

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXIII международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

21–23 апреля 2021 г.

В пяти томах

Том 4

Электронное научное издание

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2021

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

И73 Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР : материалы XXIII международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г.) : в 5 т. Т. 4 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 11,2 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021 – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021.

ISBN 978-5-9736-0638-1
ISBN 978-5-9736-0642-8(Т. 4)

Включены материалы XXIII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г.).

Том 4 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Информационные технологии: теория и практика;
- Физика и технология наноструктур, атомная и молекулярная физика;
- Социокультурный сервис и туризм;
- Физическая культура, спорт и здоровье: концепции, инновации, технологии.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 11,2 МБ; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0638-1
ISBN 978-5-9736-0642-8 (Т. 4)

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2021

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т. В. Терентьевой
Компьютерная верстка М. А. Портновой
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Объем 11,2МБ. Усл.-печ. л. 34,55

Подписано к использованию 29.09.2021 г.

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	7
<i>Албут А.Г., Лаврушина Е.Г.</i> Общая концепция представления VR-пространства образовательного проекта	7
<i>Барбашинов К.Ю.</i> Разработка программы методов машинного обучения	10
<i>Бичурина А.И., Сурков А.А.</i> Разработка Android-приложения «Мобильный сервис осмотра пациента на приеме врача-маммолога»	14
<i>Бова Е.А., Водяницкий М.В., Мальцев Д.А., Шнейдер А.Д., Богданова О.Б.</i> Подходы к созданию системы управления парсерами при разработке агрегатора	17
<i>Бондаренко Я.А., Кийкова Е.В.</i> Разработка сервиса для создания отчётов компании «ООО Траст недвижимости» г. Владивосток	21
<i>Бумбанда Пама Гондран Альмега, Юдин В.В.</i> Аналитический инструментарий визуализации состояния показателей бедности на основе онлайн дашбордов	25
<i>Бурьянов П.П., Павликов С.Н.</i> Разработка проекта волоконно-оптической сети на базе АО ВП «ЭРА»	30
<i>Быкова А.В.</i> Методические основы оценки и моделирования общественного здоровья	33
<i>Бянкин Г.И.</i> Расчёт спиральной приёмной антенны	37
<i>Ганджа Л.С., Локша А.В.</i> Способы продвижения видеоигр на примере The Sims 4	41
<i>Горбонос А.Н., Левашов Ю.А.</i> Smart-индикатор разряда автомобильного аккумулятора	45
<i>Громов Л.В.</i> Модернизация участка мобильной транспортной сети в Приморском крае	48
<i>Гурза Т.О., Белоус И.А.</i> Разработка инфокоммуникационной платформы образовательного портала	52
<i>Гурьянов Р.Ю., Богданова О.Б.</i> Технологии обработки данных о рынке недвижимости	56
<i>Дитрих В.Д., Глебов Е.П., Филиппова А.А., Богданова О.Б.</i> Мобильное приложение как эффективный механизм обучения подростков базовому программированию	60
<i>Долгачев Н.О., Белозерцева Н.П.</i> Продвижение дополнительных образовательных услуг вуза с помощью интернет технологий	65
<i>Ёлхин Е.Н., Кийкова Е.В.</i> Разработка сайта для АО ВП «Электрорадиоавтоматика»	71
<i>Завалин Г.С., Тюбаев А.А., Емцева Е.Д.</i> Изучение зрительского спроса на кинопродукцию методами машинного обучения	74
<i>Зверев М.А.</i> Дискретная антенна СВЧ диапазона	78
<i>Иванов А.Д.</i> Разработка проекта модернизации оптоволоконной линии Законодательного Собрания Приморского края	82
<i>Ким А.Г., Васильева А.И., Ловушкин Д.А.</i> Оценка факторов развития в концепции виртуализации ..	85
<i>Ковыряев М.В., Сорока Д.Г., Белоус И.А.</i> Формирование и автоматизация пищевого поведения с помощью смарт систем	89
<i>Курочкина И.Е.</i> Предоставление муниципальных услуг с помощью информационных технологий	92
<i>Ле Д., Богданова О.Б.</i> Инструменты для сбора данных из веб-ресурсов	95
<i>Макаров О.И.</i> Реактивное программирование в фронтенд разработке	100
<i>Могила В.П., Кийкова Е.В.</i> Разработка проекта внедрения системы автоматической передачи данных счетчиков учета потребления электроэнергии на примере филиала ПАО «Дальэнергосбыт», г. Партизанск	104
<i>Никитин А.М., Гриванова О.В.</i> Повышение безопасности дорожного движения возле учебных заведений путем внедрения лазерных установок	108

