

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
экономики и управления
наименование

Кафедра
«Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»
наименование

Направление подготовки

43.03.02 «Туризм»
код и наименование

Профиль

«Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг»
наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Разработка рекомендаций по совершенствованию
туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов»

Студент 163ЭТ31
номер группы

27.01.2020
подпись, дата

Батынова Ольга Юрьевна
ФИО полностью

Руководитель К.Э.Н., доцент
звание, должность

ФГБОУ ВО «ПГУ»
наименование организации

27.01.2020
подпись, дата

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Нормоконтролёр К.Э.Н., доцент
звание, должность

3.02.2020
подпись, дата

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

подпись

Семеркова Л.Н.
фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

подпись

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Пенза 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

к.э.н., доцент _____ Уткина Н.В.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Батыновой Ольге Юрьевне

(ФИО)

1. Тема работы: Разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов

2. Срок сдачи студентом законченной работы: 20 января 2020 г.

3. Исходные данные к работе: нормативные документы индустрии туризма; нормативные документы, регламентирующие организацию дорожного движения; вторичная информация о международном и российском опыте совершенствования туристско-информационной среды; информация из научных, учебных и периодических изданий о туристско-информационной среде

4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов): исследование международного и российского опыта совершенствования туристско-информационной среды; оценка туристического потенциала г. Пенза и Пензенской области; анализ возможностей туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов; разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов; расчет затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей): демонстрационные слайды, раздаточный материал

Дата выдачи задания: 28 октября 2019 г.

Руководитель: _____

(подпись)

Задание принял к исполнению: 28 октября 2019 г.

(дата)

(подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	29.10.2019	31.10.2019	
Введение	01.11.2019	03.11.2019	
1.1 Исследование международного и российского опыта совершенствования туристско-информационной среды	04.11.2019	14.11.2019	
1.2 Оценка туристического потенциала г. Пенза и Пензенской области	14.11.2019	20.11.2019	
1.3 Анализ возможностей туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов	21.11.2019	29.11.2019	
2.1 Рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов	30.11.2019	15.12.2019	
2.2 Расчет затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций	16.12.2019	05.01.2020	
Заключение	06.01.2020	10.01.2020	
Глоссарий	11.01.2020	12.01.2020	
Список использованных источников	13.01.2020	14.01.2020	
Приложения	15.01.2020	25.01.2020	

Руководитель бакалаврской работы _____ Балахонова Е.В.
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов

Автор бакалаврской работы: Батынова Ольга Юрьевна, группа 163ЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доцент кафедры «МКиСО» Балахонова Елена Викторовна.

Год защиты бакалаврской работы: 2020.

Актуальность темы состоит в том, что развитие въездного туризма (включая посещение иностранными гостями) является для Пензенской обл. весьма актуальной задачей. Однако туристско-информационная среда областного центра и районов области недостаточно адаптирована для приема не владеющих русским языком туристов.

Целью бакалаврской работы является разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- исследовать международный и российский опыт совершенствования туристско-информационной среды;
- дать оценку туристическому потенциалу г. Пенза и Пензенской области и проанализировать въездной турпоток на территорию этой дестинации;
- проанализировать возможности туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов;
- разработать рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приёма иностранных туристов;
- произвести расчёт затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: анализ, синтез, опрос (в форме анкетирования).

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что ее автором были разработаны рекомендации, реализация которых в короткий срок позволит сделать туристско-информационную среду г. Пенза более комфортной для посещающих его иностранных гостей.

Объем бакалаврской работы составляет 66 страниц формата А4. Работа содержит 10 таблиц, 16 рисунков и 4 приложения, 36 использованных источников.

Содержание

Введение.....	5
1 Исследование туристско-информационной среды г. Пенза и возможностей ее совершенствования.....	7
1.1 Исследование международного и российского опыта совершенствования туристско-информационной среды.....	7
1.2 Оценка туристического потенциала г. Пенза и Пензенской области.....	23
1.3 Анализ возможностей туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов.....	34
2 Разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов.....	42
2.1 Рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов.....	42
2.2 Расчет затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций.....	49
Заключение.....	60
Глоссарий.....	62
Список использованных источников.....	64
Приложения.....	68

Введение

В настоящее время туризм развивается с большой скоростью. Этому способствуют рост доходов населения, увеличение количества у него свободного времени, все большая открытость регионов и другие факторы. По форме туризма, связанной с пересечением туристом государственной границы своей страны, выделяют въездной, выездной и внутренний туризм.

В последнее время въездной туризм стал эффективным средством массовой востребованности и широкой доступности. Повышение уровня жизни населения и расширение возможностей свободного передвижения по миру способствовали появлению миллионов новых путешественников.

Прием destinations иностранных туристов предполагает наличие в ней не только развитой инфраструктуры и интересных объектов показа, но и комфортной туристско-информационной среды. Большое внимание ее созданию уделяется во всех регионах, делающих ставку на прием у себя иностранных гостей.

Анализ туристско-информационной среды г. Пенза показал, что он не достаточно готов к приему у себя иностранных туристов. На улицах отсутствует туристская навигация, в местах отдыха и досуга нет информации на английском языке – такой, как указатели, ориентирующая информация к объектам туристического показа, которая крайне необходима для иностранных туристов. Уровень владения иностранными языками (в первую очередь английским) непосредственно контактирующими с гостями сотрудниками гостиниц города не достаточен для того, чтобы без коммуникационных проблем обслуживать не владеющих русским языком постояльцев.

Данная проблема определяет цель бакалаврской работы – разработать рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов.

Объект исследования: туристско-информационная среда г. Пенза.

Предмет исследования: возможности совершенствования туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов.

Поставленная цель определила необходимость решить следующие задачи:

- исследовать международный и российский опыт совершенствования туристско-информационной среды;
- дать оценку туристическому потенциалу г. Пенза и Пензенской области и проанализировать въездной турпоток на территорию этой дестинации;
- проанализировать возможности туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов;
- разработать рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приёма иностранных туристов;
- произвести расчет затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций.

При написании бакалаврской работы использовались следующие методы исследования:

- анализ источников информации по проблеме исследования;
- беседа;
- опрос в форме анкетирования.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, глоссария, списка использованных источников и приложений.

1 Исследование туристско-информационной среды г. Пенза и возможностей ее совершенствования

1.1 Исследование международного и российского опыта совершенствования туристско-информационной среды

В настоящее время 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 конкурентоспособности туристских услуг в России [12].

Одна из актуальных тенденций современной индустрии туризма – увеличение числа людей, путешествующих индивидуально (самостоятельно), а не в составе организованных групп.

Большинство регионов нашей страны обладают возможностями для развития различных видов туризма. Для многих городов туризм вполне может стать отраслью индустрии, основой доходности и занятости.

Одной из важнейших проблем въездного туризма является недостаточно комфортная туристско-информационная среда, под которой понимается множество информационных ресурсов, источников, а также необходимая составляющая для любого туриста, особенно выезжающего за границу, который сталкивается с новым законодательством, привычками, обычаями, культурой, особенностями в той или иной сфере [14].

Исходя из данного определения, можно сделать вывод, что к понятию туристско-информационной среды относятся:

- 1) знаки туристской навигации;
- 2) туристские справочники для иностранных граждан;
- 3) туристско-информационные центры.

Во многих странах туристско-информационная среда уже очень хорошо развита. К сожалению, эксперты отмечают, что в большинстве городов России

этот вопрос пока стоит на повестке и решается крайне медленно. Какая-либо информация на английском языке предоставляется в основном в гостиницах, на вокзалах, в аэропортах и дорогих ресторанах. На наш взгляд, это связано с тем, что въездной поток туристов из других стран в Россию все еще не достаточно велик.

Сегодня наблюдается значительный дефицит организованной качественной туристской информации, особенно касающейся внутренних российских турпродуктов. В связи с этим успешное развитие турбизнеса предполагает широкое использование новейших информационных технологий, как в области создания туристического продукта, так и его продвижения и реализации [22].

Большое внимание должно уделяться разработке и изготовлению рекламно-информационной продукции, предназначенной для продвижения туристского продукта на российском и международном рынках. В Российской международной академии туризма ведется работа по составлению специального справочного каталога «Туристские центры Российской Федерации», в котором будут содержаться их описание и оценка. Для этих целей в качестве источника информации наиболее уместны интерактивные энциклопедии, поскольку они повсеместно доступны для туроператора и туристов [9].

Многие российские города, привлекающие иностранных туристов, имеют в своем арсенале проспекты, брошюры и путеводители с необходимой им информацией (особенно центры, в которых поток иностранных туристов регулярно растет: Москва, Санкт-Петербург и города Золотого кольца).

Однако на английском языке такого вида справочников не достаточно. В контексте данной работы под туристско-информационным справочником мы понимаем сборник туристской информации, необходимой для иностранного туриста, пребывающего в нашу страну.

Подобный справочник был выпущен в Южной Корее под названием «Безопасное путешествие по Корее» (он представлен на рисунке 1).



Рисунок 1 – Справочник «Безопасное путешествие по Корее»

Информационные услуги в туристическом бизнесе включают следующие компоненты:

- электронная онлайн-информация;
- потребители и пользователи информации;
- связанные с информатикой информационные источники;
- владельцы информации и информационных ресурсов;
- компьютерные информационные системы;
- системы для бронирования и продаж;
- информационно-вычислительные системы;
- средства для обеспечения информационных технологических систем

[22].

Далее (на рисунке 2) представлена классификация туристской информации по частным признакам.



Рисунок 2 – Классификация туристской информации по частным признакам

В условиях возникновения рыночных отношений в России городам приходится конкурировать за талантливых специалистов и информацию; за инвестиции и городские ресурсы; за туристов и рабочую силу. Для большинства городов успехи в такой конкурентной борьбе станут вопросами процветания и продвижения их в сфере туристской индустрии. Это вызывает необходимость для каждого города искать собственные пути, методы и средства улучшения

привлекательности городской среды, создания новой содержательной идеи города, формирования его образа, имиджа и бренда, создание системы навигации и ориентирующей информации для гостей города и туристов [20].

Туристская навигация давно является важным элементом индустрии туризма. Наличие качественной и доступной информации для туристов в дестинации является показателем развития экономики страны, индустрии туризма и туристской инфраструктуры. Кроме того, система навигации и ориентирования для туристов делает их пребывание в незнакомом городе или стране удобным и комфортным. Прежде всего, это касается туристов, которые предпочитают путешествовать самостоятельно, без помощи сопровождающих и гидов-экскурсоводов. Поэтому важно учитывать то, что вся ответственность за поиск оптимального маршрута к нужному объекту туризма на протяжении всего путешествия лежит на самих туристах. С целью облегчения доступа туристов к объектам туристско-рекреационной инфраструктуры, а также в целом для более удобного перемещения туристов в незнакомой для них местности применяют систему навигации и ориентирования. От того, насколько эффективно применяется система туристской навигации, в значительной степени зависит формирование имиджа территории как привлекательного туристского центра [13].

Следовательно, отсутствие информации для туристов и неудобства, связанные с ориентацией по городу, являются теми факторами, которые сдерживают развитие туристской отрасли.

Анализ литературы по проблеме исследования позволил нам рассмотреть туристическую навигацию как систему информационных знаковых элементов городского дизайна и малых архитектурных форм для указания направлений движения туристам к значимым объектам города. Развитие туризма в городах вызывает формирование в пространственной среде города зон туристической деятельности, трасс интенсивного туристического движения и узлов концентрации туристов в местах размещения историко-архитектурных памятников, уникальных объектов культуры и искусства.

Экспертами и участниками туристского рынка отмечается недостаточная интеграция объектов культурно-исторического наследия Российской Федерации в туристическую отрасль, прежде всего, за счет отсутствия базовых сервисных функций для туристов, которые присущи культурно-историческим объектам за рубежом. Во многих учреждениях культуры полностью отсутствует ориентирующая информация для туристов и посетителей, либо она не отвечает современным потребностям потребителя, ее немного и чаще она изготовлена кустарным способом.

В обеспечении конкурентоспособности городов, что делает их более привлекательными для туристов, большое значение приобретает совершенствование и развитие городской среды, и улучшение системы навигации. Одним из важнейших видов навигации в современном мире является туристская навигация и сопутствующая ей ориентирующая информация [2].

Согласно ГОСТу Р 57581-2017 «Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в системе туризма. Общие требования» система навигации и ориентирования в сфере туризма определяется как «совокупность необходимой для ориентирования туристов информации о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии и средств размещения такой информации». Причем отмечается, что к средствам размещения информации относят информационные знаки, конструкции, сооружения, технические приспособления и другие носители, предназначенные для распространения информации, за исключением рекламных конструкций [1].

В рамках II Координационного совета по туризму при Минкультуры России, прошедшего 27 июня 2013 г., обсуждался вопрос создания общероссийской системы навигации и ориентирующей информации для туристов.

Единые информационные знаки для всех туристических объектов страны были разработаны ведомством еще в октябре 2012 г. Они представляют собой изображенные на рисунке 3 коричневые таблички с белыми надписями и специальными QR-кодами [19].



Рисунок 3 – Разработанные Минкультуры России
единые информационные знаки для туристических объектов

Планировалось, что новая система в ближайшее время обретет официальный статус и постепенно будет внедрена в регионы. Ориентиром при работе над ней стал положительный опыт Санкт-Петербурга, где в 2000 г. началось использование подобных указателей. У участников координационного совета была возможность ознакомиться с данной системой навигации и ориентирующей информации, а также – работой туристских информационных павильонов.

В ходе заседания заместитель Министра культуры РФ А. Ю. Манилова подчеркнула, что Москва и Санкт-Петербург – практически единственные города России, известные среди туристов всего мира, о других российских городах почти никто не знает [6].

В ряде российских регионов предложенные Минкультуры туристические знаки навигации (не всегда с QR-кодами, как показано на рисунке 4 [15]) используются в качестве указателей направления к различным объектам городской инфраструктуры: достопримечательностям, историческим объектам, хра-

мам, паркам, вокзалам, аэропортам. Их установка позволяет упростить навигацию туристам и гостям города.



