

**Редакционный совет**

**Сафаралиев Г.К.** — депутат ГД Федерального Собрания РФ, Председатель Комитета ГД по делам национальностей, член-корреспондент РАН

**Члены совета:**

**Абсалидов Т.** — Телемарк Университет Колледж (Норвегия), профессор, доктор;

**Алиева Т.Н.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), д.соц.н., профессор;

**Платонова Н.А.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), д.э.н., профессор;

**Асоян Т.М.** — Ереванский филиал ФГБОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса (Республика Армения), к.и.н.;

**Лавриков А.Ю.** — Помощник руководителя Федерального агентства по туризму (РФ), к.э.н.;

**Грени Э.** — Институт Диплома Блиндоу групп Дойчланд (Германия), доктор, профессор;

**Коваленко В.Г.** — генеральный директор журнала «Отдых в России» (РФ);

**Норобь И.** — Телемарк Университет Колледж (Норвегия), профессор, доктор;

**Мальский М.Ф.** — Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (Украина), д.ю.н., профессор;

**Оlesen Ш.** — Телемарк Университет Колледж (Норвегия), профессор, доктор;

**Пехламер Г.** — Католический университет Айцштатт-Ингольштадт (Германия), Европейская Академия Больцано-Боцен (Италия), Институт регионального управления и территориального менеджмента (Италия), профессор;

**Прусс А.** — КЦ Русский дом Бородиной, Мерано (Италия);

**Редьян А.Г.** — Алтайский государственный университет (РФ), к.г.н., доцент;

**Третьякова Т.Н.** — Южно-Уральский государственный университет (РФ), д.пед.н., профессор;

**Федорченко В.К.** — Киевский университет туризма, экономики и права (Украина), д.ист.н., профессор;

**Федун А.А.** — ректор Российского государственного университета туризма и сервиса (РФ), д.и.н., профессор;

**Христова Т.** — Университет Варны (Болгария), доцент, доктор;

**Штремберг П.** — Телемарк Университет Колледж (Норвегия), профессор, доктор;

**Пучка Г.И.** — Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко (Украина), д.п.н., доцент

**Редакционная коллегия:****Главный редактор:**

**Сахарчук Е.С.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.п.н., доцент

**Члены редакционной коллегии:**

**Бушueva И.В.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), д.э.н., профессор;

**Илькевич С.В.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.э.н., доцент;

**Копылов Ю.В.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.и.н.;

**Корнеев А.А.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.т.н., доцент;

**Кривошеева Т.М.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.э.н., доцент;

**Кортунов В.В.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), д.ф.н., профессор;

**Кусков А.С.** — Международная туристская академия (Нижегородский филиал), г. Саратов (РФ), д.ю.н., профессор;

**Сокова М.С.** — Управление дополнительных образовательных услуг РГУТиС (РФ);

**Харитонова Т.В.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ), к.э.н., доцент

**Ответственный секретарь:**

**Лозачева И.Н.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (РФ)

**Редактор: Байкова И.Ю.**

**Перевод: Илькевич С.В.**

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-27289 от 28 февраля 2007 года.

DOI 10.12737 / ISSN 1999-5644

При перепечатке и использовании материалов в любой форме, в т. ч. в электронных СМИ, ссылка на научный журнал «Вестник Ассоциации вузов сервиса и туризма» обязательна. Все статьи, публикуемые в журнале, рецензируются.

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени доктора и кандидата наук. <http://yak.ed.gov.ru/>

• через ИНТЕРНЕТ/ <http://www.aarpk.org/>;

• через ОТДЕЛЕНИЯ СВЯЗИ по каталогам Агентства «Роспечать» и «Почта России», индексы 81617, 42390;

• через ООО «Урал-Пресс» на сайте [www.uralpress.ru/](http://www.uralpress.ru/);

• подписку на электронную версию журнала, а также на отдельные статьи можно оформить на сайте [www.elibrary.ru/](http://www.elibrary.ru/).