<i>Перетолчик Ю.С., Лаврушина Е.Г.</i> Разработка калькулятора перевозок для сайта компании ООО «Seaway Logistics»	111
<i>Петропавловская А.А., Трапезникова Е.М.</i> Разработка рекомендаций по созданию контент-стратегии для продвижения высших учебных заведений в социальной сети Instagram.....	115
<i>Полищук Е.В.</i> Нечёткая модель планирования товарных запасов на торговом предприятии	121
<i>Савельев Л.В., Кийкова Е.В.</i> Проектирование АРМ администратора	126
<i>Сарафанова Ю.О.</i> Применение интерактивных форм обучения в геймификации.....	129
<i>Святненко О.В.</i> Современные тенденции и перспективы в разработке веб-приложений	134
<i>Селютин Д.В., Кийкова Е.В.</i> Разработка проекта внедрения CRM-системы на примере предприятия ООО «Азия-Гарант» г. Владивосток	138
<i>Супрун А.Д., Кийкова Е.В.</i> Моделирование бизнес-процесса «Открытие депозитов» коммерческого банка	141
<i>Цыренов Ц.Ц.</i> Волоконная оптика: перспективы развития.....	145
<i>Черных В.Ю.</i> Обзор современных программ 3D-моделирования для инженерных и дизайнерских задач	148
<i>Чупракова В.В.</i> Разработка смарт-системы сигнализации	153
<i>Шевченко Н.Е.</i> Проектирование модуля мобильного приложения для экспресс-анализа объектов теплоэнергетики.....	156
<i>Шокель В.Д., Кийкова Е.В.</i> Разработка веб-сайта для «ООО Форма» г. Владивосток	164

Секция. ФИЗИКА И ТЕХНОЛОГИЯ НАНОСТРУКТУР, АТОМНАЯ И МОЛЕКУЛЯРНАЯ ФИЗИКА

<i>Бурковская П.В.</i> Исследование изменения проводимости графена на SiC(0001) при допировании цезием	168
<i>Зыков А.А.</i> Модельные исследования процедуры оптимизации конструктивных параметров логопериодических антенн с-диапазона.....	171
<i>Иванов П.Д.</i> Разработка программы на базе теории нечётких множеств для системы кондиционирования	174
<i>Картукова С.А., Жигалова Е.С.</i> Влияние электромагнитного излучения инфокоммуникационного оборудования на человека	178
<i>Куц В.С., Левашов Ю.А.</i> Разработка интеллектуальной информационной системы на языке PYTHON.....	182
<i>Лопатко И.Д.</i> Разработка программы на базе нечетких множеств для управления вентиляцией... 185	

Секция. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ.....

<i>Аросланкина Д.М., Шеметова Е.В.</i> Технология разработки гастрономической экскурсии (на примере Приморского края).....	189
<i>Бердников А.А., Перфильев А.В.</i> Анализ системы мотивации персонала гостиничных предприятий (на примере ООО «ГК Владивосток»)	193
<i>Богдасhevская Н.С., Михина И.С.</i> Тенденции развития детского туризма в Приморском крае.....	197
<i>Быкова А.Д., Порозова Т.В., Ден В.Г.</i> Бренд «Приморского меда» в развитии гастрономического туризма.....	201
<i>Волкова А.Р.</i> Оценка туристско-рекреационных пространств в целях организации событийных мероприятий (на примере Ленинского района г. Владивостока)	205
<i>Гулякова А.А., Сергиенко Ю.Ю.</i> Особенности развития туризма в условиях пандемии.....	210