Рисунок 4 – Туристско-информационные знаки (Республика Крым)

Информационные знаки системы навигации классифицируют по группам (условно) соответственно местам их планируемой установки:

- 1) знаки для автодорог, улиц и перекрестков;
- 2) знаки для размещения на объектах туризма;
- 3) знаки для нанесения на карты, навигационные таблички или раздаточный материал.

Для определения соответствия мест размещения информационных знаков на территории следования туристов используется методическое пособие по созданию систем указателей по следованию по местам культурного наследия.

Согласно Методическому пособию по созданию дорожных указателей к объектам культурного наследия к информационным знакам для туристов выдвигается целый ряд требований [18]:

- 1) Информативность – обеспечение простой, доступной и достоверной информацией для навигации туристов.

2) Наглядность – обеспечение быстрого и понятного распознавания информации вне зависимости от национальности туриста, от сезонно-климатических условий, от области применения.

3) Обеспечение единообразия визуальных элементов Системы туристской навигации вне зависимости от типа носителя информации: знаки, указатели, навигационные таблички, постеры и другие.

4) Эстетика – способность визуальных элементов Системы туристской навигации вписываться в ландшафт местности и объектов, в котором они будут применяться, включая городские ландшафты с исторически ценной застройкой, объекты транспортной инфраструктуры и природные ландшафты.

5) Толерантность – соответствие визуальных элементов туристской навигации восприятию представителей различных национальностей, религиозных принадлежностей, а также лицами с ограниченными возможностями.

6) Технологичность – применяемые визуальные элементы Системы должны быть просты в изготовлении, монтаже и демонтаже, обслуживании.

Еще одно требование по информационным знакам – нанесение на туристические карты, путеводители или печатные таблички, заключается в соблюдении требований по соответствию видимости поля зрения человека без специальных приспособлений и размерам используемого информативного поля.

Знаки, устанавливаемые на автодорогах, улицах и перекрестках, производятся в соответствии с требованиями следующих стандартов: ГОСТ Р 52290-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Знаки дорожные. Общие технические требования» и ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств». Это касается как частей, так и отдельных вставок.

Применение коричневого фона с целью туристических информативных символов уже давно стало международным опытом. Число в туристическом указателе вблизи с наименованием туристических объектов показа демонстрирует интервал до достопримечательностей в метрах. Существует множество различных типов знаков: одни стоят около достопримечательностей, другие указывают направление к ним. Представлять собой знаки могут как стилизо-

ванное изображение (например, древней крепости), так и простую надпись со стрелкой.

Как пишет руководитель комитета культуры и молодежной политики Великого Новгорода К. В. Хиврич [33], впервые коричнево-белые знаки появились во Франции в 70-е гг. XX в. (см. рисунок 5).



Рисунок 5 – Знаки туристской навигации во Франции

В 1980-х гг. они получили распространение в Германии (немецкий знак туристской навигации можно увидеть на рисунке 6), и дальше в других странах Европы.



Рисунок 6 – Знаки туристской навигации в Германии

Иногда к коричневому и белому добавляют другие цвета: например, в Шотландии – синий (такой вариант представлен на рисунке 7), в Уэльсе – красный, где-то появляются оранжевый, зелёный и чёрный. Но основной маркер для туриста (белое изображение на коричневом фоне) остаётся неизменным.



Рисунок 7 – Знаки туристской навигации в Шотландии

В СССР в 1980 г., в рамках подготовки к Олимпиаде, был предпринят опыт разработки ориентирующих знаков, однако они получили в то время малое распространение. В Российской Федерации пионером в использовании коричнево-белых табличек и указателей стал Санкт-Петербург. Это был единственный город, где в 2000 г. появились указатели к памятникам истории и архитектуры, а также начал свою работу туристский информационный центр.

В настоящее время в Европе за проектирование символов туристской навигации отвечает автотранспортный отдел, поскольку он обладает всеми без исключения требуемыми средствами и квалифицированными экспертами.

Общероссийская система туристской навигации предусматривает блок графической информации, направленный на увеличение посещаемости объектов туристско-рекреационной инфраструктуры, а также на интеграцию объектов культурно-исторического наследия Российской Федерации в туристскую отрасль. Целью разработки «Общероссийской системы навигации и ориентирующей информации для туристов» является создание пиктограмм, знаков и

указателей, главной задачей которых является наглядное и единообразное обозначение мест и объектов, входящих в программы как группового, так и индивидуального туризма. Результатом внедрения такой системы туристской навигации должна стать её успешная интеграция в мировое туристское сообщество [32].

В единой системе также разработали пиктограммы для туристов, которые облегчат навигацию для туристов, представленную на двух языках. В таблице 1 приведены разделы пиктограмм для туристов.

Таблица 1 – Разделы и применение пиктограмм для туристов

Пиктограммы	Применение
Туристская инфраструктура	Магистралы, дороги, улицы и перекрестки населенных пунктов, карты, путеводители, также вполне возможно размещение на указателях в интерьерах зданий
Спорт и отдых на открытом воздухе	Пути, которые ведут к местам купания, карты, путеводители и пути, ведущие к зданиям для занятиями спортом
Туристско-рекреационные зоны и маршруты	Магистралы, дороги, улицы и перекрестки населенных пунктов, карты и путеводители
Туристские достопримечательности	Магистралы, дороги, улицы и перекрестки населенных пунктов, карты и путеводители

Особо стоит отметить, что одной из задач Общероссийской системы туристской навигации должна стать массовая популяризация памятных мест и объектов культурного исторического наследия. Система туристской ориентирующей информации должна стать важнейшей составляющей качественного и безопасного обслуживания туристов. Она должна соответствовать стандартам размещения знаков и информации в городской среде, на автострадах, сухопутных и водных магистралах.

Создание информационных центров туризма (ИЦТ) является важнейшим звеном туристской инфраструктуры во всех странах, уделяющих серьезное внимание развитию въездного туризма. Таким образом, путешествующие само-

стоятельно туристы смогут начинать знакомство с новым для них туристским маршрутом с посещения местного информационного центра туризма. Это позволит информационным центрам генерировать большой поток посетителей, что делает их привлекательными для всех участников туристической индустрии [18].

Туристские информационные центры функционируют по всему миру не только в столицах и крупных городах, но и в регионах, где доходы от туризма достаточно весомы для местной экономики. Опираясь на понятийный аппарат действующего законодательства [20], было выведено определение туристского информационного центра – это информационное учреждение, бесплатно предоставляющее информационные продукты и услуги, ориентированные на удовлетворение информационных потребностей туристов.

В Европе по количеству предоставляемой туристской информации и ее источникам лидирует Лондон. Британский туристский центр расположен в центре города, на Риджент Стрит. Там продаются разнообразные издания для туристов на разных языках, есть возможность получить бесплатную консультацию по вопросам, касающимся их путешествия и получить бесплатную услугу по составлению индивидуального экскурсионного маршрута. Основные информационные бюро Лондонского туристического правления находятся в аэропорту «Хитроу», на вокзале «Виктория» и в универсаме «Selfridges» на Оксфорд Стрит. Центры туристской информации в столице Великобритании основаны и функционируют силами двух органов исполнительной власти: на государственном уровне это Британское туристическое управление, на местном – Лондонское туристическое правление. Такого рода информационная оснащенность привлекает туристов со всего мира, обеспечивает им удобство, насыщенность и безопасность путешествия, формирует позитивный имидж города как безопасного, гостеприимного и удобного для приезжих.

Таким образом, туристы по приезду в Лондон сразу могут получить интересующую их информацию о достопримечательностях и пользоваться этими услугами в любом месте города в любое время на протяжении всего пребывания в нем.

Что касается других европейских государств, то к лидерам по количеству расположенных в небольших провинциальных регионах туристских информационных центров и туристских информационных бюро относится Чехия. Самый крупный туристский информационный центр страны расположен в Праге, на Староместской площади, где можно узнать о чешских регионах, курортах и природных памятниках, информацию о которых непросто найти в зарубежных рекламных источниках. В стране есть много объектов, являющихся историческим наследием государства, достойных внимания туристов, поэтому Чешское государственное туристическое агентство решило создать основной информационный центр на одной из самых популярных у туристов площадей Праги, а его филиалы разместить в других небольших городах страны, обладающих значимым туристским потенциалом.

В Швеции действует 312 сертифицированных туристских информационных центров, обеспечивающих обслуживание гостей страны на иностранных языках. Они предоставляют им информацию о событиях культурной и спортивной жизни, достопримечательностях, экскурсиях, поездках и близлежащих населенных пунктах. Помимо информации о местности, в которой расположен центр, можно узнать о любых туристических объектах Швеции и забронировать гостиницу в любом населенном пункте страны.

В столице Финляндии также есть Бюро туристической информации, главный офис которого расположен за Рыночной площадью. Он обладает современным техническим оборудованием и предлагает туристам расширенные сервисы, ежегодно обслуживая около 400 тыс. человек, большая часть которых – иностранцы. Летом за информационной помощью в главный офис обращаются до 3 тыс. гостей Хельсинки. Получить необходимую им информацию туристы также могут в добавочных бюро на Центральном железнодорожном вокзале, возле круизного терминала «Хернесари» и в аэропорту «Vantaa». Кроме консультантов в самих бюро, на улицах города на протяжении летнего сезона работают их помощники. Они раздают приезжим специальные брошюры для семейного отдыха, подготовленные Бюро по туризму, в которых есть информа-

ция о самых популярных семейных аттракционах. Брошюры на финском, английском, шведском, немецком, русском и эстонском языках можно найти и в офисах Бюро туристической информации, киосках и на информационных стойках в центре города.

В столице Эстонии на первом этаже торгового центра «Виру» функционирует туристский информационный центр, в котором работают два консультанта. Место для центра и оборудованные рабочие места бесплатно предоставлены торговым комплексом, работу же сотрудников центра оплачивает Городское управление по туризму Таллина.

Определенный интерес представляет и опыт столицы Арабских Эмиратов – Абу-Даби, где в целях увеличения туристского потока до 2,3 млн человек Управление туризма санкционировало открытие шести информационных бюро в международном аэропорту «Abu Dhabi International Airport». В связи с этим было издано 1 000 экземпляров туристического гида для бесплатного распространения. Один из информационных центров «Abu Dhabi Travellers Welcome Visitor Information Desk» функционирует в аэропорту возле терминала № 1. Туристам здесь предлагается более 3 000 путеводителей с описанием культурных достопримечательностей, курортов, универмагов, отелей и ресторанов Арабских Эмиратов. Центр работает круглосуточно. Деятельность туристских информационных бюро финансируется Департаментом по маркетингу Управления туризма Абу-Даби. Управление туризма Абу-Даби выделяет средства на открытие 26 информационных терминалов, предоставляющих гостям туристическую информацию всех категорий.

Проанализировав деятельность зарубежных туристско-информационных центров, можно прийти к выводу, что туристическое информационное пространство довольно развито и имеет значительный туристский потенциал не только в мировых столицах и крупных городах, но и в отдаленных местностях небольших государств. Туристические администрации регионов с высоким турпотенциалом осознают доходность и приоритетность туристической отрас-

ли, вследствие чего выделяются значительные средства на развитие туристских информационных центров из федеральных и муниципальных бюджетов [10].

По сложившейся в России практике туристский информационный центр обычно выполняет две функции. Первая по своей сути должна быть поручена маркетинговому центру по туристическому развитию территории – продвижение региона как туристической дестинации в целом: издание рекламных материалов, участие в туристических выставках и т.п. Вторая функция – информирование туристов о жизни региона. То, для чего туристские информационные центры и создаются. Как показывает опыт их работы, люди обращаются в центры по разным вопросам, а не только за туристической информацией. Гости видят в туристических центрах помощника, предоставляющего достоверную информацию о регионе, в который они приехали [11].

Обслуживание туристов, создание для них комфортных условий пребывания в регионе – одна из первостепенных задач туристских информационных центров. Именно поэтому они занимаются созданием туристической навигации, работают над тем, чтобы максимально точно предоставлять гостю информацию о регионе.

Однако деятельность этих центров не должна ограничиваться информационно-консультационным обслуживанием гостей. Они должны функционировать как элемент туристической инфраструктуры, непосредственно влияющий на удовлетворение потребностей гостей территории и обеспечение ее туристической привлекательности.

1.2 Оценка туристического потенциала г. Пенза и Пензенской области

Одной из составляющих успешного развития региона является его туристический потенциал, под которым понимается совокупность ресурсов, объектов, явлений, условий и возможностей территории, которые могут быть использованы для формирования и реализации турпродукта [8].

Пензенская область обладает значительным туристическим потенциалом, который определяется следующими факторами:

- выгодное географическое положение для привлечения туристов;
- благоприятное сочетание природно-климатических условий;
- богатство и разнообразие животного и растительного мира;
- концентрация памятников культурно-исторического наследия, а также большое количество религиозных объектов;
- довольно развитая туристическая инфраструктура (транспортная, размещения, питания).

Пензенская область расположена в центре Восточно-Европейской равнины и входит в Приволжский федеральный округ. Она граничит с Рязанской, Тамбовской, Саратовской и Ульяновской областями и Республикой Мордовия (см. рисунок 8).



Рисунок 8 – Карта Пензенской области с границами

Пензенская область обладает достаточным природным, культурно-историческим потенциалом и выгодным географическим положением для привлечения туристов [3].

Природное и культурно-историческое разнообразие Пензенской области позволяет развивать многие виды туризма:

- рекреационный туризм (туризм с целью отдыха и развлечений);
- культурно-познавательный (включая религиозный и паломнический);
- деловой;
- спортивный;
- экстремальный;
- лечебно-оздоровительный;
- экологический;
- сельский;
- образовательный;
- научный.

