

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация.

Актуальность и цели. Аксиомой государственной политики любой страны в сфере туризма является всемерное содействие росту внутреннего и въездного туризма. Причиной такой политики в первую очередь является экономический эффект туризма. За последнее десятилетие Россия прочно вышла на международный туристский рынок, что в условиях глобальной конкуренции обуславливает необходимость повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. Одним из главных факторов, сдерживающих этот процесс и препятствующих реализации туристского потенциала, является нехватка в стране конкурентоспособных туристских маршрутов. Цель работы – исследование практики проектирования туристских маршрутов на уровне российских туроператоров въездного и выездного туризма, а также на уровне государства.

Материалы и методы. Реализация исследовательских задач была достигнута на основе изучения нормативно-правовых актов РФ в сфере туризма, вторичного анализа результатов исследований сферы туризма. Кроме того, использовалась авторская методика исследования ассортимента туристских маршрутов российских туроператоров. Методология исследования основана на работах отечественных ученых в сфере туризма и базируется на системном подходе.

Результаты. Выявлено, что большинство туроператоров внутреннего и въездного туризма практически не выполняет свою основную функцию – проектирование инновационных туристских маршрутов. На уровне государства эта деятельность ведется в основном в направлении проектирования межрегиональных туристских маршрутов. При существующем потенциале развития туризма в стране отсутствуют механизмы конвертации его в ликвидный конкурентоспособный турпродукт – интересные российским и иностранным туристам туристские маршруты.

Выводы. В свете спроса на рынке внутреннего и въездного туризма в России в условиях глобальной конкуренции актуальным становится разработка конкурентоспособных туристских маршрутов, которые собирают воедино все имеющиеся в стране факторы, средства и технологии производства. Делать это актуально с использованием механизма государственно-частного партнерства, создавая национальные маршруты.

Ключевые слова: въездной туризм, внутренний туризм, туроператор, туристская индустрия, туристский маршрут, проектирование, конкурентоспособность.

L. N. Semerkova, S. V. Zinchenko

DESIGNING TOURIST ROUTES AS A WAY TO INCREASE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL TOURIST INDUSTRY

Abstract.

Background. An axiom of the government's policy in tourism of any country is all possible assistance to increasing internal and inbound tourism. First of all, the

economic effect of tourism is the reason for such policy. Over the last decade Russia strongly entered the international tourist market and it is necessary to enhance the competitiveness of the national tourism industry in conditions of the global competition. One of the main factors hindering this process and impeding the realization of the tourism potential is a deficit of competitive tourist routes in the country. The goal of the study is to research the practice of designing tourist routes at the level of Russian tour operators of inbound and internal tourism, and also at the level of the state.

Materials and methods. The research tasks were implemented on the basis of studying the normative legal acts of the Russian Federation in the sphere of tourism, the secondary analysis of tourism research results. In addition, the authors' technique of researching a range of tourist routes of the Russian tour operators was used. The research methodology was based on the works by Russian scientists in the field of tourism and the system approach.

Results. It has been revealed that most tour operators of internal and inbound tourism don't perform its main function of designing innovative tourist routes. At the level of the state this activity is conducted generally in the direction of designing interregional tourist routes. By the existing capacity of development of tourism in the country there are no mechanisms of its converting in a liquid competitive tourist's product – tourist routes interesting to Russian and foreign tourists.

Conclusions. Due to the market demand for internal and inbound tourism in Russia in conditions of the global competition it becomes urgent to develop competitive tourist routes, which collect together all existing factors, means and technologies of production. It is important to use the public-private partnership in creating national routes.

Key words: inbound tourism, internal tourism, tour operator, tourist industry, tourist route, design, competitiveness.