<i>Довгун А.А., Покровская-Бугаева Е.В.</i> Проблемы и перспективы развития виртуального туризма в Хабаровском крае	214
<i>Дячук Н.И., Кононов А.Ю.</i> Особенности организации событийного мероприятия на примере Международного молодежного туристского конгресса.....	219
<i>Жестков А.О., Михина И.С.</i> Подходы к сегментированию потребителей образовательного туризма на примере ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ»	223
<i>Заикина А.Э.</i> Методический подход к разработке рейтинговой системы оценки туристской привлекательности особо охраняемых природных территорий (на примере Приморского края)....	227
<i>Кан Д.С.</i> Туризм как потребность в самоактуализации личности.....	235
<i>Кириленко Л.А., Перфильев А.В.</i> Особенности подбора персонала для коллективных средств размещения	239
<i>Кожан И.О., Перфильев А.В.</i> Мировой и отечественный опыт организации инфраструктуры пляжных зон	243
<i>Кравченко В.Д.</i> Оценка качества услуг бизнес-отелей международной гостиничной сети AZIMUT.....	250
<i>Луцук А.Е., Михина И.С.</i> Тенденции развития образовательного туризма в Приморском крае.....	254
<i>Мачехина К.В., Попова В.О., Ден В.Г.</i> Экологическая выставка как инструмент продвижения событийного туризма (на примере Приморского края).....	259
<i>Мащенко А.А.</i> Эковолонтерские лагеря как фактор развития туристско-рекреационной деятельности особо охраняемых природных территорий	264
<i>Никитенко В.И., Михина И.С.</i> Социальные сети в продвижении туристских услуг на рынке г. Владивостока	268
<i>Никулина И.В., Кононов А.Ю.</i> Марафоны и их роль в спортивно-событийном туризме	271
<i>Огий Ю.О., Ковынева Л.В.</i> Возможности сенсорного маркетинга в сфере услуг	276
<i>Позднякова Е.Н., Кириллова В.А.</i> Владивосток как историко-туристический кластер	279
<i>Сердюк А.В., Тьер Е.О.</i> Туристско-рекреационный потенциал Хабаровского края	284
<i>Суворова Н.В.</i> Особенности разработки горнолыжного тура в Приморском крае	286
<i>Сучкова В.А., Кононов А.Ю.</i> Аспекты бренда Дальневосточной кухни.....	289
<i>Ткалич В.М., Деркаченко П.П., Микитенко Н.А., Макарова В.Н.</i> Расчёт рекреационной ёмкости экологической тропы на территории Дальневосточного морского заповедника.....	293
<i>Тулапина Д.А., Шеметова Е.В.</i> Особенности организации гастрономических туров в Приморском крае.....	296
<i>Тюрищев Е.М., Колупаева А.Е., Слесарчук И.А.</i> Анализ поведенческих коммуникативных паттернов бортпроводников при обслуживании пассажиров	301
<i>Царакова С.Ф., Шеромова И.А.</i> Разработка критериев оценки клиентоориентированности персонала службы организации авиационных перевозок аэропорта	305
<i>Шадрин П.В., Петрова Г.А.</i> Роль сайтов в продвижении и использовании услуг туристско-информационных центров в Российской Федерации	309
<i>Шатько Е.А., Королева Л.А.</i> Анализ деятельности службы организации пассажирских перевозок АО «Хабаровский аэропорт»	313
<i>Щеглова Е.А., Шеромова И.А.</i> Оценка коммуникативной компетентности сотрудников ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР)	316
<i>Яковлева А.С., Перфильев А.В.</i> Анализ потребительского поведения гостей предприятий питания г. Владивостока (на примере сети ресторанов «Токио»).....	321

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, СПОРТ И ЗДОРОВЬЕ: КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ	326
<i>Баймаков Г.С.</i> Содержание методики координационной подготовки юных футболистов.....	326
<i>Богаченкова Е.Р., Карпова Н.В.</i> Пособие для развития схемы тела, праксиса, ориентации в пространстве в рамках реабилитации с помощью лошади.....	329
<i>Быковская А.А.</i> Правильное питание при занятиях спортом	334
<i>Конопенко К.П., Горская И.Ю.</i> Возможности совершенствования функционального состояния студенток среднеспециального учреждения средствами оздоровительной аэробики	337
<i>Панин Е.Н.</i> Вопрос подготовки специалистов по адаптивной физической культуре в Приморском крае.....	340
<i>Плутницкий Д.А.</i> Влияние физической культуры на когнитивные способности человека	343