Благоприятное сочетание природно-климатических условий региона служит основой для развития рекреационного туризма. На территории Пензенской области объекты рекреации занимают свыше 56,9 тыс. га. Из них:

- курортные зоны (санатории, дома отдыха, лагеря) – около 8 тыс. га;
- санитарно-защитные зоны (санитарно-защитные зоны источников водоснабжения и месторождений минеральных вод) – более 6 тыс. га;
- рекреационные зоны или зоны отдыха (лесопарковые зоны и городские леса) – свыше 40 тыс. га.

В регионе сформирована сеть домов отдыха и здравниц. Санатории: имени В. В. Володарского, «Березовая роща», «Полесье», «Хопровские зори»; пансионат «Нижне-Липовский»; туристско-оздоровительный комплекс «Серебряный бор»; турбаза и отель «Чистые пруды», расположенные в экологически чистых районах на берегу рек, озер и Сурского водохранилища. У пензенских санаториев есть своя особенность: применение лечебных хлоридно-натриевых

слабощелочных минеральных вод для внутреннего потребления и принятия лечебных ванн.

Растительность области весьма разнообразна. Здесь можно встретить участки заповедной степи, лиственных, хвойных и смешанных лесов. В области много заказных угодий, что позволяет развиваться охотничьему туризму, особый интерес может представлять охота на зайца, кабана, лося и в последнее время на косулю.

Богатое культурно-историческое наследие Пензенской области, развивающаяся современная туристская инфраструктура, выгодное географическое положение (в том числе для транзитного потока) делает наш регион привлекательным для туристов. Росту узнаваемости и привлекательности города Пенза и Пензенской области способствуют реализуемые мероприятия, проходящие как непосредственно в регионе, так и презентуемые за его пределами. Об этом свидетельствуют положительные тенденции в сфере въездного туризма, наметившиеся в последние годы в регионе.

Пензенская область – уникальный край с богатейшим историческим и культурным наследием – по праву является одним из признанных культурных центров России. В области действует немало уникальных и единственных в своем роде музеев, известных далеко за пределами Российской Федерации.

На территории региона находится более 200 памятников истории и архитектуры, музеи-заповедники, живописные зоны отдыха, охоты и рыболовства. Пензенская область имеет богатейшее историко-культурное наследие, которое включает в себя ценнейшие мемориальные объекты, связанные с историческими событиями, с жизнью выдающихся деятелей культуры, науки, искусства, литературы [3].

Наиболее часто посещаемыми историко-культурными объектами региона являются: крупнейший в Европе парк скульптур «Легенда», Государственный музей-заповедник «Тарханы», Государственный музей-усадьба В. Г. Белинского, Государственный Литературно-мемориальный музей А. Н. Радищева; музей живой воды «Кувака».

Всего на территории Пензенской области расположено 369 объектов культурного наследия, из них 46 федерального и 323 регионального значения. В регионе действует около 1 300 учреждений культуры и искусства, 200 церквей и четыре возрожденных монастыря [5].

С 1789 г. в г. Никольске работает музей хрусталя и художественного стекла, один из залов которого представлен на рисунке 9. В нем собрана коллекция редких произведений декоративно-прикладного искусства. С 2006 г. на базе музея проводится Международный симпозиум по художественному стеклу с участием ведущих мастеров России и зарубежья.



Рисунок 9 – Музей стекла и хрусталя в г. Никольск

На территории г. Пенза находится открытый в 1983 г. и до сих пор единственный в мире Музей одной картины (см. рисунок 10). Формы его работы не имеют аналогов среди других музеев России и зарубежных стран. Журнал «Форбс» опубликовал список из шести уникальных музеев мира, на третьем месте в нем расположился Музей одной картины, оказавшись в ряду таких мировых музейных жемчужин, как Музей Туринской плащаницы в Милане, Му-

зей колокола Свободы в Филадельфии, Музей Луны на спутнике Земли и Музей корабля в Швеции.

Сеанс длится 45 мин. Созерцание каждого произведения искусства предваряется видеофильмом, освещающим эпоху, в которую оно было создано, что позволяет открыть удивительный внутренний мир автора-художника, его идеи, замыслы и переживания. По завершении фильма открывается занавес и перед публикой предстает картина, показ которой сопровождается пояснительным текстом и музыкой.



Рисунок 10 – Музей одной картины им. Мясникова

Предметом особой гордости жителей области является Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы», где прошло детство М. Ю. Лермонтова. Это усадебный комплекс первой половины XIX в. Ежегодно в первые выходные июля здесь проходят Всероссийские Лермонтовские дни поэзии, собирающие не только тысячи туристов, но и известных российских актеров, поэтов и писателей.

Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы» имеет три экспозиционных комплекса. В состав первого входят: бывший барский дом, церковь Марии Египетской, восстановленные людская изба, дом ключника, теплица, дом мельника и мельница, конюшня и здание музейно-просветительского центра, заповедный парк, три фруктовых сада, дубовая роща и пруды. Второй комплекс – кладбище Арсеньевых-Лермонтовых с часовней над ним, где покоится поэт, находящаяся рядом с часовней могила отца поэта, сельская церковь Михаила Архангела и сторожка. Третий комплекс – имение «милой тетеньки» М. А. Шан-Гирей Апалиха, находящееся в трех километрах от Тархан.



Рисунок 11 – Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы»

В Пензе сохранилась усадьба выдающегося театрального режиссера-реформатора В. Э. Мейерхольда, построенная в 1881 г. его отцом, известным в городе купцом-винозаводчиком. В деревянном отреставрированном доме, который можно увидеть на рисунке 12, в 1984 г. открылся Музей сценического искусства им. В. Э. Мейерхольда (ныне Центр театрального искусства «Дом Мейерхоль-

да»). Его экспозиция рассказывает о жизни семьи Мейерхольда в Пензе, о его гимназических годах и первых шагах на сцене, а также о новаторском творчестве и трагической судьбе мастера.

Хранилище Музея содержит около 10 тыс. единиц основного фонда, располагает уникальными, не опубликованными документами, рукописями и фотоархивом.



Рисунок 12 – Музей сценического искусства им. В. Э. Мейерхольда

Одно из важнейших мест в культурной жизни Пензенской области занимает театральное искусство. На данный момент действует пять профессиональных театров различных жанров. Крупнейший театр города, один из старейших театров России – Пензенский областной театр драмы им. А. В. Луначарского, был восстановлен после пожара и помимо местных постановок принимает у себя самые масштабные и сложные представления из всех уголков России.

Анализируя актуальность развития туризма в Пензенском регионе, следует отметить, что в нем имеются все предпосылки для создания самой современной туристической отрасли [5].

В Пензенской области достаточно развита индустрия туризма. Прием гостей осуществляют гостиницы: «Россия», «Пенза», «Для Вас», «Гелиопарк», «Сура», «Ласточка», «Кагау»; а также туристские комплексы: «Русская охота», «Серебряный бор» и другие.

Благодаря областной программе развития туризма в каждом районе Сурского края созданы свои туристические объекты. Они обеспечены соответствующей инфраструктурой, делающей пребывание туристов на лоне природы комфортным.

Сфера предприятий общественного питания региона характеризуется разнообразием предприятий и высоким уровнем их развития. В области создана развитая сеть общественного питания, которую составляют более 1 600 предприятий с 83 619 посадочных мест.

Пензенский регион является довольно привлекательной территорией не только для внутренних туристов, но и для гостей из иностранных государств.

В 2014 г. на девятой международной выставке в сфере туризма «Интурмаркет», которая проходила в Москве, более 12 000 туристов оказались заинтересованы туризмом в Пензенской области. По сообщению ГТРК «Пенза», данная выставка была названа региональным управлением культуры и архива первым опытом презентации туристического потенциала области.

Тот факт, что туризмом в Пензенской области заинтересовалось достаточно большое количество человек, говорит о значительном туристическом потенциале области и необходимости развивать данную сферу. Сам же потенциал будет в дальнейшем развиваться в сотрудничестве с Ростуризмом.

Ежегодно наблюдается устойчивый рост числа туристов из других регионов России и иностранных граждан, посещающих Пензенскую область и пользующихся услугами туристической инфраструктуры. В 2018 г. количество иностранных туристов, въехавших на территорию Пензенской области, составило 32 050 человек, что превышает значение показателя 2017 г. в 1,7 раза. Количество граждан Российской Федерации, въехавших в Пензенскую область в 2018 г. составило 503 569 человек.

Это свидетельствует о том, что о Пензенской области знают не только гости из российских регионов, но и представители других государств. Достаточно привести пример проведения масштабных праздников в «Тарханах» или августовские визиты бизнес-делегаций из Израиля и Турции, высоко оценивших объекты культурного наследия и достопримечательности Сурского края.

«Туристический потенциал есть, но он не использован в полной мере, и нам есть, над чем работать. За счет привлечения туристического потока мы сможем создать новые рабочие места для пензенцев, справиться с инфраструктурными аспектами территорий областного и районного значения, получить дополнительный источник дохода в бюджет, что в целом даст реальный импульс для развития Пензенской области и ее узнаваемости», – подчеркнул зампред правительства Пензенской области Олег Ягов [32].

В Пензенской области ведется активная работа над развитием внутреннего туризма и повышением привлекательности субъекта на общероссийском уровне. В правительстве Пензенской области по инициативе О. Ягова состоялось заседание Координационного совета по вопросам развития туризма в Пензенской области [32]. На заседании обсуждались вопросы подготовки проекта Стратегии развития туризма в Пензенской области на период до 2035 г. и организации работы по обучению специалистов туристической отрасли по направлению «Экскурсовод» и «Гид переводчик» на базе ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет» и ГАП ОУ ПО «Пензенский социально-педагогический колледж».

Ягов отметил, что в последние четыре года значительно увеличился туристический поток в регион. Количество посетивших Пензенскую область россиян выросло в три раза, а иностранцев – в восемь. Такого показателя удалось добиться, в том числе, за счет увеличения в 20 раз финансирования проектов из регионального бюджета, при этом ключевой составляющей в развитии данного кластера является событийный туризм.

Более подробно с ростом турпотока в Пензенскую область можно ознакомиться в таблицах 2 и 3. В таблице 2 представлена динамика въезда в наш регион за последние шесть лет иностранных туристов.

Таблица 2 – Посещение Пензенской области иностранными туристами за период 2014-2019 гг.

Период	Количество иностранных туристов, человек
2014 г.	4 145
2015 г.	Около 5 500
2016 г.	—
2017 г.	18 660
2018 г.	32 050
9 месяцев 2019 г.	26 176

В таблице 3 отражены показатели въездного потока российских туристов за тот же период.

Таблица 3 – Посещение Пензенской области российскими туристами за период 2014-2019 гг.

Период	Количество российских туристов, человек
2014 г.	—
2015 г.	Около 229 000
2016 г.	—
2017 г.	323 713
2018 г.	503 569
9 месяцев 2019 г.	333 281

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что туристическая привлекательность нашего региона растет с каждым годом. Положительной динамике способствовала реализация ряда проектов. В частности, для ознакомления потенциальных туристов с Пензенской областью действует интернет-портал, изданы путеводители, продолжается работа над созданием детского путеводителя.

На заседании также рассматривался вопрос улучшения транспортной доступности, повышения уровня сервиса и безопасности, была отмечена необ-

ходимость продолжения системной работы в сфере развития туристической привлекательности региона [24].

4 октября 2019 г. в Казани состоялось заседание Совета при полномочном представителе Президента РФ в Приволжском федеральном округе, которое было посвящено развитию внутреннего и въездного туризма на территории входящих в состав ПФО регионов.

Комментируя тему заседания, глава Пензенской области Иван Белозерцев напомнил о действующих на территории нашего региона объектах туристической индустрии, число которых составляет свыше 2 300. Среди них: комплекс культурно-исторических достопримечательностей, гостиницы и турбазы, санатории и детские оздоровительные лагеря. В области работает более ста организаций, создающих новые туристические маршруты, развивающих выставочную деятельность и народно-художественные промыслы. Реализуется несколько крупных проектов: туристско-рекреационный кластер «Золотаревское городище», межрегиональный проект «Великий Волжский путь» [23].

В настоящее время Правительством Пензенской области разрабатываются программы и мероприятия для поддержки и развития туризма в регионе. Финансовая поддержка туристической сферы, которая осуществляется со стороны власти, используется неэффективно. Не выстроены приоритеты развития конкретных видов туризма и конкретных туристических объектов, что снижает вложение инвесторов в какие-либо направления туризма.

1.3 Анализ возможностей туристско-информационной среды г. Пенза в рамках приема иностранных туристов

Пензенская область проводит ряд мероприятий, направленных на расширение спектра туристических связей со странами ближнего и дальнего зарубежья:

- участие в региональных, межрегиональных, всероссийских и международных туристических встречах, форумах, конференциях, семинарах, совещаниях, круглых столах;

- организация и проведение областных мероприятий, посвященным знаменательным датам, туристских слетов и фестивалей;
- проведение рекламных туров по Пензенской области, Приволжскому федеральному округу для российских туроператоров, представителей средств массовой информации и других представителей туристской индустрии;
- реализация железнодорожных туристских маршрутов.

В Пензенской области стартовал новый проект, предполагающий издание серии путеводителей, рассказывающих об исторических и культурных достопримечательностях Сурского края.

В мае 2018 г. премьер-министр России Дмитрий Медведев утвердил концепцию федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2019-2025 года. В рамках данной программы Пензенская область вошла в число регионов, которые участвуют в инвестиционном туристическом проекте «Волжский путь» [23]. Маршрут «Волжского пути» по Пензенской области проходит по Лермонтовским и Купринским местам и включает три точки обзора – Наровчат, Пенза и музей-заповедник «Тарханы». Об этом пензенскому portalу «Пензаинформ» сообщил начальник отдела туризма Минкультуры региона Алексей Уколов.

Все это делает чрезвычайно актуальной задачу создания в областном центре комфортной для приезжающих в наш регион гостей (как россиян, так и иностранцев) туристско-информационной среды.

Важным шагом в решении этой задачи стало открытие в мае 2016 г. туристско-информационного центра Пензенской области [28], главная страница его интернет-сайта представлена на рисунке 13.