# ВЕСТНИК

АССОЦИАЦИИ ВУЗОВ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ Выходит 4 раза в год

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ****Афанасьев О.Е.**

Важнейшие destinations Московской области как приоритетные точки привлечения туристов. . . . . 4

**Гусенова Д.А.**

Особенности пространственной организации сервисного обслуживания Дагестана (по материалам гостинично-ресторанного бизнеса). . . . . 11

**Минаев В.А.**

Сетецентрическая модель управления в туристской индустрии. . . . . 17

**Саранча М.А.**

Методика оценки уровня и масштабов развития малого предпринимательства в Приволжском федеральном округе (на примере деятельности гостиниц и ресторанов). . . . . 27

**Швец И.Ю., Сzyż-Gwiazda E., Demczuk M.**

Кластерная форма пространственной организации территории в сфере туризма. . . . . 33

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ****Воробьева М.В., Чурилова И.Г.**

Конфликт как фактор развития профессиональной мотивации студентов туристского вуза. . . . . 42

**Переяславская Л.Б., Переяславский В.И.**

Исследование корреляций между результатами ЕГЭ по математике абитуриентов и их успеваемостью в вузе. . . . . 49

**Погрובה Е.С.**

Анализ соответствия видов трудовой деятельности в сфере сервиса и бытового обслуживания населения стандартам профессионального образования. . . . . 56

**РОССИЙСКИЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ НОВАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ****Афанасьева А.В., Дручевская Л.Е.**

Интеграция дистанционных курсов обучения как механизм решения задачи повышения качества образования в системе подготовки специалистов в области туризма. . . . . 68

**Харитонова Т.В., Штремберг П., Илькевич С.В., Сахарчук Е.С.**

Современные подходы к оптимизации учебных планов основных образовательных программ академического бакалавриата в области туризма. . . . . 75

**ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СЕРВИСА****Литвинова Е.В.**

Развитие системы образования в республике Туркменистан. . . . . 85

**Сахарчук Е.С.**

Анализ модели подготовки кадров для сферы туризма в Норвегии. . . . . 93

**МНЕНИЕ****Недкова А.С.**

Актуализация учебных программ в колледже по туризму. . . . . 100

**АНОНСЫ** . . . . . 106

**СОБЫТИЯ** . . . . . 108

**БЛАГОДАРНОСТЬ** . . . . . 112

Адрес редакции: 141240, Московская обл., пос. Черкизово, ул. Главная, д. 99, кор. 1.

Тел./факс: (495) 940-83-61, 62, 63, доб. 395. [www.RGUTIS.ru](http://www.RGUTIS.ru) E-mail: [redkollegiaMGUS@mail.ru](mailto:redkollegiaMGUS@mail.ru)

Отпечатано в ООО «ТРП». 127055, Москва, а/я 46, тел.: (499) 519-01-24

Журнал входит в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), включен в международную реферативную базу данных Ulrich's Periodicals Directory, а также индексируется в базе данных крупнейшей в России научной электронной библиотеки eLibrary.ru.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Volume 8

№ 4/2014

# ВЕСТНИК

АССОЦИАЦИИ ВУЗОВ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

SCIENTIFIC JOURNAL

## Editorial Board

**Safaraliev G.K.** — Chairman of Editorial Board, MP of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Chairman of the State Duma Committee on Nationalities, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, PhD (Dr. Sc.), Professor.

## Members of Editorial Board:

**Absadze T.** — Telemark University College (Norway), PhD, Associate Professor;

**Ananyeva T.N.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Platonova N.A.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Asoyan T.M.** — Yerevan branch of Russian state university of tourism and service (Armenia), PhD;

**Gavrilov A.Y.** — Assistant Head of the Federal Agency for Tourism, Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Green E.** — Institute Diploma Blindou Group Deutschland (Germany), PhD, Professor;

**Kovalenko V.G.** — Director General of «Holidays in Russia» magazine (RF);

**Malksy M.F.** — National University (Kiev, Ukraine), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Nordbo I.** — Telemark University College (Norway), PhD, Associate Professor;

**Olsen K.** — Telemark University College (Norway), PhD, Professor;

**Pechlaner, H.** — Catholic University of Eichstaett-Ingolstadt (Germany), European Academy of Bolzano-Bozen, Institute for Regional Development and Territorial Management (Italy), Professor;

**Pruss A.** — Cultural Centre Russian house of Borodina, Merano (Italy);

**Redkin A.G.** — Altai State University (RF), PhD, Associate Professor;

**Treyakova T.N.** — South Ural State University (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Fedulin A.A.** — Rector of Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Khristova T.** — University of Varna (Bulgaria), PhD, Associate Professor;