6. Васильев, А.С. Событийный туризм как способ повышения туристической привлекательности регионов России // Туризм и гостеприимство через призму инноваций. – 2017. С. 23–26.
7. Долженко, Г.П., Шмыткова, А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. – 2007. – № 6. – С. 116–119.
8. Коротина, С. Озвучены планы по развитию туризма в Приморье в 2019 году [Электронный ресурс] // Озвучены планы по развитию туризма в Приморье в 2019 году. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/156750/>
9. Кулик, Е.И. Анализ и событийный туризм как одна из составляющих развития отрасли // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. – 2017. – Т. 1. № 4. – С. 130–132.
10. Лакомов, Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ...канд. наук. – Москва, 2013. – 28 с.
11. Леонидова, Е.Г. Современное состояние и возможности развития событийного туризма в Российской Федерации // Universum: экономика и юриспруденция. – 2016. – № 2 (04). – 11 с.
12. Лысикова, О.В. Событийный туризм: глобальные тренды и локальные практики // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. – 2016. – № 6. – С. 64–73.
13. Нарута, Я.С., Гарина, Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 11-6. – С. 1158–1162.
14. Официальный сайт АНО «ГИЦ ПК» [Электронный ресурс] // Туристический портал Приморского края. – URL: <https://visit-primoje.ru/>
15. Официальный сайт Владивостокского университета экономики и сервиса [Электронный ресурс] // Владивостокский университет экономики и сервиса. – URL: <https://www.vvsu.ru/>

Рубрика: Туризм

УДК 379.85

ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТИРОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ»

А.О. Жестков
бакалавр
И.С. Михина
доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В работе выделены и раскрыты основные критерии сегментации потребителей по различным категориям и необходимые понятия образовательного туризма, а так же представлен портрет потребителя услуг образовательного туризма.

Ключевые слова: образовательный туризм, сегментирование, образование, стажировка, научный туризм..

APPROACHES TO THE SEGMENTATION OF CONSUMERS OF EDUCATIONAL TOURISM ON THE EXAMPLE OF LLC "VSUES TRAVEL"

The paper identifies and discloses the main criteria for segmentation of consumers into various categories and the necessary concepts of educational tourism, as well as presents a portrait of a consumer of educational tourism services.

Keywords: educational tourism, segmentation, education, internship, scientific tourism.

Сегодня образовательный туризм это огромная туристская сфера, особенно связанная с познавательным процессом. Возникновение образовательного туризма кажется вполне естественным, поскольку интерес и потребность в образовании существовали всегда. Однако несмотря на широкий спектр существующих исследований в области образования и туризма, на данный момент не существует однозначного понимания данной сферы.

Целью исследования является получение сведений о потребителях образовательных туров. Для этого поставлены следующие задачи: рассмотреть различные подходы к сегментированию потребителей и выявить портрет потребителя.

Под образовательным туризмом подразумевается поездка или тур с образовательной целью, однако данная цель, как правило, не является единственной. Сегментированием рынка потребителей образовательного туризма является процесс определения групп людей, желающих приобрести услуги образовательных туров и обладающих схожими характеристиками.

При наиболее общих подходах, используемых в туризме при сегментации классических туристских услуг, самыми популярными являются географические, социальные, психологические и экономические критерии.

В качестве географического критерия рассматривается страна или регион, имеющие определенную значимость и уникальность расположения. Социальные критерии позволяют определить пол, возраст, профессию, религиозную принадлежность и состав семьи у потенциальных туристов. Психологические критерии сегментации разделяют потребителей на группы по желаемым условиям пребывания, таким как, например, длительность, сезонность или качество пребывания в средстве временного размещения. Экономические в свою очередь определяют финансовые возможности потребителей при выборе туристских услуг, тем самым разделяя потребителей на сегменты по их материальным возможностям.

При проведении сегментации можно поставить перед собой две первостепенные задачи: объединение сегментов в группы и указание их основных характеристик. При получении информации касательно различных рыночных сегментов образовательного туризма она является теоретической основой для дальнейших прикладных исследований.

В настоящее время получение образования становится необходимостью, в результате чего данная сфера является перспективной и активно развивающейся. Эксперты констатируют существенный рост на рынке образовательных услуг и их спроса у потребителей, причем особенно сильно это выражается в желании получения высшего и последиplomного образования. В России рынок услуг образовательных туров пока еще находится только на начальной стадии развития, однако данный вид туризма уже получил достаточную популярность среди потребителей. Несмотря на большие сложности при организации подобных услуг, данный вид туризма – прекрасный инструмент образования, воспитания и просвещения.

При базовом разделении образовательных услуг принято выделять три основных их типа. Первый тип ориентирован на продвинутое получение знаний иностранных языков. Второй подразумевает получение профессиональных компетенций по тем или иным видам спорта. Третий тип направлен на профессиональное обучение тем или иным прикладным наукам [1]. В зависимости от целей поездки, образовательные туры могут включать в себя уникальные для определённых сегментов компоненты.