В настоящее время центр оказывает содействие гостям города по следующим направлениям:

- оказание информационной поддержки гостям города на русском и английском языках в информационном туристическом центре, на временных информационных пунктах в рамках культурных и туристских мероприятий, а также по телефону;

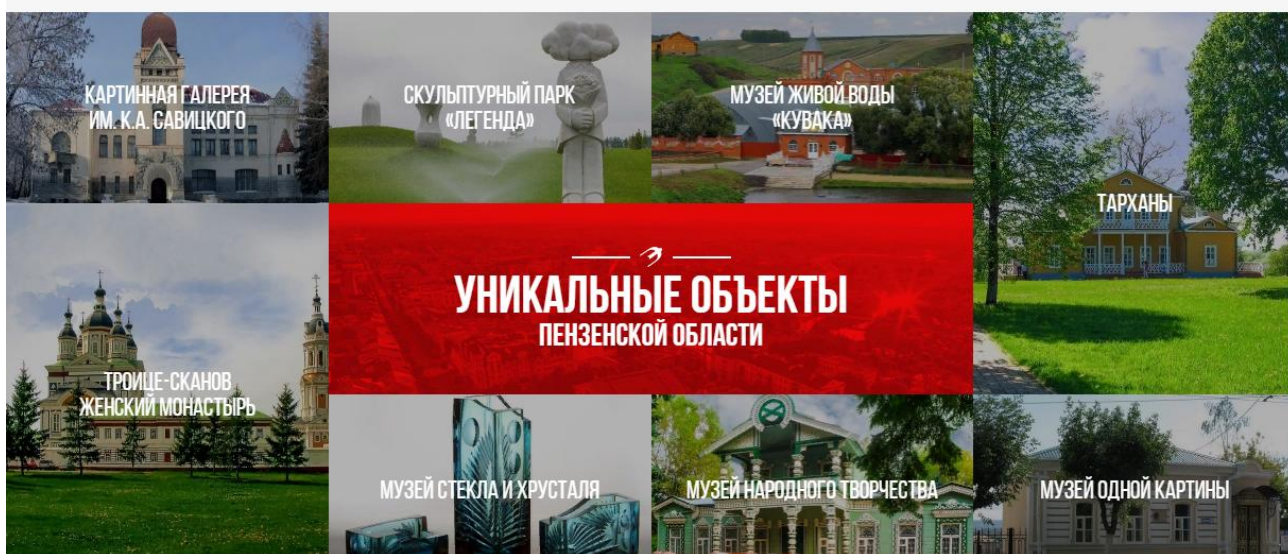


Рисунок 13 – Главная страница сайта
 туристско-информационного центра Пензенской области

- предоставление информационных материалов о городе, в том числе бесплатных путеводителей, туристских карт области и иного рекламного материала;
- различные варианты времяпрепровождения в Пензе: музеи и театры, рестораны, парки, клубы, досуг для любителей активного отдыха и развлечения для туристов с детьми;
- помощь в подборе групповых и индивидуальных экскурсий для ознакомления с достопримечательностями и историей города, а также организованные туры по Пензенской области;
- информационное обслуживание организаторов путешествий, в том числе предоставление новостей, фотографий и других материалов средствам массовой информации.

Помимо этого, одна из приоритетных задач туристско-информационного центра – реализация мероприятий по созданию и формированию имиджа России как страны, благоприятной для туризма, созданию и развитию единого туристско-информационного пространства, объединяющего туристские ресурсы

Пензенской области. В целях активного позиционирования туристического потенциала Пензенской области на национальных туристических информационных порталах и в средствах массовой информации туристско-информационный центр сотрудничает с туристическими объектами, расположенными на территории районов и городских округов.

В настоящий момент ведется работа по сбору информации туристической направленности и заключению договоров об информационном сотрудничестве с туристическими объектами.

В связи с проведением Чемпионата Мира по футболу в 2018 г. нашу страну посетило огромное количество иностранных гостей. Одним из городов, в котором были организованы футбольные матчи, стал Саранск. Пенза, которая соседствует с Саранском, принимала болельщиков Чемпионата Мира. За время его проведения в Пензенскую область приехали около 3 тыс. болельщиков из разных стран.

Во время проведения Чемпионата Мира по футболу нами было проведено анкетирование гостей города, в том числе иностранных (анкета представлена в Приложении А). Это были не только футбольные болельщики, но и обучающиеся в вузах иностранные студенты и посещающие Пензу по деловым вопросам бизнесмены. В результате опроса 130-ти носителей английского языка выяснилось, что наш город впечатляет чистотой, зеленью, уютом, грамотным ландшафтом, добрыми отзывчивыми людьми (это отметили 85 % опрошенных). Город славится своими уникальными музеями, необычными архитектурными ансамблями, наличием исторических и культурных центров (это мнение разделили все участники анкетирования).

Но наряду с положительными чертами были отмечены и проблемы – недостаточное развитие в Пензе туристско-информационной среды, в частности туристической навигации города. 92 % опрошенных отметили, что на улицах отсутствуют указатели на английском языке, мемориальные доски на зданиях имеют только русский текст; работа музеев, галерей, кинотеатров, ресторанов и кафе не предусматривает посещение иностранцами подобных мест (так, многие

предприятия общественного питания не имеют двуязычного меню). Да и уровень владения жителями города разговорным английским языком очень низок. Надо признать, что за прошедшее с момента опроса время существенных изменений в туристско-информационной среде города не произошло.

Проанализировав литературу по проблеме исследования и мнения туристов, бизнесменов, а также спортсменов, посещающих наш город, мы пришли к выводу, что отсутствие комфортной для не владеющих русским языком иностранных гостей туристско-информационной среды должно рассматриваться как один из факторов, тормозящих развитие въездного туризма в Пензенской области. Помимо него, к числу этих факторов могут быть отнесены:

- Несоответствие дорожно-транспортной инфраструктуры международным стандартам. Мало строится и реконструируется авто- и железнодорожных вокзалов, аэропорта, автостоянок с высоким сервисом обслуживания (заправка, ремонт и мойка машин).

- Несоответствие гостиничной базы мировым стандартам, в частности, классности гостиниц и уровню сервиса в них.

- Завышенные цены на гостиничные и ресторанные услуги.

- Несовершенство законодательного и экономического стимулирования российского въездного туризма на государственном и местном уровнях.

- Недостаточно квалифицированная организация обслуживания туристов, что создает отрицательный имидж как конкретному туристическому центру, так и стране в целом.

Городская среда, обогащенная системой туристической навигации, становится более привлекательной и гостеприимной для туристов и создает условия для продвижения города. Установка знаков туристической навигации – один из этапов в развитии туристической инфраструктуры региона. Указатели, таблички и щиты содержат информацию о достопримечательностях, природных памятниках и объектах культуры, туристских маршрутах, объектах размещения, общественного питания и транспортной инфраструктуры. Они помогут гостям

лучше ориентироваться в расположении достопримечательностей, планировать маршрут своих экскурсий на территории региона [21].

Надо отметить имеющийся в Пензенской области опыт создания туристической навигации. В июле 2019 г. администрация Мокшанского района приняла участие во II этапе конкурса на предоставление бюджетам муниципальных районов и городских округов Пензенской области субсидий на софинансирование мероприятий по развитию внутреннего туризма в рамках государственной программы Пензенской области «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014-2022 годы», где стала победителем. Денежные средства в сумме 111 111 руб. были направлены на установку знаков туристской навигации:

- «Музей А. Г. Малышкина»;
- «Памятники архитектуры 17-19 века»;
- «Исток реки Мокша»;
- «Святой источник Параскевы Пятницы».

Установленные знаки туристской навигации показаны на рисунке 14.



Рисунок 14 – Знаки туристской навигации в Мокшанском районе

Однако развитие туристско-информационной среды непосредственно города Пенза оставляет желать лучшего. В областном центре отсутствуют знаки навигации для упрощения перемещения туристов к разным объектам, интересным с точки зрения путешественников.

Более семи лет назад – в 2012 г. – в Комитете Пензенской области по физической культуре, спорту и туризму состоялось совещание, главной темой которого стала разработка системы туристской навигации [16]. «Сурский край богат разнообразными памятниками старины, живописи, литературы и искусства. Туристская навигационная система поможет гостям из других регионов, иностранцам, а также жителям Пензенского края ориентироваться в многообразии объектов. Яркими примерами с уже действующей системой являются такие города, как Пермь, Углич, Переславль-Залесский», – поясняли в пресс-службе облспорткомитета. По итогам совещания была создана рабочая группа. Ее участники – рекламные агенты, специалисты в области компьютерных технологий, представители общественных организаций, вузов – должны были подготовить предложения по размещению системы туристической навигации в сети Интернет, на зданиях и дорожных указателях. Тем не менее, можно констатировать, что система навигации для гостей в нашем городе до сих пор не развита.

2 Разработка рекомендаций по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов

2.1 Рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды г. Пенза для приема иностранных туристов

Опираясь на опыт установки знаков туристской навигации в различных регионах России, таких как Санкт-Петербург, Москва, Вологда и Нижний Новгород, был проведен анализ текущего состояния автомобильных навигационных знаков и указателей. В ходе анализа было обнаружено, что на сегодняшний день в центральной части города нет ни одного туристского указателя, помогающего российским и иностранным туристам ориентироваться в городе Пенза.

На основании этого были выявлены конкретные объекты туристской инфраструктуры, к которым необходимо установить подобные указатели. Они представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Объекты туризма, пригодные для оснащения туристскими знаками навигации

Тип объекта	Название объекта
Объекты размещения	1) Гостиница «Heliopark Cruise» 2) Гостиница «Heliopark Residence» 3) Гостиница «Пенза» 4) Гостиница «Для Вас» 5) Гостиница «Ласточка» 6) Гостиница «Буртасы» 7) Отель «Авиа» 8) Отель «Azimut»
Объекты питания	1) Ресторан «Засека» 2) Ресторан «Для Вас» 3) Ресторан «Бочка» 4) Ресторан «Ереван» 5) Ресторан «7 вечеров»

Продолжение таблицы 4

Тип объекта	Название объекта
	6) Ресторан «Короли» 7) Ресторан «Давыдов» 8) Кафе «Mojo Bar» 9) Кафе «Kinza»
Турфирмы и туристические центры	1) Туристско-информационный центр 2) Пензенское бюро путешествий 3) Туристическое агентство «Планета Тур» 4) Туристическое агентство «Tui» 5) Центр туристского сервиса «Insertum»
Музеи, театры	1) Пензенский Драматический театр 2) Пензенская областная филармония 3) Музей одной картины 4) Пензенский краеведческий музей 5) Пензенская областная картинная галерея им. К. А. Савицкого 6) Центр театрального искусства «Дом Мейерхольда»
Объекты истории и культуры	1) Монумент воинской и трудовой славы 2) Памятник «Афганские ворота» 3) Спасский кафедральный собор 4) Покровский собор 5) Памятник В. Г. Белинскому 6) Обелиск «Росток» 7) Площадь Ленина 8) Сквер Славы 9) Сквер имени Д. В. Давыдова 10) Сквер имени М. Ю. Лермонтова
Пункты пассажирских перевозок путей сооб- щения	1) Железнодорожный вокзал «Пенза-1» 2) Автовокзал 3) Аэропорт
Прочее	1) Торговый центр «ЦУМ» 2) Торговый центр «Пассаж» 3) Торгово-развлекательный центр «Высшая лига» 4) Торгово-развлекательный центр «Коллаж»

Следовательно, развитие въездного туристского потока в Пензенской области невозможно без инвестирования в материально-техническую базу индустрии туризма и учета всех вышеперечисленных факторов.

Система туристской ориентирующей информации является важнейшей составляющей качественного и безопасного обслуживания туристов. В соответствии с Манильской декларацией по мировому туризму, принятой 17 сентября 1980 г., туристские символы необходимо рассматривать в качестве международного универсального языка туризма.

В рамках написания работы была проведена консультация со специалистом туристско-информационного центра Пензенской области. В ходе беседы специалистом была отмечена актуальность совершенствования туристско-информационной среды нашего города.

Одной из самых часто встречающихся проблем для иностранных туристов является языковой барьер, поэтому размещение текста на информационных туристских стендах и дорожных указателях должно осуществляться на двух языках – русском и английском. Английский язык является языком международного общения, поэтому размещение справочной информации на нем способствует облегчению понимания этой информации иностранными туристами и устранению языковых барьеров, а также привлечению иностранных туристов в нашу область.

Несмотря на то, что фактически система бренда Пензенской области еще не разработана, мы считаем, что в туристской навигации следует использовать специфические элементы. Исторически сложились некоторые тенденции, выделяющие специфику Пензенской области как региона провинциального, патриархального, богатого культурными традициями и природой.

В системе туристских указателей предлагается использовать декоративные художественные элементы, обрамляющие или подчеркивающие блоки указателей или отдельные указатели (пример таких указателей приведен на рисунке 15). Также предлагается устанавливать отдельные информационные блоки

при въезде в область и в районы области, на которых кроме транспортной сети указаны основные туристические объекты.



Рисунок 15 – Туристический указатель
с использованием декоративных обрамляющих элементов

Декоративный характер оформления туристической навигации должен способствовать созданию образа Пензы и Пензенской области как одного из важнейших культурных центров России.

Принимая общемировые стандарты туристической навигации, стоит, тем не менее, уделить значительное внимание выделению индивидуальности городской среды, ее привлекательности для туристов. Для этого предлагается задействовать различные поверхности для размещения на них туристической информации, а саму информацию подавать оформленной по возможности художественно [5].

Это могут быть:

- Пустующие стены зданий, которые можно украсить информацией об исторической и художественной ценности данного здания или улицы, замаскированной под адресную табличку.

- Городская мебель может содержать в себе различные элементы навигации, дополненные, к примеру, картинами художников или строками поэтов и писателей Пензенской области.

- Остановочные павильоны, особенно в центрально-исторической части города, можно использовать для размещения карты района, в котором находится павильон, с указанием на карте особо примечательных объектов и фотографий.