**Stromberg P.** — Telemark University College (Norway), PhD, Associate Professor;

**Shechuka G.P.** — National University of Lugansk named after Taras Shevchenko (Ukraine), PhD, Associate Professor

## Editorial Collegium:

**Sakharchuk E.S.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor, Editor-in-Chief

## Members of Editorial Collegium:

**Bushueva I.V.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Ilkevich S.V.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor;

**Kopylov Y.Y.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor;

**Korneev A.A.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor;

**Krivoshcheva T.M.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor;

**Kortunov V.V.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Kuskov A.S.** — International Tourism Academy (Nizhnevoldzhskiy branch, Saratov) (RF), PhD (Dr. Sc.), Professor;

**Kharitonova T.V.** — Russian state university of tourism and service (RF), PhD, Associate Professor;

**Sokova M.S.** — Russian state university of tourism and service (RF)

## Executive secretary:

**Logacheva I.N.** — Russian state university of tourism and service

Editor: **Baikova I.Iu.**

Interpreter: **Ilkevich S.V.**

## SOCIAL AND ECONOMIC RESEARCH IN TOURISM AND SERVICE

**Afanasyev O.E.**

Major destinations of Moscow region as priority points of tourist attraction . . . . . 4

**Gusenova J.A.**

Features of the spatial organization of services in Dagestan (based on hotel and restaurant businesses) . . . . . 11

**Minayev V.A.**

The networkcentric management model in the tourism industry . . . . . 17

**Sarancha M.A.**

The methodology for estimating the level and scale of small businesses development in Volga Federal District (on the example of hotels and restaurants) . . . . . 27

**Shvets I.Y., Czyz-Gwiazda E., Demczuk M.**

Development of the cluster form of spatial organization for the territory in tourism . . . 33

## CURRENT ISSUES OF SPATIAL EDUCATION IN TOURISM AND SERVICE

**Vorobyova M. V., Churilova I.G.**

Conflict as a factor of students' professional motivation in tourist higher education . . . 42

**Pereyaslavskaya L.B., Pereyaslavsky V.I.**

The study of correlation between the result of exams in mathematics and students' academic performance in higher education . . . . . 49

**Pogrebova E.S.**

Analysis of the relevance of work types in the field of service and consumer services to the standards of professional education . . . . . 56

## RUSSIAN AND INTERNATIONAL EDUCATIONAL INNOVATIONS IN TOURISM AND SERVICE

**Afanasyeva A.V., Druchevskaya L.E.**

The integration of distance learning courses as a solution for the objective of education quality improvement in the system of professional training in tourism . . . 68

**Kharitonova T.V., Stromberg P., Ilkevich S.V., Sakharchuk E.S.**

Contemporary approaches to curriculum optimization for the educational programs of the academic bachelor in tourism . . . . . 75

## FOREIGN MODELS OF VOCATIONAL EDUCATION IN TOURISM AND SERVICE

**Litvinova E.V.**

The development of the education system in the Republic of Turkmenistan . . . . . 85

**Sakharchuk E.S.**

Analysis of the model of training for the tourism industry in Norway . . . . . 93

## OPINION

**Nedkova A.S.**

Updating educational programs in the college of tourism . . . . . 100

ANNOUNCEMENTS . . . . . 106

EVENTS . . . . . 108

GRATITUDE . . . . . 112

## **ВАЖНЕЙШИЕ ДЕСТИНАЦИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ ТОЧКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ**

*Афанасьев Олег Евгеньевич,*

*доктор географических наук, доцент, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме  
и гостеприимстве, olafn\_dp@mail.ru,*

*ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,  
Москва, Российская Федерация*

*В статье рассмотрены туристские дестинации Московской области, определяемые как важнейшие точки привлечения туристов, развитие которых будет способствовать интенсификации туристского освоения региона. Программа по развитию инкамингового и инсайдингового видов туризма является приоритетной для Московской области, поскольку позволяет существенно увеличить доходность местного бюджета. Для этого необходима реализация комплекса мер регионального бренд-менеджмента. В частности, определение ключевых точек-дестинаций, их пропаганда как крупных центров туристского интереса, позиционирование на рынке турпредложений новых направлений и пакетных услуг. В регионе принята и активно реализуется «Концепция развития туризма в Московской области», в которой определены и перечислены 33 «объекта притяжения» туристов, распределенные по четырем «опорным туристско-рекреационным зонам». Категорийно-видовой состав этих объектов визуализирован на тематической карте «Важнейшие дестинации и туристско-рекреационные зоны Московской области». Проведено распределение этих объектов по категориям. Как показывают результаты количественно-категорийного анализа, среди наиболее привлекательных объектов Московской области явно доминируют культурно-просветительские и историко-архитектурные. Значительное количество объектов репрезентируют духовное наследие русского народа. В значительно меньшей степени представлены объекты природные и промышленно-индустриальные. В определенной степени этот перечень объектов может считаться репрезентативным для территории всего Подмосковья, но при этом в территориальном плане они рассредоточены неравномерно и крайне мало представлены в восточной опорной рекреационной зоне.*