Современные условия глобальной конкуренции на рынке международного туризма обуславливают необходимость повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. Значимо влияя на экономику многих государств, туризм стал одним из направлений экономической деятельности с высокой рентабельностью, позволяя превратить во благо имеющиеся ресурсы и географическое положение территории, повысить занятость и качество жизни населения. Являясь крупнейшим плательщиком налогов, туристская индустрия обеспечивает приток в экономику многих стран иностранной валюты, положительно влияет на инвестиционный климат и внешнеэкономический имидж государства. Появление в России частной собственности и либеральные экономические преобразования подтолкнули страну к генерации отечественных туристских потоков и усилили ее привлекательность как туристской дестинации. Образовавшийся в стране платежеспособный сегмент потребительского рынка привел к оживлению туристской индустрии, созданию тысяч компаний и десятков тысяч рабочих мест. За последние десять лет Россия прочно вышла на рынок международного туризма [1].

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., «одним из главных направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны является создание условий для улучшения качества жизни граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособ-

ности туристских услуг»¹. Сегодня туризм в стране стал одним из направлений, влияющих на рост национальной экономики и на развитие таких сфер, как услуги операторских и агентских компаний, средств размещения, транспорта, предприятий питания, связи, торговли, производство сувенирной и иной продукции, строительство и др., тем самым выступая источником финансовых доходов бюджетов регионов². Целью данной работы является исследование практики проектирования туристских маршрутов на уровне российских туроператоров, а также на уровне государства как направления повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии, что особенно актуально в свете роста рынка внутреннего и въездного туризма.

Аксиома государственной политики любой страны в сфере туризма – всестороннее содействие росту въездного и внутреннего туризма. Об этом свидетельствует мировая практика управления индустрией туризма. Причиной такой политики в первую очередь являются экономические эффекты туризма. Так, в соответствии со Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г., «целью развития туризма в стране является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах»³. Однако особенности внешней политики и экономического развития России способствовали тому, что на туристском рынке страны до определенного времени на первом плане был выездной туризм, когда туристские фирмы реализовывали в основном туры за границу, а аналитические обзоры и статьи в специализированных СМИ посвящались организации международных путешествий [2]. При этом 2014 г. по политическим причинам оказался переломным для российского внутреннего туризма. Успешно организованная Олимпиада в Сочи, возвращение Крыма в состав Российской Федерации повлекли за собой переоценку рекреационного богатства страны, осознание необходимости реализации ее туристского потенциала. Курс государства «на импортозамещение» заставил многих россиян обратить внимание на возможности отдыха внутри страны. Дополнительным поводом посетить Россию с туристическими целями как для россиян, так и для иностранных туристов стало падение курса рубля на валютном рынке.

В 2015 г. тема развития внутреннего и въездного туризма стала еще более актуальной: мировые действия террористов, взрыв российского самолета в Египте и осложнение отношений с Турцией привели к потере популярных у россиян направлений летнего пляжного отдыха и экскурсионного туризма⁴. Согласно данным Ростуризма, уже в 2015 г. в России отдохнули 50 млн российских туристов, что на 18 % больше, чем в 2014 г. На рис. 1 показана статистика поездок граждан России за рубеж по целям: туристическая («на отдых»), частная («по делам», поездки к друзьям, родственникам и т.д.), слу-

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.

² Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

³ Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ 31 мая 2014 г. № 941-р.

⁴ Национальный туристический рейтинг. ЦИК «Рейтинг». – URL: <http://russia-rating.ru/info/9857.html> (дата обращения: 07.05.2016).

жебная («по службе», например в командировки), а также рабочая (например, обслуживающий персонал). С 2006 по 2014 г. показана полная статистика, за 2015 г. – за первые 9 месяцев (по информации Росстата) [3]. Данные отражают сокращение спроса россиян на выездные туры (рис. 1).