- Установка указателей улиц с указанием старинных названий параллельно с современными, а по возможности со старинной фотографией указанной улицы. Подобные указатели были установлены на главной пешеходной улице города – улице Московской – еще в 2014 г.

Согласно плану реализации государственной программы Пензенской области «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014-2020 годы», большое внимание должно уделяться разработке и изготовлению рекламно-информационной продукции, предназначенной для продвижения туристического продукта на российском и международном рынках и формирования привлекательного образа Пензенской области [3].

Основными российскими изданиями, публикующими предложения туристических агентств, информацию о туристических маршрутах, путеводители и т.д. являются, конечно же, журналы и газеты, профильные издания. Так же пользуются популярностью каталоги путешествий, в которых содержится полезная информация для потенциальных туристов. Они могут использоваться в качестве справочников и предоставляют описания туристических товаров и услуг, иллюстрации, программы туров, отелей, видов деятельности и экскурсий, транспортных услуг и т.п.

«Весной 2017 года по поручению губернатора Пензенской области Ивана Белозерцева была создана рабочая группа, в которую вошли ученые, краеведы, экскурсоводы, дизайнеры, фотографы, а также представители регионального министерства культуры и туризма, Пензенского государственного краеведческого музея, Областной библиотеки им. М. Ю. Лермонтова, регионального отделения Российского военно-исторического общества и общественной органи-

зации краеведов Пензенской области», – отметил Заместитель Председательства Правительства Пензенской области Олег Ягов [24].

В конце сентября 2017 г. результатом работы группы стало издание первого путеводителя общим тиражом 2 000 экземпляров, посвященного описанию более 60-ти достопримечательностей исторической части г. Пенза. Справочное издание для жителей и гостей региона выполнено в удобном А5 формате и сопровождается 78 фотографиями историко-культурных и спортивных объектов, картой-схемой и пояснениями к ней. Также путеводитель снабжен функцией дополнительной реальности. Часть информации закодирована в QR-коды. С помощью смартфона можно будет получить дополнительные сведения о культурных объектах. Первый завод тиража был размещен в фирменном поезде «Сура», а также в музеях города и Пензенской картинной галерее им. К. А. Савицкого. В настоящее время началась работа над созданием второго путеводителя, в котором будут представлены основные туристические маршруты и культурные достопримечательности Пензенской области.

Также стоит отметить, что немаловажной проблемой является низкий уровень владения разговорными иностранными языками сотрудников предприятий сферы услуг, непосредственно контактирующих с гостями.

На основании всего вышесказанного нами были разработаны следующие рекомендации по совершенствованию туристско-информационной среды города Пенза в рамках приема иностранных туристов:

- 1) обеспечить город информационно-туристической навигацией на русском и английском языках;
- 2) размещать на остановочных пунктах в центрально-исторической части города (и в других районах) карту города с фотографиями исторических мест, перечнем туристско-значимых объектов города и другой полезной информацией на двух языках (русском и английском);
- 3) снабдить музеи, галереи, кинотеатры, крупные торгово-развлекательные центры, гостиницы, рестораны необходимой туристической информацией на английском языке;

4) добавить к имеющейся информации на мемориальных досках, находящихся на зданиях города, текст на английском языке;

5) создать специализированные курсы по обучению иностранным языкам персонала средств размещения и предприятий общественного питания;

6) разработать, подготовить к печати и реализовать туристско-информационный справочник по г. Пенза на английском языке.

Туристско-информационный справочник на английском языке будет содержать телефонные номера экстренных служб, контакты аптек, больниц, банков, различных городских служб по предоставлению услуг населению, расположенных вблизи центра города рядом с основными достопримечательностями. В нем иностранный турист сможет найти всю необходимую информацию по обмену валюты, вызову такси, местонахождению основных торговых и бизнес центров, культурных объектов города. Также он будет снабжен подробной картой города, схемой маршрутов городского транспорта, фотографиями узнаваемых мест города и известных личностей.

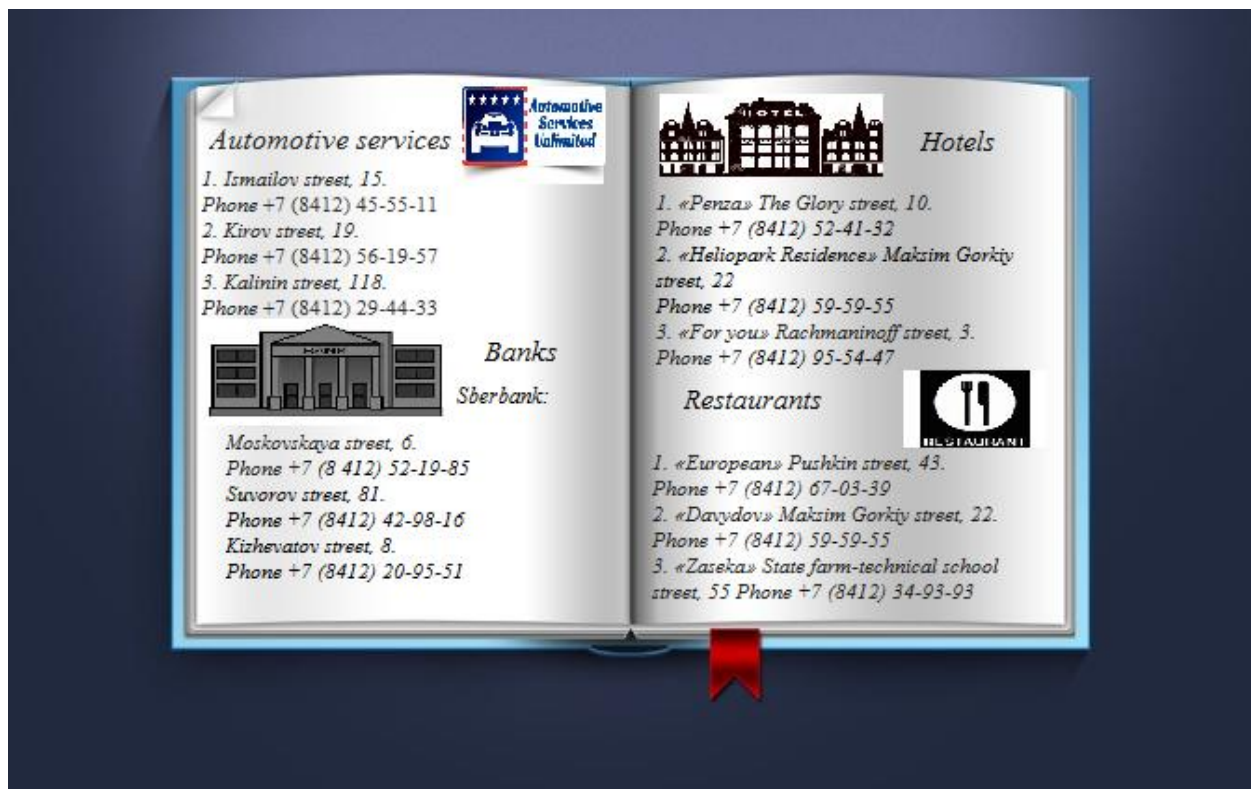


Рисунок 16 – Туристско-информационный справочник г. Пенза

В ходе работы нами был составлен рейтинг лучших отелей города Пенза, который представлен в приложении В. Туристско-информационный справочник рекомендуется размещать именно в этих отелях, поскольку они наиболее популярны среди иностранных туристов, бизнесменов и спортсменов, приезжающих в наш регион.

2.2 Расчет затрат на реализацию предлагаемых рекомендаций

Для расчета затрат на реализацию были выбраны наиболее перспективные, на наш взгляд, рекомендации; такие, как: обеспечение города туристско-информационной навигацией на русском и английском языках, разработка туристско-информационного справочника на английском языке, а также создание специализированных курсов по обучению иностранным языкам персонала средств размещения и предприятий общественного питания.

В рамках расчета затрат на разработку туристско-информационного справочника на английском языке нами были рассмотрены популярные издательства города Пенза [29,30,31], такие как:

- типография «Вариант»;
- «Типография № 1»;
- типография «Новапринт».

Данные компании специализируются на печатной продукции для рекламы и бизнеса.

Таблица 5 – Рейтинг типографий г. Пенза

Название	Стоимость работ	Срок выполнения работ	Время работы на рынке	Рейтинг (5-ти балльная шкала)
Типография № 1	От 15 руб./ 1 лист	От 5-ти рабочих дней	15 лет (с 2005 г.)	4,3
Типография «Вариант»	От 13 руб./ 1 лист	От 3-х рабочих дней	10 лет (с 2010 г.)	4,2
Типография «Новапринт»	От 20 руб./ 1 лист	От 2-х рабочих дней	15 лет (с 2005 г.)	4,0

Проанализировав рейтинг типографий в г. Пенза, можно сделать вывод о том, что следует остановить свой выбор на Типографии № 1. Судя по отзывам клиентов, за время существования на рынке компания зарекомендовала себя с хорошей стороны. Однако обратившись в данную типографию с вопросом о разработке дизайна туристско-информационного справочника и последующей печати его пробной версии, мы столкнулись с незаинтересованностью сотрудников компании.

По этой причине для разработки дизайна справочника, а также его дальнейшей печати нами была выбрана типография «Вариант». К тому же данная типография предлагает лучшее соотношение цены и качества.

Цена создания туристско-информационного справочника зависит от сложности проекта. Потребуется ли уникальный дизайн, дополнительное тестирование и оптимизация для различных типов устройств – все эти факторы определяют, как долго придется команде трудиться, чтобы создать конечный продукт. Именно затраты рабочего времени являются основой расчета стоимости данного продукта.

Для разработки справочника потребуется три стадии: предпроектная, стадия разработки и стадия реализации проекта. Исходя из предполагаемого объема и сложности выполняемых работ, определяется состав исполнителей разработки, затем определяются сроки и, при необходимости, делается коррекция количественного состава занятых в разработке сотрудников.

Срок выполнения данной работы составляет около одного месяца. В основные составляющие части данного проекта входят:

- планирование разработки проекта;
- расчет затрат на разработку.

Общее количество задействованных работников устанавливается исходя из опыта проведения подобных работ и соображений практической целесообразности, в дальнейшем оно может уточняться по результатам расчетов. Для разработки нашего проекта потребуется привлечь трех работников, а именно: дизайн-разработчика, переводчика и руководителя проекта.

Для выбора необходимого формата туристско-информационного справочника нами были изучены определенные виды печатной продукции:

1) Журналы, брошюры, каталоги – печатные издания небольшого объема, адресованные строго определенным группам читателей. Они позволяют получить более полную информацию о товарах или услугах фирмы с детальным описанием продукта и цены. Их исполнение бывает самым разнообразным – от напечатанных на газетной бумаге текстовых брошюр до полноцветных каталогов.

2) Кубарики – квадратные листочки бумаги небольшого формата, сложенные стопкой в компактные бумажные блоки для удобства использования, как раз по форме и образующие правильный геометрический куб. Кубарики как полиграфическая продукция используются для повседневных записей и памятных записок. Часто на них наносят логотип фирмы, учреждения. Кубарики бывают двух видов – листочки со специальным клеевым покрытием, которые можно зафиксировать на какой-нибудь поверхности, и без клея, служащие для оперативных записей делового характера.

3) Визитная карточка (визитка) – традиционный носитель контактной информации о человеке или организации. Изготавливается из бумаги, картона или пластика небольшого формата. Существуют также визитные карточки, изготовленные из дерева и металла. Визитка включает в себя имя владельца, компанию и контактную информацию.

4) Листовка – лист, обычно с односторонним расположением сообщения, формата А4 (210 × 297 мм).

5) Буклет – сфальцованный в два и более сгибов лист бумаги, на обеих сторонах которого размещена текстовая и/или графическая информация. Традиционно буклеты изготавливаются на бумаге из листа формата А4 или А3.

6) Флаер – небольшая информативная листовка, часто выполненная в ярких сочных красках. Используют флаеры в основном как раздаточный материал в различных рекламных и промо акциях. Нередко флаер является своеобразным бесплатным пропуском, приглашением или даже входным билетом на какое-либо мероприятие.

7) Плакат – объявление, афиша, броское, как правило, крупно-форматное изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях (в другом значении – разновидность графики).

8) Афиша – графический рекламоноситель, который печатается на плотной бумаге или картоне. В отличие от плаката афиши, обычно, анонсируют грядущие события – приезд знаменитостей, концерты и т.п. Афиши расклеиваются по улицам города.

9) Бланк – вид полиграфической продукции, представленный в виде стандартного бумажного листа определённого формата с воспроизведенной на нем постоянной информацией документа и местом, отведенным для переменной информации. Бланк предназначен для последующего заполнения информацией.

10) Газета – выходящее с определенной периодичностью печатное издание на одном или нескольких листах, информирующее людей о новых событиях в политической, экономической и общественной жизни.

Изучив перечень возможных вариантов размеров печатной продукции типографии «Вариант», мы считаем, что наиболее подходящим является такой вид печатной продукции, как каталог. Размер А5 (148 × 210 мм) является наиболее подходящим, поскольку такой справочник достаточно удобен в использовании: его легко держать в руке, а также будет возможность положить его в ручную кладь, где он займет немного места.

Ниже, в таблице 6 представлены этапы каждой из пяти стадий, а также ожидаемая продолжительность работ.

