные)	50	штука	13	650
Перчатки	50	пар	25	1250

Итого: 1900 рублей.

Для проведения мероприятия по экологическому патрулю, чистек берега реки «Мана», с участием школьников Нарвинской СОШ понадобятся мусорные мешки (строительные) 50 штук, 1 пара по цене 13 рублей итого необходимо около 650 рублей и перчатки с запасом - 50 пар, 1 пара стоимостью по 25 рублей, итого необходимо около 1250 рублей.

По созданию площадки по экологическому туризму в Манском районе Красноярского края на краевом фестивале авторской песни и поэзии «Высоцкий и Сибирь» понадобится оплата по договорам с физическими и

юридическими лицами на 3 человека (на одного 7000 рублей), итого сумма данного мероприятия составит около 21000 рублей.

Кроме того, для проведения мероприятия понадобится аренда площадки (шатра) 15000 рублей, столов 5 штук (можно привести из Сельского Дома Культуры «Нарва») переносные скамейки 10 штук, 1 штука по цене 3500 рублей (можно приобрести в школах и других заведениях), для мероприятия нужно 5 штук, итого необходимо около 17500 рублей или же можно стулья (с Сельского Дома Культуры «Нарва») и кроме того, есть возможность вложения в проект такого показателя как передвижная сцена для площадки, стоимость которой, пока не предусмотрена, но начинается от 20000 рублей до 70000 рублей (цены среднерыночные на данный момент).

Таким образом, была рассчитана общая сумма расходов на проведения вышеперечисленных мероприятий представленных в таблице 7 «Расширенный календарный график выполнения проекта», которые в совокупности позволят начать функционировать туристско-информационному центру в соответствии с приведенными в той же таблице 7 «Расширенный календарный график выполнения проекта» периодами, сумма проекта для участия в конкурсе (гранте/субсидии) Правительства края составило 1 110693 рублей (сумма может пересматриваться, как и количество показателей в связи с изменением рыночных цен).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного анализа теоретических и практических аспектов дали основание сделать следующие выводы:

1. Изучив характеристику функционирования туристско-информационных центров, было выяснено, что в России понятие туристско-информационного центра появилось в Федеральном законе «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» от 02.03.2016 N 49-ФЗ, в ред. Федерального закона от 18.04.2018 N 71-ФЗ), в ходе изучения были приведена сущность и основная характеристика деятельности. Специфические характеристики туристско-информационных центров, которые способны по отдельности и в целом поддерживать активный интерес у туристов, развивать туристский продукт на внутреннем и внешних рынках.

2. Были охарактеризованы условия создания туристско-информационного центра в Манском районе Красноярского края.

Манский район располагает обширными туристскими ресурсами для въездного туризма, как активного, так и познавательного. Здесь расположены одни из крупнейших конгломератовых пещер России и мира – Большая Орешная, Баджейские пещеры, Манские столбы (Кутурчинское, Манское и Койское белогорья), популярная среди фрирайдеров г. Аргиджек. А также, древние писаницы, памятники истории, музеи и другое.

Территория, прилегающая к р. Мана, обладает таким сочетанием природных ресурсов, которое обеспечивает ей особое место не только в крае, но и в целом в Сибири. Привлекательная природа и благоприятная экологическая ситуация, выгодное географическое положение, близость г. Красноярска, автомобильная и железнодорожная транспортная доступность – все это создает реальные предпосылки для развития регулируемого отдыха и туризма.

Однако сами по себе природные ресурсы, сельские домохозяйства и культурное наследие, которыми обладает Манский район, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма. Необходимо наличие и развитие туристской инфраструктуры.

3. Был разработан проект туристско-информационного центра, для этого изначально было проведено исследование, на сегодняшний день большинство опрошенных в нашем исследовании заинтересованы в создании в Манском районе туристско-информационного центра, услуги которого многим необходимы для организации отдыха и мероприятия, многие предложили внедрить точку питания, отметили услуги, наиболее востребованные в деятельности будущего туристско-информационного центра и предложили добавить помимо существующих услуг новые, в свою очередь, это может привлечь к посещению и пользованию услугами большее число туристов в туристско-информационный центр в будущем при его создании на территории Манского района Красноярского края.