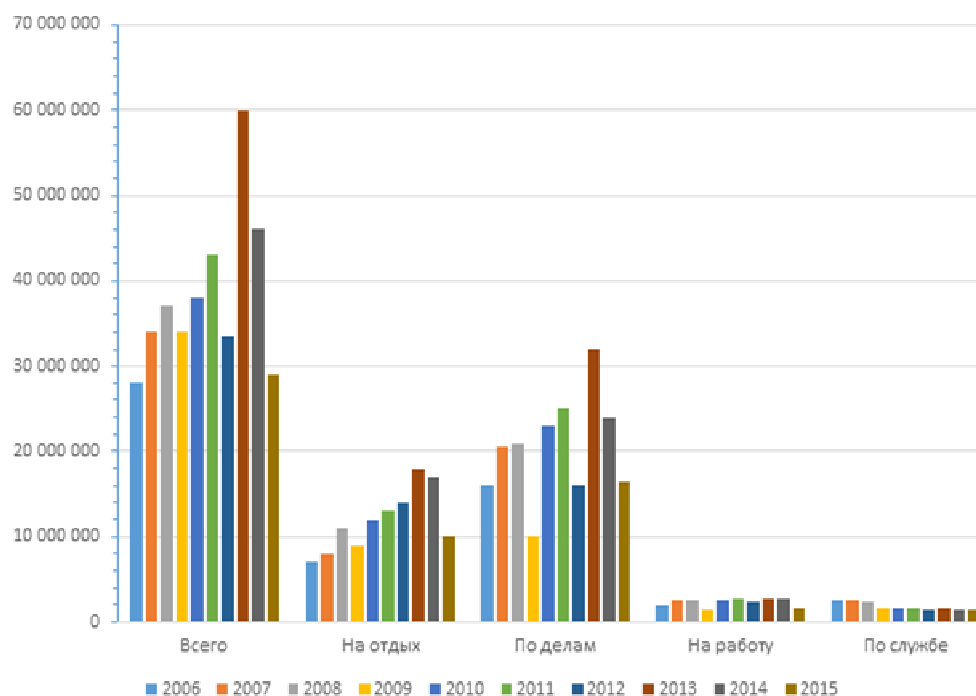


Рис. 1. Статистика поездок граждан России за рубеж по целям в 2006–2015 гг. (по информации Росстата)

О развитии рынка внутреннего туризма и сокращении рынка выездного туризма свидетельствуют и данные табл. 1 за последние два года¹. Кроме того, если в начале 2015 г. выездным туризмом занималось 2050 российских туроператорских компаний, то к концу года, по данным Ассоциации туроператоров России, их осталось только 717, а на первый квартал 2016 г. их насчитывалось 549 (по данным Единого федерального реестра туроператоров). Некоторые компании закрылись, а многие, поменяв формат работы, занялись внутренним и въездным туризмом – в 2016 г. таких туроператоров насчитывается 4075 и 2737 соответственно, что отражает и изменение статистики туристских потоков россиян, путешествующих по стране и за ее пределами. Здесь следует отметить, что для гармонично развивающегося туризма в стране характерно наличие баланса между выездным, въездным и внутренним туризмом. А ВТО для достижения рентабельности в туристской деятельности рекомендует соотношение «на 1 выездного туриста – 4 внутренних и 1 въездной», что явно не прослеживается в туристских потоках Российской Федерации.

¹ Отдельные показатели деятельности турфирм 2011–2015 гг. Федеральное агентство по туризму. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/otdelnye-pokazateli-deyatelnosti-kollektivnykh-sredstv-razmeshcheniya-i-turfirm-2011-2015-gg> (дата обращения: 15.05.2016).

Отдельные показатели деятельности турфирм
за 2011–2015 гг. (по данным Росстата)

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
Количество турфирм (на конец года) – всего	10 266	10 773	11 324	11 614	11 893
Средняя численность работников, тыс. человек	47	49	50	45	48
Число турпакетов, реализованных населению, – всего, тыс.	4427	4763	5384	4384	4024
из них гражданам России:					
по территории России	929	905	969	992	1331
по зарубежным странам	3326	3738	4240	3253	2482
Стоимость турпакетов, реализованных населению, – всего, млн руб.	175 366	208 118	249 898	243 453	239 554
из них гражданам России:					
по территории России	21 265	22 746	23 876	25 444	50 517
по зарубежным странам	152 610	183 309	222 002	214 308	183 970