Таблица 6 – Перечень работ и состав исполнителей

Стадия разработки	Этапы	Ответственные исполнители
Техническое задание (2 дня)	<ul style="list-style-type: none"> - постановка задачи; - сбор и анализ исходных данных; - анализ существующих справочников; - выбор языка; - согласование и утверждение технического задания 	Переводчик, руководитель проекта

Продолжение таблицы 6

Стадия разработки	Этапы	Ответственные исполнители
Эскизный проект (10 дней)	<ul style="list-style-type: none"> - разработка структуры входных и выходных данных; - разработка технологии тестирования и отладки; - разработка эскизов внешнего вида программы или создание редизайна проекта; - согласование и утверждение эскизного проекта 	Дизайн-разработчик, руководитель проекта
Технический проект (10 дней)	<ul style="list-style-type: none"> - разработка структурной схемы справочника; - согласование и утверждение технического проекта 	Дизайн-разработчик, руководитель проекта
Рабочий проект (3 дня)	<ul style="list-style-type: none"> - перевод текста на английский язык; - согласование и утверждение рабочего проекта; 	Переводчик, руководитель проекта
Внедрение (5 дней)	<ul style="list-style-type: none"> - подготовка и передача системы для сдачи 	Дизайн-разработчик, переводчик, руководитель проекта

Для того, что бы рассчитать зарплату каждого работника, мы используем формулу:

$$(\text{Количество рабочих дней} \times \text{стоимость одного рабочего дня}) + 18 \% \text{ НДС} \quad (1)$$

Исходя из средней заработной платы по отрасли в регионе, стоимость одного рабочего дня составляет:

- дизайн-разработчика – 1 000 руб.;
- переводчика – 800 руб.;
- руководителя проекта – 700 руб.

Таким образом, получаем следующие показатели заработной платы:

$$\text{Дизайн-разработчик} = (25 \times 1\,000) + 4\,500 = 29\,500 \text{ (руб.)}$$

$$\text{Переводчик} = (10 \times 800) + 1\,440 = 9\,440 \text{ (руб.)}$$

$$\text{Руководитель проекта} = (30 \times 700) + 3\,780 = 24\,780 \text{ (руб.)}$$

В таблице 7 представлен расчет общей стоимости разработки проекта с учетом НДС, без учета затрат на рекламу.

Таблица 7 – Расчет стоимости разработки проекта

Ответственные исполнители	Количество рабочих дней	Зарплата (с учетом НДС), руб.
Дизайн-разработчик	25	29 500
Переводчик	10	9 440
Руководитель проекта	30	24 780
Общая стоимость проекта с учетом НДС	63 720 руб.	

Печать справочника объемом 10 страниц на офсетной бумаге в типографии составит:

$$10 \times 13 = 130 \text{ (руб.)}$$

При экспериментальном выпуске туристско-информационного справочника тиражом 500 шт. общая стоимость затрат составит 128 720 руб.: разработка справочника 63 720 руб. + печать справочника в типографии 65 000 руб.

Таким образом, стоимость одного экспериментального экземпляра составит около 257 руб.

Предполагается продавать справочник в гостиницах, на вокзалах, в аэропортах и в туристских павильонах по цене 300 руб. за штуку, а полученную прибыль направить на его дальнейшее усовершенствование и увеличение тиража.

В рамках расчета затрат на разработку туристско-информационной навигации на русском и английском языках нами были рассмотрены компании города Пенза, занимающиеся производством дорожных указателей. В Пензенской области зарегистрировано всего пять подобных компаний:

- 1) «Пенза. Знаки 154».
- 2) «Гуд Паркинг».
- 3) «Автодорога».
- 4) «РИЧ».
- 5) «Центр организации дорожного движения города Пенза».

В ходе анализа выяснилось, что не все компании занимаются изготовлением непосредственно туристских указателей, а одна и вовсе ликвидирована.

В связи с этим в качестве изготовителя дорожных туристских указателей была выбрана компания «Знаки 154» Пензенского филиала.

«ЗНАКИ 154» – компания с большим опытом в производстве дорожных знаков. По отработанным технологиям на собственных современных технологических линиях компания изготавливает разные по назначению, типам, исполнению изделия из прочной оцинкованной стали с маской из светоотражающей пленки. Продукция соответствует нормам ГОСТ, ПДД, проходит контроль качества на всех этапах выпуска. Компания работает с 2015 г. и имеет филиалы во многих городах России [17].

Стоимость изготовления одного знака начинается от 640 руб. Проанализировав информацию о размерах и стоимости дорожных туристских указателей, мы пришли к выводу, что оптимальным размером для знака будет являться $1\,460 \times 380$ мм, т.к. на знаке такого размера сможет уместиться информация о туристическом объекте, а также расстоянии до него.

Таблица 8 – Расчет стоимости одного дорожного туристического указателя

Необходимые материалы	Стоимость, руб.
Знак размером $1\,460 \times 380$ мм	2 100
Хомут для крепления дорожного знака	55
Стойка дорожного знака	2 700
Итого	4 855

Стоимость изготовления туристско-информационных указателей при количестве 20 штук составит:

$$4\,855 \times 20 = 97\,100 \text{ (руб.)}$$

В рамках расчета затрат на обучение иностранному языку сотрудников средств размещения и предприятий общественного питания нами были рассмотрены популярные школы иностранного языка нашего города.[24,25,26]

Таблица 9 – Рейтинг школ иностранного языка в г. Пенза

Название	Стоимость обучения	Рейтинг (5-ти бальная шкала)	Время работы на рынке
«Академия Ростум»	От 3 500 руб./ месяц	4,3	Более 11-ти лет (2009 г.)
«Британия»	От 4 400 руб./ месяц	4,2	Более 6-ти лет (2014 г.)
«Лингва»	От 3 200 руб./ месяц	4,1	Более 16-ти лет (2004 г.)
«English.ru»	От 3 000 руб./ месяц	4,2	Более 5-ти лет (2015 г.)

Проведя анализ популярных школ иностранного языка, мы выбрали организацию «Академия Ростум», т.к. здесь преобладает лучшее соотношение цены и качества. Опираясь на отзывы учеников данной школы, можно сделать вывод, что за долгое время существования она зарекомендовала себя с лучшей стороны. После прохождения программы курса у учеников заметно повышается уровень владения разговорным иностранным языком.

Для выбора необходимой программы обучения для сотрудников средств размещения и предприятий общественного питания нами были изучены различные варианты:

1) Курсы английского для школьников SCHOOL KIDS. Возрастное ограничение от семи до 17 лет. Для определения уровня знаний ученикам предлагается пройти тест, по результатам которого определяется уровень владения английским языком. Данный курс предусматривает комплексное развитие всех языковых и речевых навыков, а также подготовку к сдаче международных экзаменов Cambridge English (Young Learners Starters, Movers, Flyers) и подготовку к сдаче выпускных экзаменов (ОГЭ, ЕГЭ).

2) Курсы иностранных языков по SKYPE. Возрастное ограничение от семи до 99 лет. Для определения уровня владения иностранным языком также проводится онлайн-тестирование. Программа, частота занятий и продолжи-

тельность курса согласуется в соответствии с целями обучения и возрастом обучаемого. Для обучения используются пособия в электронном виде, аудио- и видеоматериалы, презентации и интерактивные упражнения.

3) Курсы немецкого/ французского языка. Возрастное ограничение от семи до 17 лет. Программа немецкого и французского языков составлена с учетом возрастных особенностей детей и включает в себя: постановку правильного произношения; освоение разговорной лексики; изучение грамматики и фонетического строя; приобретение навыков чтения и восприятия немецкой речи на слух (аудирование); основы устной и письменной речи; изучение межкультурной коммуникации; знакомство с культурой, историей и традициями стран.

4) Курсы английского для взрослых GROWN-UPS. Возрастное ограничение от 18 до 99 лет. GROWN-UPS – курс для взрослых с разным уровнем владения языком и разными целями обучения. На курсе используются учебные пособия от авторов-носителей языка, образовательные интернет-ресурсы, современные технические решения, а также авторские разработки по эффективному запоминанию слов и овладению временной системы английского глагола.

Наиболее подходящей программой для обучения иностранному языку для сотрудников средств размещения и предприятий общественного питания является курс английского для взрослых GROWN-UPS, т.к. именно английский язык является международным. Однако в рамках обучения рекомендуется разработать специализированные занятия, направленные на изучение английского языка в сфере туризма и гостеприимства.

Для расчета затрат на обучение нами было проведено анкетирование руководителей самых популярных гостиниц города Пензы (анкета размещена в Приложении Б), в результате которого мы выявили количество сотрудников средств приема и размещения, непосредственно контактирующих с постояльцами.

Также в ходе опроса выяснилось, что чаще всего с постояльцами средств размещения контактируют сотрудники-администраторы. Поэтому целесообраз-

нее отправить на курсы по изучению иностранного языка именно администраторов служб приема и размещения в гостиницах.

Таблица 10 – Владение английским языком административного персонала гостиниц, контактирующего с гостями

Название гостиницы	Кол-во администраторов, контактирующих с гостями	Кол-во администраторов, владеющих английским языком
«Azimut»	6	2
«Heliopark Residence»	5	3
«Heliopark Cruise»	5	1
«Пенза»	5	2
Итого	21	8

Исходя из данных таблицы 10, можно сделать вывод, что 13 администраторов службы приема и размещения в четырех гостиницах, принимающих у себя гостей из зарубежных стран, нуждаются в изучении иностранного языка.

Для того, что бы рассчитать затраты на обучение сотрудников службы приема и размещения, мы используем формулу:

$$\text{Стоимость одного месяца курса} \times \text{количество обучающихся сотрудников} \quad (2)$$

В результате расчетов получаем следующий показатель расходов на обучение:

$$3\,500 \text{ руб.} \times 13 = 45\,500 \text{ руб.}$$

Таким образом, стоимость одного месяца прохождения курса по изучению английского языка составит 45 500 руб.

Подводя итог, следует отметить, что разработанные нами рекомендации направлены на совершенствование туристско-информационной среды г. Пенза и частично помогут решить проблемы въездного туризма Пензенской области.

Заключение

Въездной сектор туристического рынка считается сейчас самым перспективным. Главными препятствиями на пути увеличения въездного туристического потока в регионы остаются: нехватка туристских указателей в нашем городе (что является важным аспектом для самостоятельных туристов), языковой барьер у иностранных туристов, нехватка говорящих на иностранных языках специалистов.

Туристский потенциал Пензенской области очень велик. Богатейшая культура, история и природа края – основа роста популярности туров по нашей земле. Однако для успешного развития въездного туризма в Пензенской области необходима туристская индустрия с хорошо развитой материально-технической базой. Иными словами, это средства производства туристских услуг и необходимая для них производственная инфраструктура, а также специально подготовленные профессиональные кадры и прогрессивные технологии, которые обеспечивают качество обслуживания туристов, соответствующее мировым стандартам.

Проведенный нами анализ туристско-информационной среды позволил выявить существующие проблемы, касающиеся въездного туризма в Пензенской области. Кроме того, были разработаны рекомендации, направленные на решение обнаруженных проблем.

Туристический потенциал Пензенской области возрастет, если начнется подготовка специалистов, свободно владеющих иностранными языками; увеличится количество предприятий питания, имеющих меню как минимум на двух языках; иностранным гостям будут предоставляться туристско-информационные справочники на английском языке, а также будут установлены знаки с необходимой для иностранных туристов информацией на улицах областного центра.

На наш взгляд, разработанные рекомендации помогут частично решить существующие проблемы по въездному туризму в Пензенской области, смогут

способствовать созданию бренда региона, а самое главное, оставят у иностранных гостей нашего города положительные впечатления от нашего края.

В соответствии со всем вышесказанным можно констатировать, что цель квалификационной работы достигнута, поставленные задачи решены.

Глоссарий

Туристская информация – совокупность сведений, охватывающих различные сферы деятельности и формирующихся в соответствии с информационными потребностями субъектов туристской системы.

Туристическая навигация – система информационных знаковых элементов городского дизайна и малых архитектурных форм для указания направлений движения туристам к значимым объектам города.

Туристско-информационные центры (ТИЦ) – организации, целями деятельности которых являются:

- содействие органам государственной власти, в том числе уполномоченному государственному органу по туризму, в формировании и использования информационных ресурсов о туризме, туристской индустрии, туристских ресурсах и доступных достопримечательностях, национальном и региональном туристском продукте, отдельных туристских услугах, туристских маршрутах на основе ведомственного статистического наблюдения туризма, создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, анализа, маркетинга, целенаправленного распространения этой информации, способствующей потреблению туристского продукта и туристских услуг;

- предоставление на безвозмездной основе (гражданам и иным заинтересованным лицам) беспристрастной и компетентной документированной туристской информации, способствующей удовлетворению потребностей граждан при осуществлении туризма, экскурсий, ознакомлении с достопримечательностями и деятельности в других целях туризма.

Туристическая дестинация – решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов.

Туристическая инфраструктура – совокупность предприятий, учреждений и заведений, деятельность которых направлена на удовлетворение потреб-

ностей людей, участвующих в оздоровлении или отдыхе, а также путей сообщения и транспорта и объектов размещения туристов, обеспечивающих условия стабильного функционирования.

Туристско-информационная среда – множество информационных ресурсов, источников, а также это необходимая составляющая для любого туриста, особенно выезжающего за границу, который сталкивается с новым законодательством, привычками, обычаями, культурой, особенностями в той или иной сфере.

Экскурсовод – специалист по проведению экскурсий. Смежные профессии: гид, историк, культуролог, музейный работник, этнограф. Специалист в данной области должен иметь хорошие знания по истории, культуре и географии.

Рекреационный туризм – вид туризма, основная цель которого восстановление сил и здоровья отдыхающего в процессе активного или пассивного отдыха и лечебных мероприятий.

Туристический потенциал региона – наличие у него возможностей к развитию туристской индустрии и получению от ее функционирования положительного социально-экономического эффекта и повышению уровня туристской привлекательности этого региона; туристический потенциал региона – совокупность ресурсов, которые пребывают в его распоряжении с целью организации туристской деятельности.