Следовательно, дальнейшие действия по проекту должны быть направлены на изучение деятельности туристско-информационного центра, корректировку новых идей вносимых в проект, и заявка на участие в грантовой поддержке (субсидии и другом).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность : федер. закон от 2 мар. 2016 г. № 49-ФЗ // Москва : Стандартиформ. - 2016. – 2 мар.
2. О некоторых вопросах совершенствования государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности: указ президента Российской Федерации от 14 сен. 2018 г. №514 // Москва : Стандартиформ. - 2018. – 14 сен.
3. ГОСТ Р 56197-2014 Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования. – Введ. 01.09.2015. – Москва : Стандартиформ, 2015. – 2 с.
4. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. – Введ. 21.02.1994. – Москва : Стандартиформ, 2014. – 12 с.
5. Дурович, А.П. Маркетинг услуг в туризме: учебное пособие / И.С. Дурович., А.С. Копанев; под. общ. ред. З.М. Горбылевой; Минск: «Экономпресс», 2014. – 400 с.
6. ЕМИСС государственная статистика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://fedstat.ru>
7. Жданчиков П.А. Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах / П.А. Жданчиков // Региональная экономика: теория и практика. 2015. - № 25 (400). - С. 13-26.
8. ЗАМАНЬЕ: экологический туризм в Манском районе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vk.com/zamanje>
9. Зырянова, И.С. Географические особенности размещения туристских информационных центров / И.С. Зырянова // Географический вестник. 2018. – №3 (46). – С. 97-106.
10. Иваненко, Е.И. Интегральная оценка конкурентоспособности туристского предприятия на рынке туристических услуг / Е.И. Иваненко // В

сборнике: Актуальные вопросы современной экономической науки Сборник докладов XIX-й Международной научной конференции. - 2015. - С. 64-66.

11. Информационный ресурс [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberpedia.su/7x2ab0.html>

12. Ким, О.В. Организация туристского информационного центра региона на базе университета: специфика и задачи / О.В. Ким, Л.Г. Кирьянова, К.В. Юматов // Сервис PLUS. - 2016. – Т. 10 № 2. – С. 26-33.

13. Ковалева, Е.Н. Исследование состояния российской информационной инфраструктуры в туризме / Е.Н. Ковалева // Инновации, менеджмент, маркетинг, туризм. - 2014. - № 2. – С. 93-98.

14. Кормишова, А.В. Перспективы развития туристских информационных центров / А.В. Кормишова // Вестник науки и образования. - 2017. – Т. 1 № 3 (27). – С. 66-68.

15. Кормишова, А. В. Тенденции и проблемы туристских информационных центров в России / А.В. Кормишова // European science. - 2017. - № 2 (24). – С. 192-195.

16. Крупина, А.С. Роль современных туристско-информационных центров в развитии туризма / А.С. Крупина // Студенческий: электрон. научн. журн. - 2018. - № 19 (39). – С. 21.

17. Кучумов, А.В. Понятия и особенности культурного-развлекательного туризма / А.В. Кучумов, С.В. Артемьева, А.Д. Васильева // В сборнике: Образовательные технологии сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 142-149.

18. Манский район [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://manaadm.ru/?cat=1>

19. Миненкова В.В., Максименко А.Г. Опыт функционирования туристских информационных центров на Юге России / В.В. Миненкова, А.Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. - 2015. - Т.1. - С.54–60.

20. Недостаток туристско-информационных центров способствует появлению мифов о России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://primamedia.ru>

21. Некоммерческое партнерство НАИТО [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://naito-russia.ru>

22. Некоммерческое партнерство «Офис туризма Великого Новгорода «Красная изба» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.visitnovgorod.ru>

23. Никонова, Е.Р. Архитектурное решение туристско-информационного центра как возможность продвижения туристской навигации по Пензе и Пензенской области / Е.Р. Никонова, Б.А. Чурляев // Перспективы и образование. - 2014. - № 5 (11). - С. 145–151.

24. Нюренбергер, Л.Б. Маркетинг туристских услуг: сущностные и функциональные особенности / Л.Б. Нюренбергер, А.Е. Архипов // Вестник алтайского государственного аграрного университета. - 2011. - № 2 (76). - С. 124-128.