Эксперты считают, что при решении актуальных проблем индустрии туризма и создании со стороны государства благоприятных условий для ее развития к 2020 г. Российская Федерация может войти в первую десятку популярных в мире направлений путешествий. Однако вхождение в систему глобальной конкуренции предъявляет определенные требования как к участию отдельных субъектов индустрии в туристских потоках, так и к участию государства в управлении индустрией в целом. Одним из главных факторов, препятствующих реализации туристского потенциала страны и сдерживающих рост ее конкурентоспособности на международном туристском рынке, на взгляд авторов, является нехватка в стране конкурентоспособных туристских маршрутов, проектирование которых может осуществляться на разных уровнях и разными субъектами индустрии:

1) на уровне единичных субъектов туристской индустрии – туроператоров, когда, как правило, проектируются инновационные авторские туристские маршруты;

2) на уровне дестинаций – городов, областей, регионов, стран, когда проектируются инновационные городские, областные, региональные, межрегиональные и национальные¹ туристские маршруты.

В целом проектирование туристских маршрутов – это процесс создания на основе факторов (туристические ресурсы, капитал и трудовые ресурсы) и средств производства (инфраструктура, информационное поле) при помощи технологий готового к использованию потенциальными туристами и экскурсантами туристского маршрута (рис. 2) [4].

¹ Национальный туристский маршрут – это маршрут, являющийся национальным достоянием и известный как российским, так и иностранным туристам.

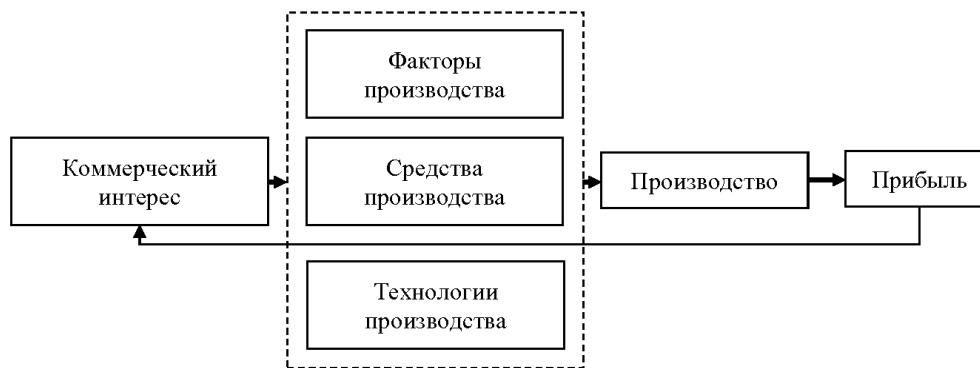


Рис. 2. Компоненты проектирования туристских маршрутов

Российская Федерация обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. На ее территории сосредоточены уникальные ресурсы, объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, проходят значимые экономические, социально-культурные и спортивные события. Во многих регионах представлено достаточное количество пользующихся большой популярностью у российских и иностранных туристов объектов и комплексов. Так, согласно информации из открытых источников, по последним данным, в России официально насчитывается около 140 тыс. объектов культурного наследия: 25 тыс. являются памятниками федерального значения и около 115 тыс. – памятниками регионального и местного значения. Из данного количества порядка 13 тыс. памятников входят в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Таким образом, наличие разнообразных факторов и средств производства в стране позволяет развивать разные виды туризма. Однако проведенный авторами анализ реализованных и потенциальных возможностей российской индустрии туризма показывает, что существующий туристский потенциал страны не используется в полной мере. Так, в 2015 г. с туристскими целями Российскую Федерацию посетили 26,9 млн граждан иностранных государств¹, хотя согласно прогнозу специализированного учреждения Организации Объединенных Наций – Всемирной туристской организации, страна может принять в год до 40 млн иностранных туристов при требуемом качестве туристских услуг и уровне развития инфраструктуры туризма.

В то же время в международных рейтингах страна занимает невысокое место. Так, в 2016 г., согласно рейтингу экспертов Всемирного экономического форума в Швейцарии, из 141 страны Россия занимает 45-е место по конкурентоспособности², а по культурно-историческому и рекреационному потенциалу она всегда входит в десятку стран лидеров. Это говорит о том,

¹ Количество прибывших граждан иностранных государств на территорию Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. – URL: <http://www.russia-tourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/kolichestvo-pribyvshikh-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv-na-territoriyu-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 15.05.2016).