*В статье представлены образцы разработанных автором информационно-иллюстративных буклетов, охарактеризована их унифицированная структура, приведены иллюстрации. Важной дальнейшей задачей становится необходимость популяризации, широкого освещения туристских возможностей данных точек, создания и обеспечения работы в них туристских информационных центров, разработки комплексных пакетных туристских предложений, рассчитанных не на краткосрочного посетителя.*

**Ключевые слова:** *дестинации Московской области, приоритетные точки привлечения туристов, ресурсы развития туризма, опорные туристско-рекреационные районы, региональные рекреационные кластеры*

**Введение.** Одной из задач развития туризма в России определена необходимость создания положительного образа страны в глазах самих ее граждан<sup>1</sup>, раскрытие турист-

ского рекреационного и экскурсионного потенциала отдельных регионов и дестинаций. Указанная задача формулируется в серии комплекса мероприятий, направленных на всестороннюю поддержку государством в первую очередь и преимущественно сфер ин-

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition. Madrid: UNWTO, 2014. 16 p.

камингового (въездного) и внутреннего (инсайдингового) туризма [3], которые потенциально наиболее экономически выгодны и позволяют решать целый ряд задач по диверсификации экономики, межрегиональному перераспределению финансовых потоков, стимулированию развития сферы услуг, инфра- и супраструктуры туризма и др. [2]. Важным достижением стало то, что согласно данным Всемирной туристской организации ООН<sup>2</sup> по итогам 2013 г. Россия впервые заняла девятое место в мире среди самых привлекательных для посещения туристами стран мира. И достигнутый успех важно не только закрепить, но и приумножить. В решении данной задачи на первое место должны выйти методы регионального туристского маркетинга [3], включающие в себя комплекс мероприятий по муниципальному брендингу, разработке имиджевых турпродуктов, созданию новых услуг для туристов и др.

Многолетней общей тенденцией является бесспорное лидерство в перечне важнейших транспортных узлов въездного туризма двух столиц России – Санкт-Петербурга и Москвы. При этом Москва, являющаяся мощной комплексной туристской дестинацией, тем не менее, не может ограничиваться собственными административными границами. Ориентируясь на запросы клиентов, в целях диверсификации и разнообразия рынка туристских предложений, целесообразным представляется разработка серии туристских маршрутов для посещения важнейших дестинаций Подмосковья. В связи с этим Министрством культуры Московской области были определены 12 приоритетных точек привлечения туристов с привязкой к историческим, культурным и религиозным достопримечательностям<sup>3</sup>. Ведется комплексная работа по их адаптации для приема организованных групп туристов, обновляется сопутствующая инфраструктура, разрабатываются комплексные туристские маршруты.

Целью публикации является освещение опыта разработки имиджевых турпродуктов для территории Московской области — се-

рии информационно-иллюстративных буклетов, содержащих среди прочего комплексные пакетные предложения для гостей региона, а также обобщение информации о самых выдающихся дестинациях региона на комплексной карте опорных туристско-рекреационных зон.

**Содержание исследования.** Несмотря на то, что территория Московской области в туристском отношении относится к категории хорошо освоенных и изученных, тем не менее, продолжает сохранять свою актуальность проблема организации использования ее ресурсной базы в целях интенсификации развития туризма. С целью формирования нормативно-правовой базы развития туризма в Московской области, содействия развитию в пределах региона различных видов туризма, разработки системы информационного обеспечения туризма, проведения рекламной деятельности по формированию образа региона как привлекательной туристской дестинации, была разработана и утверждена «Концепция развития туризма в Московской области». В этом документе приводится комплексная характеристика состояния развития сферы туризма в регионе, определены проблемы, актуальные задачи, направления деятельности по повышению его туристской привлекательности.