Список использованных источников

- 1 ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования». – М. : Стандартинформ, 2010. – 12 с.
- 2 ГОСТ Р 57581-2017 «Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в системе туризма. Общие требования». – М. : Стандартинформ, 2017. – 16 с.
- 3 Государственная программа Пензенской области «Развитие культуры и туризма» на 2014-2020 годы, утвержденная постановлением Правительства Пензенской области от 22 октября 2013 года № 783-пП.
- 4 Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)».
- 5 Стратегия развития туризма в Пензенской области на 2011-2016 годы, утвержденная распоряжением Правительства Пензенской области от 6 августа 2010 года № 418-рП.
- 6 Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644.
- 7 Курченкова О. А., Разумова М. В. Local History Studies of the Penza Region: уч.пособие. – Пенза, 2017. – 116 с.
- 8 Кусков А. С. Основы туризма: Учебник. – М. : КноРус, 2008. – 352 с.
- 9 Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: учебное пособие / И. В. Зорин [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 42 с.
- 10 Огнева В. А. Организация работы туристских информационных центров: опыт запада. – М. : Альманах современной науки и образования, 2011. – № 11 (54). – С. 146-148.
- 11 Понкратова В. С., Бережная Т. В. Анализ современного состояния опыта работы туристско-информационных центров // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2014. – № 13. – С. 166-170.

12 Ретинская В. Н., Носова М. В. Значение сферы туризма для социально-экономического развития регионов // Сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и просвещение, 2018. – С. 164-166.

13 Селезнев А. Е. Основы навигации. – Новороссийск : МГА имени адмирала Ф. Ф. Ушакова, 2008. – 174 с.

14 Черепанова К. А. Роль информации в туризме. – Шадринск: Шадринский гос. педагогический институт, 2010. – С. 1-2.

15 В Крыму изготовили 105 знаков туристической навигации [Электронный ресурс] // Сайт города Симферополя. – URL: <https://www.3652.ru/news/1738108/v-krymu-izgotovili-105-znakov-turisticeskoj-navigacii> (дата обращения: 28.12.2019).

16 В Пензе начата разработка системы туристской навигации [Электронный ресурс] // Сетевое издание СМИ «ПензаИнформ». – URL: https://www.penzainform.ru/news/social/2012/07/27/v_penze_nachata_razrabotka_sistemi_turistskoj_navigacii.html (дата обращения: 20.12.2019).

17 Цены на услуги [Электронный ресурс] // Изготовление дорожных знаков. – URL: <https://penza.znaki154.ru/price/> (дата обращения: 14.11.2019).

18 Методическое пособие по созданию системы дорожных указателей к объектам культурного наследия и иных носителей информации [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации; Департамент туризма и региональной политики. – URL: https://www.mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2013/24_07_2013_1.pdf

19 Минкультуры представило единые информационные знаки для всех туристических объектов страны [Электронный ресурс] // Чита.Ру. – URL: <https://www.chita.ru/tur/50656/#> (дата обращения: 27.12.2019).

20 Общероссийская система туристской навигации [Электронный ресурс] // Туристический портал для туристов и профессионалов туристического бизнеса. – URL: www.time2travel.ru (дата обращения: 29.10.2019).

20 О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности [Электронный ресурс] // Всё о туризме. Туристическая библиотека. – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/gataullina2.htm (дата обращения: 12.11.2019).

21 Плетнева В. И. Знаки туристской навигации [Электронный ресурс] // Портал информационной поддержки руководителей учреждений культуры. – URL: <https://www.cultmanager.ru/> (дата обращения: 27.11.2019)

22 Предоставление информационных услуг [Электронный ресурс] // Индустрия туризма. – URL: http://popturizm.ru/Turoperator_i_turagentPredostavlenie_informacionnyh_uslug.html (дата обращения: 02.11.2019).

23 Премьер-министр России Дмитрий Медведев утвердил концепцию федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2019-2025 года [Электронный ресурс] // Министерство культуры Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. – URL: russiatourism.ru (дата обращения: 04.12.2019).

24 Программы обучения [Электронный ресурс] // Академия Ростум. – URL: https://www.akademiarostum.ru/learning/programmy_po_angliyskomu_yazyku/ (дата обращения: 06.12.2019).

25 Программы обучения [Электронный ресурс] // Школа иностранных языков «Британия». – URL: <https://britannia58.com/programs> (дата обращения: 06.12.2019).

26 Программы обучения [Электронный ресурс] // Школа иностранных языков Лингва. – URL: <https://centerlingua.ru/index.php/inostrannie-yaziky/> (дата обращения: 06.12.2019).

27 Программы обучения [Электронный ресурс] // Школа иностранных языков English.ru. – URL: <http://englishpnz.ru/kursi> (дата обращения: 06.12.2019).

28 Растет туристический поток в Пензенскую область [Электронный ресурс] // Официальный портал правительства Пензенской области. – URL: <http://pnzreg.ru/news/society/190519/> (дата обращения: 07.12.2019).

29 Цены на услуги [Электронный ресурс] // Типография «Вариант». – URL: <https://вариант58.рф/offsetnaya-pechat/> (дата обращения: 26.12.2019).

30 Цены на услуги [Электронный ресурс] // Типография «Новапринт». – URL: <http://типография-новапринт.рф/#cost> (дата обращения: 27.12.2019).

31 Цены на услуги [Электронный ресурс] // Типография № 1. – URL: <http://tipograf.pro/print> (дата обращения: 26.12.2019).

32 Туризм и отдых в Пензенской области [Электронный ресурс] // Официальный сайт. – URL: [welcome2penza](http://welcome2penza.ru) (дата обращения: 30.11.2019).

33 Хиврич К. Туристические знаки. Переходим на коричневый? [Электронный ресурс] // Портал Новый город. – URL: <http://novgorod.me/live/219/> (дата обращения: 19.11.2019).

34 Azimut Отель Пенза [Электронный ресурс] // Azimuthhotels.com. – URL: <https://azimuthhotels.com/Russia/azimut-hotel-penza/> (дата обращения: 03.01.2020).

35 HELIOPARK Cruise [Электронный ресурс] // Heliopark.ru. – URL: <https://www.heliopark.ru/hotels/penza> (дата обращения: 03.01.2020).

36 HELIOPARK Residence [Электронный ресурс] // Heliopark.ru. – URL: <https://www.heliopark.ru/hotels/residence> (дата обращения: 03.01.2020).

Приложения

Приложение А

Анкета для опроса посетивших Пензу иностранных болельщиков Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Questionnaire

Dear guests, for the analysis of tourist-information environment of the city of Penza in the framework of the admission of foreign tourists and athletes of the World Football Cup, we would ask you to answer a few questions, please.

1. How would you describe Penza in a single word?

2. What was your first impression of Penza?

3. What was the biggest shock when you first arrived in Penza?

4. Do you have difficulties with translation when communicating with residents of Penza?

5. What does Penza lack?

6. How do you assess the level of foreign language proficiency of hotel and catering staff?

7. What would you recommend Penza authorities for attraction foreign guests?

8. How do you assess the state of tourist navigation in Penza?

Thank you for your help!

Приложение Б

Анкета для опроса руководителей средств размещения г. Пенза

Анкета

Уважаемые руководители! Для анализа информации по подготовке гостиниц г. Пенза к приему иностранных туристов и спортсменов Чемпионата Мира по футболу в 2018 году, просим Вас ответить на несколько вопросов.

Название гостиницы _____

1. Как часто Ваша гостиница принимает у себя иностранных гостей?

а) часто

б) редко

в) не принимает

2. Какие трудности возникают у сотрудников гостиницы при работе с иностранными туристами?

3. Есть ли в Вашей гостинице сотрудники, владеющие иностранным языком в объеме, необходимом для выполнения работы? Если да, то сколько?

4. Как вы оцениваете уровень владения разговорным иностранным языком ваших сотрудников, непосредственно контактирующих с гостями?

а) высокий (свободный) уровень

б) средний уровень

в) низкий уровень

5. Достаточно ли персонала в вашей гостинице, владеющего иностранным языком?

а) да, достаточно

б) нет, недостаточно

6. Имеется ли в Вашей гостинице информационно-справочный материал по г. Пенза на английском языке?

Спасибо! Желаем успехов в работе!

Приложение В

Рейтинг лучших гостиниц г. Пенза

Таблица В.1 – Лучшие гостиницы г. Пенза

Название гостиницы	Звездность	Адрес	Номерной фонд	Стоимость номера за сутки	Инфраструктура, услуги
«Пенза»	3	ул. Славы, 10	97 номеров	От 2 700 руб. В стоимость входит завтрак	<ul style="list-style-type: none"> - Парковка - Кондиционер - Сейф - Бар - Ресторан - Бесплатный Wi-Fi - Конференц-зал - Трансфер - Прачечная/ химчистка - Фен - Сауна/ SPA - Комната для переговоров - Тайский массаж - Сувенирная лавка - Цветочный киоск - Услуги ксерокопирования - Камера хранения - Заказ такси - Заказ авиа- и ж/д билетов - Салон красоты - Студия загара
«HELIOPARK Residence»	3	ул. Кирова/ М. Горького, 49/22	91 номер	От 4 050 руб. В стоимость входит завтрак	<ul style="list-style-type: none"> - Парковка - Кондиционер - Сейф - Размещение с животными - Бар - Ресторан - Бесплатный Wi-Fi - 2 конференц-зала - Комната для переговоров - Хамам - Лобби-бар - Бизнес-центр - SPA-комплекс - Аренда автомобилей - Услуги экскурсоводов - Магазин сувениров - Камера хранения

Продолжение таблицы В.1

Название гостиницы	Звездность	Адрес	Номерной фонд	Стоимость номера за сутки	Инфраструктура, услуги
«Azimut»	4	Проспект Строителей, 39В	166 номеров	От 2 790 руб. В стоимость входит завтрак	- Охраняемая парковка - Бар - Ресторан - Бесплатный Wi-Fi - Конференц-зал - Возможность экскурсионного обслуживания - Панорамный вид с крыши отеля
«Geliopark Cruise»	2	ул. Аустрина, 144 А.	62 номера	От 2 560 руб. В стоимость входит завтрак	- Бесплатная парковка - Конференц-зал - Детский уголок - Кафе - Бесплатный Wi-Fi - Прачечная
«Чистые пруды»	3	Пензенская обл., Мокшанский р-н, с. Рамзай, ул. Оздоровительная, 2	36 номеров	От 1 990 руб. В стоимость входит завтрак	- Бар - Ресторан - Прачечная/ химчистка - Бассейн - Сауна/ SPA - Бильярдная - Автостоянка/ парковка - Организация торжеств и мероприятий - Глажка белья - Организация экскурсий - Продажа сувенирной продукции - Прокат спортивного инвентаря - Банкетный зал - Караоке - Вызов такси - Регистрация иностранцев - Wi-Fi
«Авиа отель»	3	ул. Центральная, 18	27 номеров	От 1 990 руб. В стоимость входит завтрак	- Бар - Ресторан - Конференц-зал - Кондиционер - Сейф - Фен - Бассейн - Сауна/ SPA - Бильярдная - Парковка

Продолжение таблицы В.1

Название гостиницы	Звездность	Адрес	Номерной фонд	Стоимость номера за сутки	Инфраструктура, услуги
					<ul style="list-style-type: none"> - Салон красоты - Массажный кабинет - Wi-Fi
«Русская охота»	2	ул. Одоевского, 2	17 номеров	От 2 500 руб. В стоимость входит завтрак	<ul style="list-style-type: none"> - Бассейн - Автостоянка/ парковка - Зарыбленные пруды - Детская площадка - Стрельбище - Беседки - Мини-бар - Вызов такси - Глажка - Стирка - Wi-Fi