² Всемирный экономический форум опубликовал рейтинг туристической конкурентоспособности стран мира. – URL: <http://tourbus.ru/news/11080.html> (дата обращения: 05.05.2016).

что при имеющемся огромном потенциале в стране не хватает механизмов конвертации его в ликвидный конкурентоспособный турпродукт – интересные российским и иностранным туристам туристские маршруты, которые собирают воедино все имеющиеся в стране факторы, средства и технологии производства.

Получается, что при наличии факторов, средств и технологий производства отсутствует коммерческий интерес субъектов российской туристской индустрии в разработке туристских маршрутов внутри страны. Во времена СССР эта задача возлагалась на экскурсионные бюро, основными функциями которых были отбор, расстановка и воспитание руководящих туристских кадров, инструкторов, экскурсоводов, обслуживающего персонала туристско-экскурсионных хозяйств; повышение квалификации сотрудников данной сферы; разработка уникальных туристских маршрутов, их апробация и методическое сопровождение [5]. Так, по данным 1975 г., в СССР было зарегистрировано свыше 6000 плановых местных маршрутов, которые проектировались республиканскими, краевыми и областными советами, и около 350 все-союзных маршрутов, разрабатываемых Центральным советом по туризму и экскурсиям. В целом на всех маршрутах обслуживалось порядка 30 млн туристов [6]. С распадом СССР экскурсионные бюро постепенно прекратили свое существование, а их оставшиеся функции в полном объеме никто не выполняет.

Основная функция туроператора – проектирование инновационных туристских маршрутов – более успешно реализуется на практике в странах, где туризм является основным сектором доходов экономики страны. Что касается Российской Федерации, то исследования показывают, что единицы туроператоров разрабатывают инновационные маршруты в рамках различных видов и направлений туризма. Так, авторами было проведено исследование деятельности крупнейших российских туроператоров въездного и внутреннего туризма, взятых из Единого федерального реестра туроператоров на сайте Федерального агентства по туризму, в направлении создания инновационных туристских маршрутов. Исследование проводилось на основе анализа ассортимента маршрутов туроператоров, представленного в каталогах и на сайтах. В ходе исследования были получены следующие результаты:

- во-первых, количество туроператоров, занимающихся этой деятельностью, ограничено, на что указывают как количество представленных инновационных маршрутов в предложении исследованных компаний, так и тенденция, свидетельствующая о том, что чем меньше компания, ее финансовое обеспечение, тем ниже вероятность того, что она занимается разработкой инновационных маршрутов;

- во-вторых, из ассортимента представленных инновационных маршрутов видно, что большинство из них, а именно 77,8 %, не направлены на развитие туризма в Российской Федерации, такие маршруты в области выездных туров более развиты;

- в-третьих, инновационные маршруты разрабатываются в основном туроператорами, которые специализируются на определенных видах туризма (образовательном, медицинском и др.) или на программах по определенной дестинации;

– в-четвертых, инновационные маршруты разрабатываются туроператорами в основном для иностранных туристов, что объясняется высокой конкуренцией в этом сегменте рынка.

Соответственно, можно сделать вывод, что большинство туроператоров внутреннего и въездного туризма, присутствующих на российском рынке, практически не выполняет свою основную функцию – проектирование инновационных туристских маршрутов, а если и делает это, то, как правило, на основе старого материала, уже проработанных маршрутов и идей. Чистых инноваций практически нет. Если они и присутствуют, то на рынке выездного туризма. Последнее обстоятельство серьезно сдерживает развитие туризма внутреннего и въездного.

При этом глобальная конкуренция на современном туристском рынке обязывает компании индустрии туризма разрабатывать и предлагать новые и обновленные товары, в том числе инновационные туристские маршруты, что в особой степени касается туроператоров. Необходимым условием проектирования и успешной продажи турпродуктов в настоящее время являются инновации. Данные наших исследований показывают, что в туризме в основном используются технические инновации. Патентный поиск показывает более 300 патентов в мировой индустрии туризма, среди которых программные продукты или туристские товары. Иные новшества в туризме, в том числе инновационные туристские маршруты, не патентуются¹. Разработка инновационных туристских маршрутов по Российской Федерации на базе существующих в туризме инноваций позволит туроператорам расширить ассортимент, выйти на новые сегменты рынка и в целом увеличить доходы.