Вследствие того, что концентрация туристских объектов именно в Подмосковье — одна из самых высоких в стране, актуальной является проблема выделения «ядровых», ключевых объектов, вокруг которых возможна организация устойчивых туристских кластеров освоения. Считаем возможным в научных целях определять такие приоритетные точки привлечения туристов термином «суперточка-тур» [1].

В «Концепции развития туризма в Московской области» определены и перечислены 33 «объекта притяжения» туристов, распределенные по четырем «опорным туристско-рекреационным зонам». Категорийно-видовой состав этих объектов охарактеризован в таблице 1 и визуализирован на тематической карте (рис. 1). Очевидно, что распределение объектов по категориям достаточно условное, потому что зачастую один и тот же объект может относиться одновременно к нескольким категориям по репрезентируемым собою объектам или параметрам. Тем не менее, класси-

<sup>2</sup> UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition. Madrid: UNWTO, 2014. 16 p.

<sup>3</sup> Концепция развития туризма в Московской области. URL: <http://mst.mosreg.ru/userdata/228704.doc> (дата обращения: 22.09.2014).



фицируя объекты, мы постарались выделить наиболее приоритетный их видовой признак. Как показывают результаты количественно-категорийного анализа, среди наиболее привлекательных объектов Московской области явно доминируют культурно-просветительские и историко-архитектурные. Значительное количество объектов репрезентирует духовное наследие русского народа.

В значительно меньшей степени представлены объекты природные и промышленно-индустриальные. В определенной степени этот перечень объектов может считаться репрезентативным для территории всего Подмосковья, но при этом в территориальном плане они рассредоточены неравномерно и крайне мало представлены в восточной опорной рекреационной зоне.



*Рис. 1. Важнейшие дестинации и туристско-рекреационные зоны Московской области*  
Цифрами на рис. 1 обозначены: 1. Свято-Троицкая Сергиева Лавра; 2. Дом-музей П.И. Чайковского; 3. Клинско-Дмитровская гряда; 4. Музей-заповедник «Дмитровский кремль»; 5. Канал им. Москвы; 6. Музей-заповедник Д.И. Менделеева (усадьба Боблово); 7. Музей-заповедник А.А. Блока (усадьба Шахматово); 8. Музей-заповедник «Усадьба «Мураново»; 9. Усадьба Абрамцево; 10. оз. Сенеж; 11. Клязьминское и Пироговское водохранилища; 12. Саввино-Сторожевский монастырь; 13. Бородинский военно-исторический музей-заповедник; 14. Иосифо-Волоцкий монастырь; 15. Воскресенский Новоиерусалимский монастырь и музейный комплекс в г. Истра; 16. Волоколамский кремль; 17. Мемориальный музей Зои Космодемьянской; 18. Музей бронетанкового вооружения и техники в Кубинке; 19. Историко-литературный заповедник А.С. Пушкина (усадьбы Вяземы и Захарово); 20. Музей-заповедник А.П. Чехова «Мелхово»; 21. Усадьба Лопасня-Зачатьевское; 22. Приокско-Террасный биосферный заповедник; 23. Ансамбль Коломенского кремля и г. Коломна; 24. Ансамбль Зарайского кремля и г. Зарайск; 25. с. Дединово; 26. Вознесенская Давидова пустынь; 27. Пушинская радиоастрономическая обсерватория; 28. Церковь Знамения пресвятой Богородицы в Дубровицах; 29. Серпуховский историко-художественный музей; 30. Государственный Военно-технический музей; 31. Морозовские места; 32. Павловопосадская платочная мануфактура; 33. Зимний театр в Орехово-Зуево

Для территории Московской области определены приоритетные виды туристско-рекреационной специализации, среди которых наиболее разнообразными условиями для развития видов туризма обладает Северная рекреационная зона. Можно предположить, что на базе определенных «объектов притяжения» в пределах опорных рекреационных зон активизируются процессы формирования мощных региональных рекреационных кластеров. Для тех муниципальных образований, которые условно попали в «районы-аутсайдеры», где не определены ни точки приоритетного развития туризма и привлечения туристов, ни конкретные виды специализации туристско-рекреационной деятельности, вполне целесообразной представляется активная маркетинговая деятельность по собственному брендингу и ребрендингу через соответствующие механизмы.