Приложение Г

Туристско-информационный справочник г. Пенза для иностранных туристов

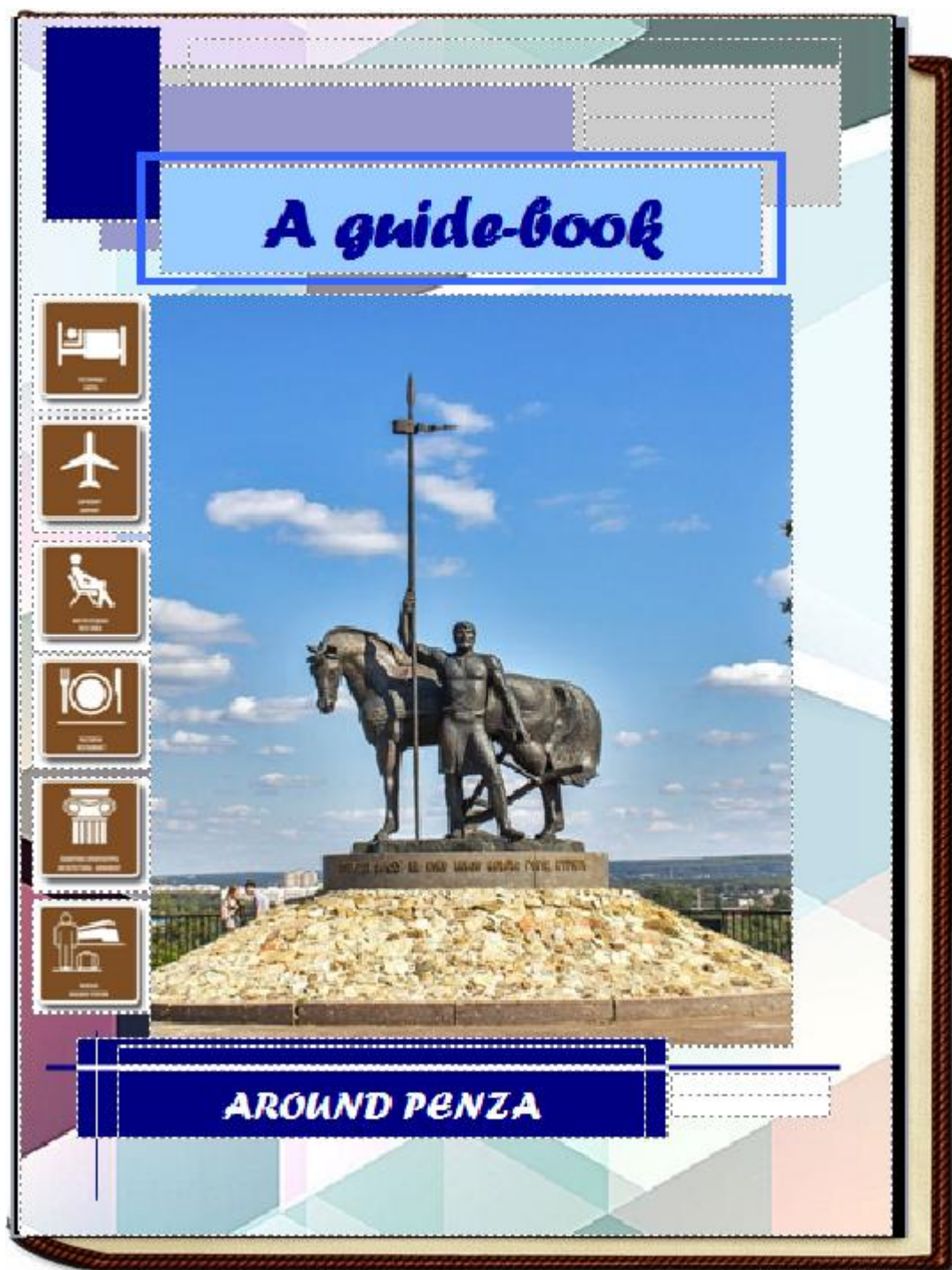


Рисунок Г.1 – Туристско-информационный справочник на английском языке

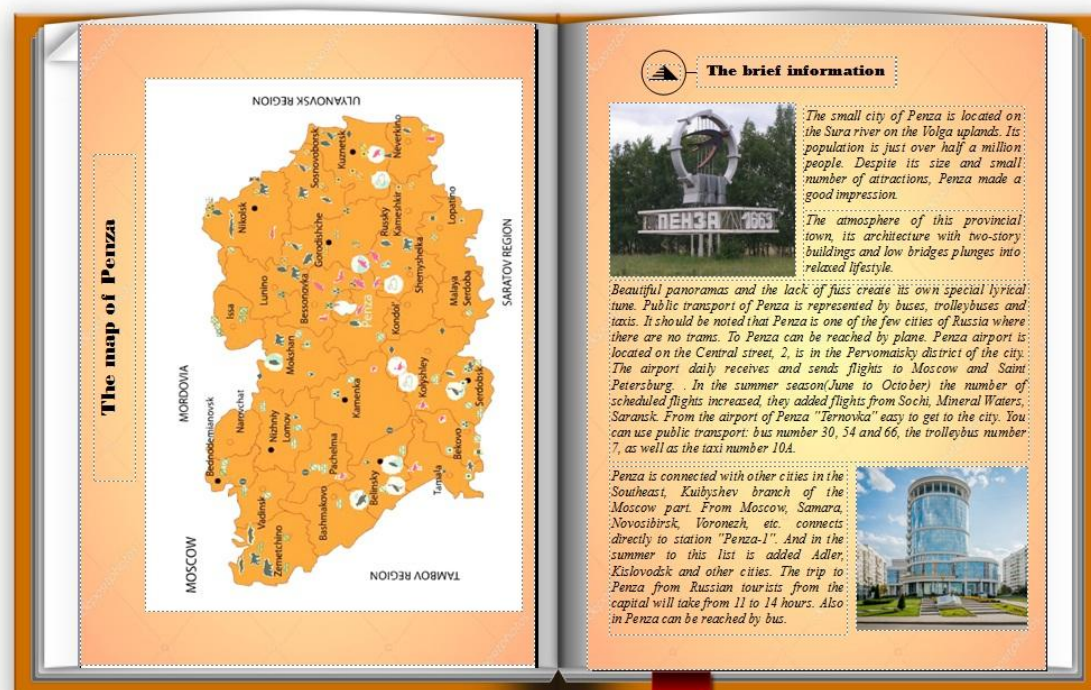
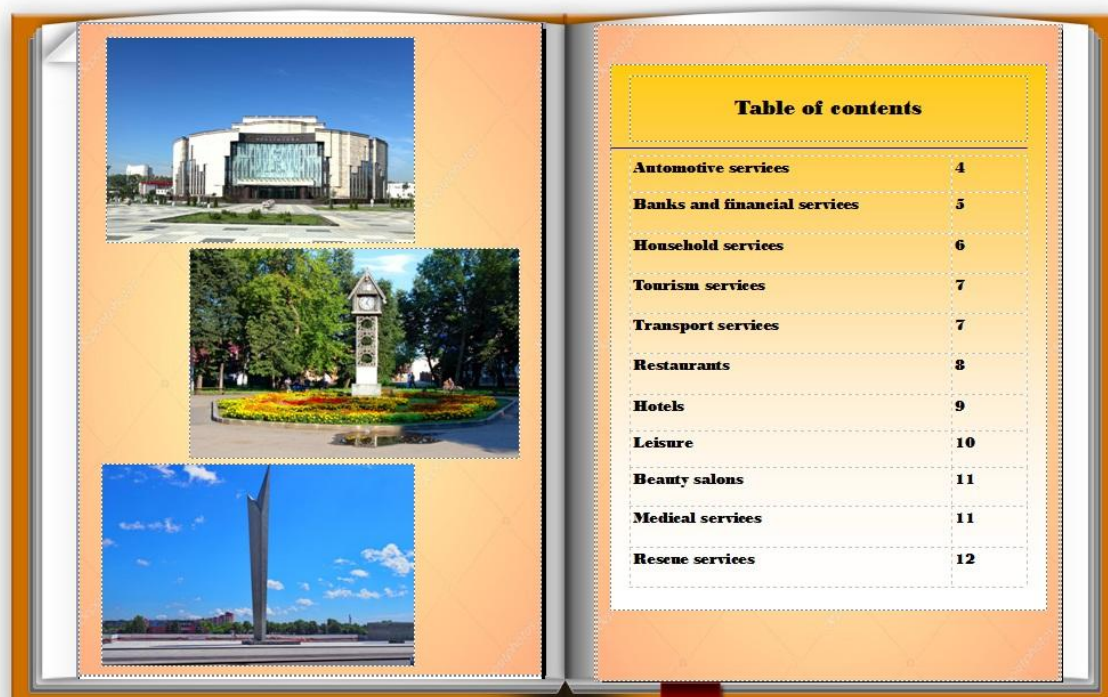


Рисунок Г.1, лист 2

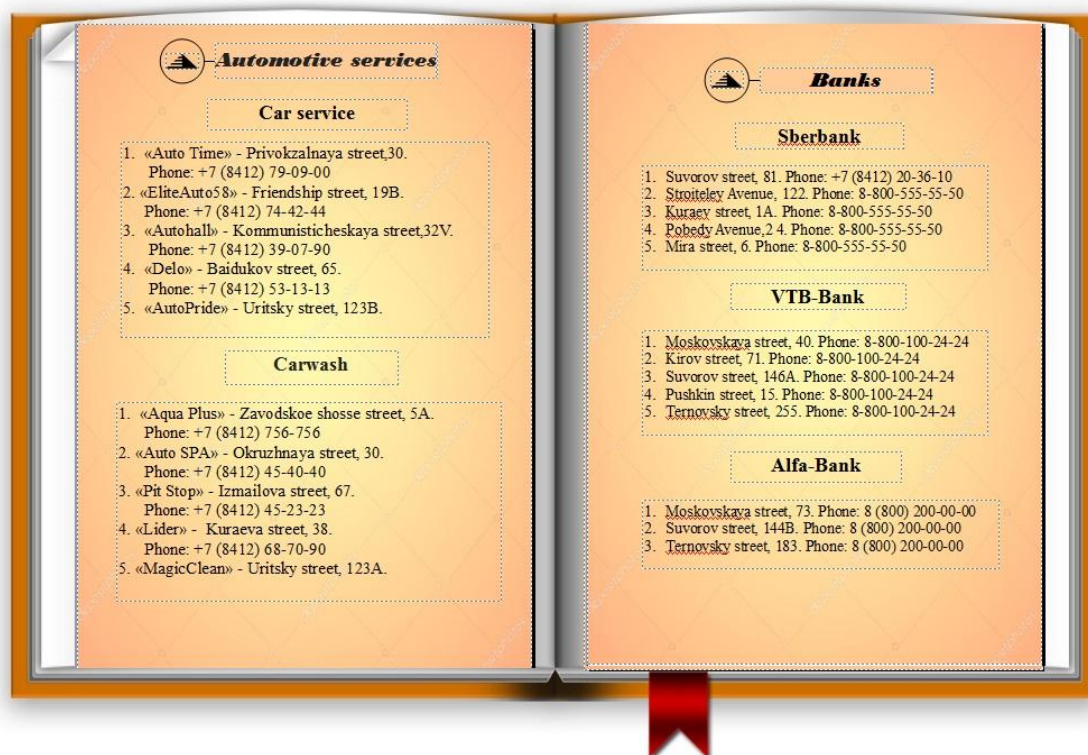
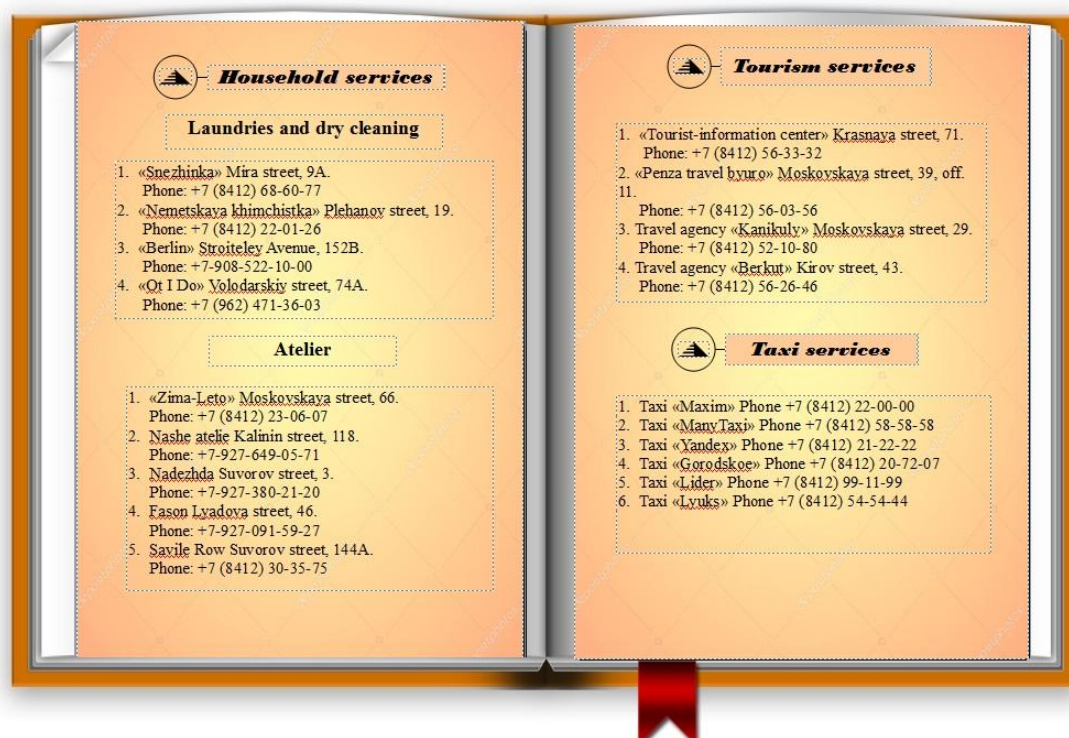


Рисунок Г.1, лист 3



Рисунок Г.1, лист 4

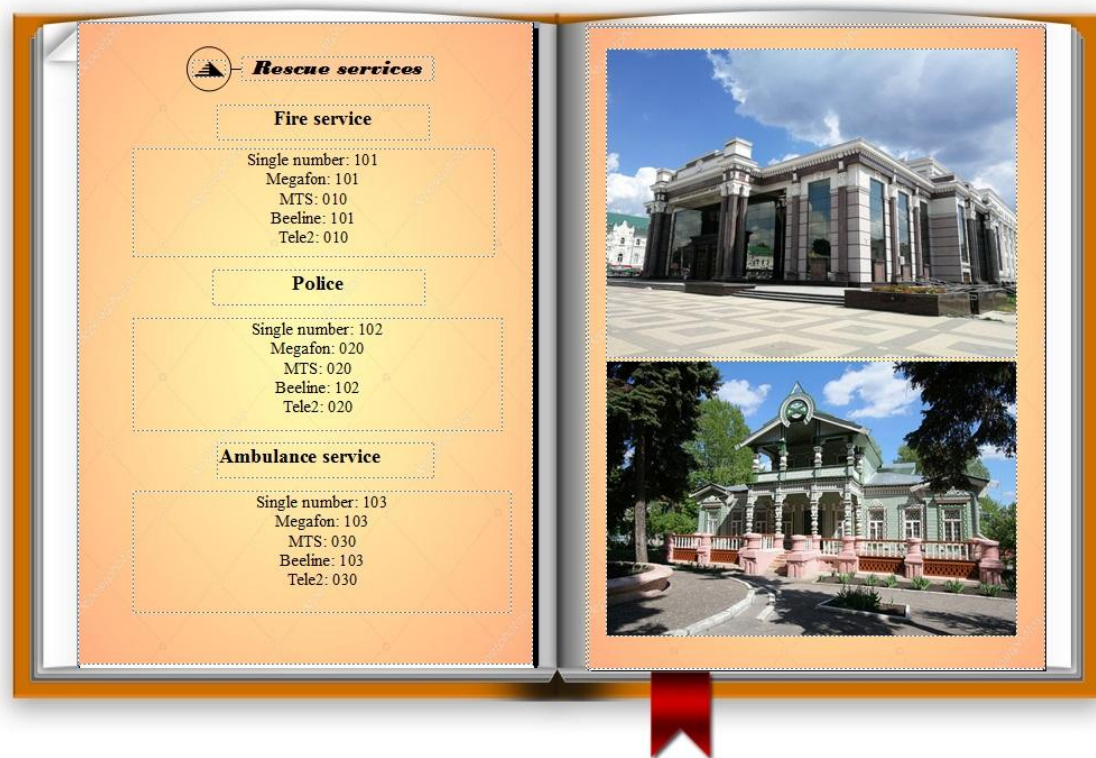


Рисунок Г.1, лист 5