Что касается разработки туристских маршрутов на уровне государства, то здесь речь идет в первую очередь об управлении национальными туристскими маршрутами – деятельности, осуществляемой с целью повышения привлекательности туристских маршрутов для внутренних и въездных туристов, а также своевременной их модификации для [4]:

– соответствия ассортимента национальных туристских маршрутов меняющимся потребностям туристов, конъюнктуре международного туристского рынка, экзогенным факторам международного туризма и туристской деятельности;

– поддержания высокого качества национальных туристских маршрутов, соответствующих мировым стандартам, а также условиям повышенной безопасности туристов;

– популяризации и продвижения национальных туристских маршрутов за рубежом.

На уровне государства важно в приоритетном порядке разработать концепцию основных направлений туристских маршрутов страны, регионов, областей и городов. Для развития въездного туризма особую актуальность приобретает разработка инновационных национальных туристских маршрутов, для развития внутреннего туризма – межрегиональных туристских маршрутов. Деятельность в этом направлении в последние годы все активнее ведется в России. Разрабатываются и реализуются проекты межрегиональных

¹ Инновации в туризме. Российский союз туристской индустрии. – URL: <http://www.rstnw.ru/innovaczii-v-turizme.html> (дата обращения: 15.05.2016).

маршрутов – «Серебряное ожерелье России», «Большая Волга», «Русские усадьбы», «Узоры городов России», «Красный пояс», «Сказочная карта России», «Вкусная карта России» и пр.

Так, проект «Серебряное ожерелье России» реализуется по инициативе и при поддержке Министерства культуры Российской Федерации и Федерального агентства по туризму. «Серебряное ожерелье России» – это межрегиональный туристский проект, состоящий из разных маршрутов, которые объединяют исторические города, областные центры, крупные населенные пункты на северо-западе России, в которых сохранились уникальные объекты, в том числе из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО. Основные цели проекта: развитие внутреннего и въездного туризма на территории северо-запада России; увеличение туристского потока и продолжительности пребывания туристов, формирование «повторных» прибытий в регионах северо-запада России¹.

Следует отметить, что в современных условиях глобализации мировой экономики и усиления экономической роли транснациональных корпораций происходит пересмотр роли и места государственного регулирования. Получает развитие концепция эффективного государства, частично ограничивающая и перераспределяющая регулирующие функции государства в пользу частного капитала [7]. Это особенно подчеркивает роль государства в управлении процессом проектирования туристских маршрутов с использованием механизмов государственно-частного партнерства, когда важная роль в этом процессе будет принадлежать туроператорам внутреннего и въездного туризма, работающим на международных рынках и поддерживаемым всесторонне государством.

Таким образом, проектирование туристских маршрутов как на уровне туроператоров, так и на уровне городов, областей, регионов и государства в целом (городских, областных, региональных, межрегиональных и национальных туристских маршрутов) рассматривается авторами как вектор повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. Причем делать это актуально в направлении формирования национальных маршрутов с помощью механизмов государственно-частного партнерства и при создании экономически привлекательных условий для бизнеса. Потенциальный экономический эффект от деятельности по проектированию туристских маршрутов будет заключаться в увеличении спроса россиян на туристские маршруты внутри страны и спроса со стороны иностранных туристов, в росте ВВП и улучшении платежного баланса страны по статье «Туризм». Предполагается, что экономический эффект также будет достигнут в направлении укрепления экономической безопасности Российской Федерации за счет создания прибыльной индустрии, не зависящей от цен на сырьевые ресурсы на мировых рынках².

¹ Сформирован Координационный совет по реализации туристского проекта «Серебряное ожерелье России». Федеральное агентство по туризму. – URL: <http://www.russiatourism.ru/news/10107> (дата обращения: 15.05.2016).

² Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы.

Список литературы

1. **Латорцев, А. А.** Повышение конкурентоспособности национальной туристской индустрии в условиях глобальной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Латорцев А. А. – М., 2011. – 148 с.
2. **Исмаев, Д. К.** Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учеб. пособие / Д. К. Исмаев. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Книгодел : МАТГР, 2009. – 152 с.
3. **Бакланов, А.** Что стало с туризмом в России / А. Бакланов, Ю. Дудкина. – URL: <https://snob.ru/selected/entry/104250> (дата обращения: 05.05.2016).
4. **Ушаков, Д. С.** Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков. – М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2006. – 384 с.
5. **Есина, Л. Б.** Потенциал и перспективы развития туризма в Пензенской области : моногр. / Л. Б. Есина, Л. Н. Семеркова, Н. В. Уткина, С. В. Латынова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2014. – 182 с.
6. **Чазов, Е. И.** Всесоюзные туристские маршруты. Энциклопедический словарь / Е. И. Чазов. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 592 с.
7. **Шопырин, А. В.** Методологические вопросы применения сравнительного планирования в организациях разных сфер экономической деятельности / А. В. Шопырин, Л. Н. Семеркова, Н. В. Свиридова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2015. – № 1 (33). – С. 268–275.

References

1. Latortsev A. A. *Povyshenie konkurentosposobnosti natsional'noy turistskoy industrii v usloviyakh global'noy konkurentsii: dis. kand. ekon. nauk: 08.00.05* [Increasing competitiveness of the national tourist industry in conditions of global competition: dissertation to apply for the degree of the candidate of economic sciences]. Moscow, 2011, 148 p.
2. Ismaev D. K. *Organizatsiya v"ezdnogo turizma v Rossiyskuyu Federatsiyu: ucheb. posobie* [Organization of inbound tourism to the Russian Federation: tutorial]. 2nd ed. Moscow: Knigodel: MATGR, 2009, 152 p.
3. Baklanov A., Dudkina Yu. *Chto stalo s turizmom v Rossii* [What has happened to tourism in RUSSIA]. Available at: <https://snob.ru/selected/entry/104250> (accessed 05.05.2016).
4. Ushakov D. S. *Tekhnologii v"ezdnogo turizma* [Inbound tourism technologies]. Moscow: IKTs «MarT»; Rostov-on-Don: Izdatel'skiy tsentr «MarT», 2006, 384 p.
5. Esina L. B., Semerkova L. N., Utkina N. V., Latynova S. V. *Potentsial i perspektivy razvitiya turizma v Penzenskoy oblasti: monogr.* [The potential and perspectives of tourism development in Penza region: monograph]. Penza: Izd-vo PGU, 2014, 182 p.
6. Chazov E. I. *Vsesoyuznye turistskie marshruty. Entsiklopedicheskiy slovar'* [All-USSR tourist routes. Encyclopedic dictionary]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya, 1983, 592 p.
7. Shopyrin A. V., Semerkova L. N., Sviridova N. V. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki* [University proceedings. Volga region. Social sciences]. 2015, no. 1 (33), pp. 268–275.

Семеркова Любовь Николаевна

доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой маркетинга,
коммерции и сферы обслуживания,
Пензенский государственный
университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: penzamarketing@mail.ru

Semerkova Lyubov' Nikolaevna

Doctor of economic sciences, professor,
head of sub-department of marketing,
commerce and services, Penza State
University
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

Зинченко Светлана Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра маркетинга, коммерции и сферы
обслуживания, Пензенский
государственный университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

Zinchenko Svetlana Vladimirovna

Candidate of economic sciences, associate
professor, sub-department of marketing,
commerce and services, Penza State
University
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

E-mail: penzamarketing@mail.ru, slatynova@mail.ru

УДК 338

Семеркова, Л. Н.

Проектирование туристских маршрутов как направление повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии /
Л. Н. Семеркова, С. В. Зинченко // Известия высших учебных заведений.
Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 3 (39). – С. 216–226.
DOI: 10.21685/2072-3016-2016-3-20