Кроме «объектов притяжения» в перечне суперточек-туров Подмосковья, по инициативе Министерства культуры Московской

области были выделены 12 наиболее важных узловых объектов, которые потенциально способны формировать собственные территориальные туристские кластеры, и в некоторых из них комплекс мероприятий по обустройству уже идет полным ходом. Важной задачей теперь становится необходимость их популяризации, широкого освещения туристских возможностей данных точек, создания и обеспечения работы в них туристских информационных центров, разработки комплексных пакетных туристских предложений, рассчитанных не на краткосрочного посетителя.

В сентябре 2014 г. на кафедре бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса» проведена работа по разработке серии информационно-иллюстративных буклетов для всех 12 приоритетных точек привлечения туристов под общим брендом «12 жемчужин Подмосковья» (рис. 2).

Таблица 1

Категории и виды «объектов притяжения» туристов на территории Московской области

Категории и виды объектов	Опорные туристско-рекреационные зоны Московской области			
	Северная	Западная	Южная	Восточная
Сакральные объекты – Лавры – Монастыри – Монастырские комплексы – Церкви	Свято-Троицкая Сергиева Лавра	Саввино-Сторожевский монастырь; Иосифо-Волоцкий монастырь; Воскресенский Новоиерусалимский монастырь	Вознесенская Давидова пустынь; Церковь Знамения Пресвятой Богородицы в Дубровицах	
ВСЕГО: 6	1	3	2	0
Культурно-просветительские – Дома-музеи – Усадьбы выдающихся личностей – Музейные комплексы – Театры	Дом-музей П.И. Чайковского; Музей-заповедник Д.И. Менделеева (усадьба Боблово); Музей-заповедник А.А. Блока (усадьба Шахматово)	Бородинский военно-исторический музей-заповедник; Мемориальный музей Зои Космодемьянской; Музей бронетанкового вооружения и техники в Кубинке; Историко-литературный заповедник А.С. Пушкина (усадьбы Вяземы и Захарово)	Музей-заповедник А.П. Чехова «Мелихово»; Серпуховский историко-художественный музей	Государственный Военно-технический музей; Морозовские места; Зимний театр в Орехово-Зуево
ВСЕГО: 12	3	4	2	3
Историко-архитектурные – Архитектурные музеи-заповедники – Архитектурные ансамбли – Усадьбы	Музей-заповедник «Дмитровский кремль»; Музей-заповедник «Усадьба «Мураново»; Усадьба Абрамцево	Волоколамский кремль	Усадьба Лопасня-Зачатьевское; Ансамбль Коломенского кремля и г. Коломна; Ансамбль Зарайского кремля и г. Зарайск; с. Дединово	
ВСЕГО: 8	3	1	4	0
Промышленно-индустриальные шедевры – Каналы – Водохранилища – Научно-исследовательские учреждения – Промышленные предприятия	Канал им. Москвы; Клязьминское и Пироговское водохранилища		Пушинская радиостанционная обсерватория	Павловпосадская платочная мануфактура

Категории и виды объектов	Опорные туристско-рекреационные зоны Московской области			
	Северная	Западная	Южная	Восточная
ВСЕГО: 4	2	0	1	1
Природные – Формы рельефа – Озера – Биосферные заповедники	Клинско-Дмитровская гряда; оз. Сенеж		Приокско-Террасный биосферный заповедник	
ВСЕГО: 3	2	0	1	0
ВСЕГО: 33	11 (33,3%)	8 (24,2%)	10 (30,3%)	4 (12,2%)

Информационно-иллюстративные буклеты по всем приоритетным точкам привлечения туристов выполнены в едином стиле, информация в них структурирована

по следующим информационным блокам: 1) пространства; 2) история; 3) достойно внимания; 4) экскурсии; 5) пакетные предложения; 6) гостиницы; 7) туристская карта.



Рис. 2. Изображения титульных страниц шести буклетов из серии «12 жемчужин Подмосковья»

Раздел «Пространства» несет логистическую функцию, в нем представлен фрагмент географической карты с линией туристского маршрута от центра Москвы до точки-дестинации, а также карта-схема самой дестинации с указанием адреса, времени ее транспортной доступности, контактные адреса, телефоны, официальные сайты.

Раздел «История» имеет информационно-хронологическую функцию, его задача — дать самые краткие и важнейшие сведения по истории возникновения и развития дестинации. Более детальные исторические сведения турист имеет возможность получить во время самого тура, а приведенные в буклете призваны заинтересовать потенциального клиента информацией о наиболее выдающихся событиях. Раздел иллюстрируется панорамным видом дестинации и фотографиями отдельных выдающихся объектов, с которыми возможно ознакомиться во время посещения.