25. Пищулина, Е.С. Об особенностях туристского рынка как рынка услуг / Е.С. Пищулина, Е.С. Карсакова // В сборнике: Достижения и перспективы экономических наук Сборник статей Международной научно-практической конференции. Научный центр «Аэтерна». - 2014. - С. 75-76.

26. Поночевный, Д.А. Развитие и перспективы рынка туристских услуг в современных условиях / Д.А. Поночевный, С.К. Данилина // В сборнике: Актуальные проблемы экономики, управления и образования в сфере рекреации и туризма Сборник научных трудов. - 2015. - С. 125-131.

27. Программа СЭР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://manaadm.ru/?page_id=247

28. Рововая, Т.А. Курорты, лечебные местности, туристские центры: состояние, проблемы и перспективы развития / Т.А. Рововая // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: Инновационные подходы. – 2017. - № 1. – С. 242 - 245.

29. Саранча М.А., Масалёв А.И. Опыт организации развития туристской сферы в полярных регионах зарубежных стран / М.А. Саранча, А.И. Масалёв // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. - 2015. - Т.9. №4. - С. 28–38.

30. Садуов А.Ж., Муканов Б.О., Нурсултан Д.Т. Применение опыта проведения выставки ЕХРО-2017 в создании информационного туристского центра Республики Казахстан/ Садуов А.Ж., Муканов Б.О., Нурсултан Д.Т. // Фундаментальные исследования. - 2017. - №11-2. - С. 439–444.

31. Сарян, А.А. Информационное пространство и коммуникации управления туризмом / А.А. Сарян // В сборнике: Структурные преобразования экономики территорий: в описке социального и экономического равновесия сборник научных статей 2-й Всероссийской научно-практической конференции. Закрытое акционерное общество «Университетская книга». - 2019. - С. 265-270.

32. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://russiaturism.ru>

33. Студопедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://studopedia.org/5-115093.html>

34. Сухов, Р.И Организация туристской деятельности: учебник / Р.И Сухов. - Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 267 с.

35. Тахери, Б.А. Поддержание вашей аудитории: представление масштабов привлечения посетителей / Б.А. Тахери, А.Б. Джафари, К.Л. О'Горман // Туризм и Управление. - 2014. - Т. 42. - С. 321–329.

36. Терентьев, А.В. Методология оценки туристкой услуги как рыночной категории / А.В. Терентьев // Вестник камчатского государственного технического университета. - 2014. - № 9. - С. 100-107.

37. Туристский портал Новосибирской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://turizm.nso.ru/ru>

38. Туристский портал Приморского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tour.primorsky.ru>

39. Туристско-информационный центр Алтайского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.visitaltai.info>
40. Туристско-информационный центр Вологодской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vologdatourinfo.ru>
41. Туристско-информационный центр «Красная Изба» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.visitnovgorod.ru/novgorod/tic.html>
42. Туристско-информационный центр Красноярского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://visitsiberia.info>
43. Туристско-информационный центр Рязанской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ryazantourism.ru/fortourists>
44. Туристско-информационный центр «Углич» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://visituglich.com>
45. Туристский портал города Красноярска [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://welcomekrsk.ru>
46. Туристский портал Калининградской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://visit-kaliningrad.ru>
47. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru>
48. Центр развития туризма Свердловской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://gotoural.com>
49. Чернышева, Т.Л. Проблемы развития туристско-информационных центров России / Т.Л. Чернышева // Сибирская финансовая школа: Аваль. - 2017. - № 2. - С. 35-40.
50. Ярошенко, Н.Н. Индустрия развлечений в современном культурном пространстве в России / Н.Н. Ярошенко // Вестник московского государственного университета культуры и искусств. - 2016. - № 3 (71). - С. 122-132.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт физической культуры, спорта и туризма
Кафедра теоретических основ и менеджмента физической культуры и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ В.М. Гелецкий

« _____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

43.03.02 Туризм

43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА
(НА ПРИМЕРЕ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

Научный руководитель А.М.С. доцент

В.В. Тельных

Выпускник

М.Д.

М.Д. Межуева

Нормоконтролер

К.В. Орел

Красноярск 2020