Раздел «Достоинство внимания» посвящен как самой дестинации, так и ее окружающему пространству. Здесь приводятся сведения о наиболее интересных объектах, находящихся на расстоянии пешеходной доступности от основной дестинации, тем самым позволяя туристу дополнительно расширить географию своего путешествия. Описание сопровождается стилизованными фотоизображениями наиболее ярких и интересных объектов.

В разделе «Экскурсии» описаны обзорные и тематические экскурсии, которые организовываются и проводятся на базе дестинации и которые турист имеет возможность посетить в дополнение к основной программе тура.

Раздел «Пакетные предложения» приводит несколько авторских программ туров, разработанных для разных категорий клиентов, предусматривающих возможность путешествия от одного до четырех дней с вариантами ночевки в отелях, питания, развлечений и пр. Пакетные предложения разработаны с учетом специфики работы экскурсионных отделов на базе основных дестинаций, а также включают обзорные, тематические экскурсии в близлежащие дестинации, радиальные маршруты и т. п.

В разделе «Гостиницы» приводятся сведения о ряде отелей, находящихся как по-

близости от самой дестинации, так и на загородных пространствах. Отели подобраны в соответствии с их категоричностью под запросы клиентов с различными финансовыми возможностями, и в отношении которых на тематических сайтах отельных организаций в сети Интернет представлено наибольшее количество положительных отзывов.

Раздел «Туристская карта» содержит обзорно-знаковую художественную карту территории дестинации и окрестностей, что позволит туристу самостоятельно организовать себе ознакомление с достопримечательностями по собственному маршруту в свободное от основной программы время.

Предлагается использовать разработанную серию буклетов в программе развития туристской деятельности на базе указанных объектов, в качестве рекламно-информационных материалов выдавать туристам, предоставлять возможность ознакомления с ними в помещениях отелей Москвы и региона. Буклеты надлежит в обязательном порядке перевести на все иностранные языки, определяемые как «международные» (наряду с русским — английский, испанский, арабский, китайский). Целесообразно сопроводить информацию в буклете QR-кодом. Актуальной задачей представляется разработка логотипа для программы «12 жемчужин Подмосковья», что позволит сделать узнаваемым и запоминающимся данный товарный знак, включить его в перечень брендовых турмаршрутов России.

**Выводы.** Система мер регионального туристского брендинга, среди которых — описанные в статье методы выделения ключевых точек туристского интереса и их обеспечение информационно-иллюстративными материалами представляет собой лишь отдельные составляющие целостной системы мероприятий, направленных на стимулирование притока туристов на территорию Подмосковья. Попытка «оторвать» туристов от Москвы, показать в пределах транспортной доступности другие дестинации будет успешной только в процессе грамотной маркетинговой деятельности. В конечном итоге эти меры позволят обеспечить рост поступлений в бюджет региона, развитие смежных отраслей экономики и повышение занятости населения.



*Литература*

1. *Бейдик О.О.* Рекреційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2001. 395 с.
2. *Илькевич С.В., Сахарчук Е.С.* Экономические аспекты устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. Т. 8. 2014. № 2. С. 4–15.
3. *Рубаник А.Н., Ушаков Д.С.* Технологии въездного туризма. Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ»; Феникс, 2010. 384 с.
4. *Kotler P.* Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations / Philip Kotler, Donald H. Haider, Irving. Rein. NY: A Division of Simon & Schuster, 1993. 390 p.

## MAJOR DESTINATIONS OF MOSCOW REGION AS PRIORITY POINTS OF TOURIST ATTRACTION

*Afanasiev Oleg Evgenievich, PhD (Doctor of Sciences) in Geography, Professor at the Department of Business Technologies in tourism and hospitality, olafn\_dp@mail.ru, Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation*

*The article describes the tourist destinations of the Moscow region, defined as the most important points to attract tourists, which development will contribute to the intensification of tourism development in the region. The program for the development of the inner and inbound types of tourism is a priority for Moscow region, as it allows to significantly increase the profitability of the local budget. This requires the implementation of measures of regional brand management. In particular, the identification of key points, destinations, their propaganda as major centers of tourist interest, market positioning of tourist product supply, new directions and packet services. The region has adopted and actively has been implementing the «Concept of tourism development in Moscow region», which identifies and lists 33 «objects of attraction» for tourists, and these objects are distributed among four «supporting tourism and recreation areas».*

*The categorical composition of these objects is visualized on the thematic map «Major destinations and tourist and recreational areas of Moscow region.» As the results of the quantitative and categorical analysis of the most attractive objects of the Moscow region show, they are clearly dominated by cultural and educational, historical and architectural sites. A significant number of objects represent the spiritual heritage of the Russian people. Natural and industrial objects are represented to a much lesser extent. To some extent, the list of objects can be considered as representative of the entire Moscow region, but in territorial terms, they are spread unevenly and very poorly represented in the eastern supporting recreational area.*

*The article presents the samples of the information and illustrative brochures, developed by the author, describing their unified structure and illustrations. An important consequent task is the need to further popularize and publicize tourism opportunities of these sites, the creation and maintenance of tourist information centers for them, the development of integrated tourism package proposals designed for long-term visitor.*

**Keywords:** *destinations of Moscow region, priority points of tourist attraction, tourism resources development, supporting tourism and recreation areas, regional recreational clusters*

*References*

1. *Beidik O.O.* Rekreatsiino-turists'ki resursi Ukraïni: Metodologiiia ta metodika analizu, terminologiiia, raionuvannia [Recreational-tourist resources of Ukraine: methodologie and methods of analysis, terminology, zoning]. K.: VPTS «Kiïv. un-t», 2001. 395 p.

2. *И'кевич С.В., Сакхарчук Е.С.* Ekonomicheskie aspekty ustoichivogo razvitiia turizma v regionakh Rossiiskoi Federatsii [Economic aspects of sustainable tourism development in the regions of the Russian Federation] // Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa. T. 8. 2014. №2. P. 4–15.
3. *Rubanik A.N., Ushakov D.S.* Tekhnologii v'ezdnogo turizma [Technologies of inbound tourism]. Rostov n/D: Izd. tsentr «MarT»; Feniks, 2010. 384 p.
4. *Kotler P.* Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations / Philip Kotler, Donald H. Haider, Irving. Rein. NY: A Division of Simon & Schuster, 1993. 390 p.

УДК 330.123.6 (470.67)

DOI: 10.12737/6483

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДАГЕСТАНА (ПО МАТЕРИАЛАМ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА)**

*Гусенова Джамилия Адамкадиевна, кандидат философских наук, доцент, redkollegiamgus@mail.ru, ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», филиал в г. Махачкале, Республика Дагестан, Российская Федерация*

*В статье рассматриваются некоторые особенности развития сервисного обслуживания в Республике Дагестан. Приводятся конкретные статистические данные, свидетельствующие о неравномерном развитии сферы услуг в регионе, в том числе опережающем развитии фонда среднемесячной заработной платы по некоторым направлениям сферы услуг. В частности, отмечается относительно низкий уровень востребованности рабочих мест среди работников сферы обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства, торговли и родственных видов деятельности (5,3% от общей потребности) при опережающем средние показатели экономики росте заработной платы. Так, среднемесячное начисление заработной платы в гостинично-ресторанном секторе на январь–май 2014 г. по отношению к аналогичному периоду 2013 г. составило 134,1%, что почти на 23% выше среднего повышения зарплаты в целом по экономике.*

*Особое внимание в статье уделяется пространственной организации предприятий питания г. Махачкалы. В результате картографического размещения данных объектов и их последующего анализа были выделены 6 специфических территориальных зон городской среды, в которых сосредоточена основная масса предприятий питания. Автор исходит из существования прямой зависимости размещения данных предприятий вокруг крупных высших учебных заведений города, что указывает на ориентацию предприятий питания на учащуюся молодежь в качестве основного потребителя товаров и услуг. Методологическую основу исследования составили общенаучные и частнонаучные методы изучения феномена «сервисное пространство». Сравнительный анализ как общенаучный метод позволил раскрыть особенности организации сервисного пространства относительно остальных сфер экономической деятельности. Среди частнонаучных методов активно использовался контент-анализ интернет-ресурсов, предполагающий количественный подсчет контрольных единиц (ключевых слов).*

**Ключевые слова:** сервисное пространство, сервис, предприятие питания, потребитель

**Введение.** Особенности территориального размещения предприятий сервисного обслуживания отражают меняющуюся конфигурацию размещения пространствен-

но организованного потребителя, готового к потреблению. Особенно показательны в этом отношении предприятия питания «средней руки», способные удовлетворить