Турфирма «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» базируется на территории Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, в связи с чем, создает и реализует туры для студентов. Так же «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» занимается образовательными турами и стажировками, ориентируясь на которые можно выделить критерии, наиболее важные для потребителей.

Наиболее распространенные виды образовательного туризма, как правило, делятся на связанные с понятиями «рекреация» и «познание». При этом такие поездки могут одновременно включать в себя как познавательные, так и развлекательные цели.

Наиболее распространенные категории образования и туризма часто включают возрастные категории и продолжительность пребывания. Основная целевая аудитория данного вида туризма это в основном молодые люди. Это связано с тем, что именно этот потребительский сегмент чаще всего заинтересован в накоплении знаний, и умений для дальнейшего применения в сфере специализации.

Если говорить о целевых аудиториях, то основным потребителем ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» по образовательным турам являются люди со средним возрастом 16-25 лет. В таком диапазоне возрастных групп, определяя образовательный туризм как вид молодежного туризма. Основа для такой классификации заключается в определении возрастной категории для

разработки дальнейшей программы образовательного тура. В зависимости от категории меняется содержание программы, подстраиваясь под интересы группы [2].

Касательно длительности образовательных туров, в нашем случае существуют рамки понятия туриста. Туристом можно считать лицо, находящееся в месте временного пребывания на период не более шести месяцев. В случаях, когда срок поездки будет данный временной период, то с точки зрения туризма данное лицо можно назвать мигрантом, но никак не туристом. Если же потребитель находится за пределами места проживания менее 24 часов, то он приобретает статус экскурсанта, а не туриста.

Исходя из этого, мы можем выделить 3 основные категории продолжительности образовательных туров. Краткосрочные туры длятся до 24 часов и направлены на краткосрочное экскурсионное просвещение. Среднесрочные туры длятся до 15 дней, а продолжительные могут длиться до нескольких месяцев и предполагают полноценное обучение.

По целям классификации поездки могут одновременно включать в себя как познавательные, так и развлекательные цели. При базовом разделении образовательных услуг принято выделять три основных их типа. Первый тип ориентирован на продвинутое получение знаний иностранных языков. Второй подразумевает получение профессиональных компетенций по, например, тем или иным видам спорта. Третий тип направлен на профессиональное обучение тем или иным прикладным наукам [3].

Немаловажным критерием образовательного туризма является дестинация, то есть место пребывания туриста, в соответствии с чем, образовательный туризм можно определить как национальный, региональный, межрегиональный, и международный.

Среди стран образовательного туризма наибольшей популярностью у россиян пользуются Соединённые Штаты Америки, а так же Великобритания, Франция, Германия. По большей части это предпочтение связано с его потенциалом для улучшения речевых навыков и способностей в наиболее популярных языковых учебных заведениях, изучающих язык [4].

Наиболее перспективными и популярными у потребителей направлениями, как правило, являются языковые программы, профессиональное образование за рубежом, образовательные туры естественнонаучного профиля, историко-культурные познавательные туры, спортивные и учебно-тренировочные туры.

По организации учебного процесса образовательные поездки можно разделить на групповые и индивидуальные. Групповые путешествия позволяют изучать образовательные программы со сверстниками, не выходя из привычной среды. Индивидуальные туры, в свою очередь, направлены на разработку программы полностью соответствующую потребностям обучающегося, подстраиваясь под его особенности и пожелания.

По выбору компетенций общеобразовательные туры являются общекультурными и подходят всем категориям туристов, в то время как профессиональные образовательные туры могут организовываться либо для специалистов в определенной сфере. Смешанные компетенции предполагают получение профессиональных навыков в сочетании с общекультурным наполнением [5].

В результате мы получаем таблицу, демонстрирующую различные сегменты потребителей образовательных туров, а так же их характеристики.

Таблица 1

Сегментирование образовательных программ

Критерии	Характеристики
По возрасту потребителей	1 Школьники 2 Лицеисты 3 Бакалавры 4 Магистры
По продолжительности туров	1 Краткосрочный: до 24 часов 2 Среднесрочный: до 15 дней 3 Продолжительный: до 6 месяцев
По цели обучения	1 Профессиональное образование 2 Специальное предметное образование 3 Языковое образование

Критерии	Характеристики
По организации учебного процесса	1 Групповые 2 Индивидуальные
По выбору дестинации	1 Национальные 2 Региональные 3 Межрегиональные 4 Международные
По выбору компетенций	1 Профессиональные 2 Общекультурные 3 Смешанные

Исследователь Н.Л. Бельская [6], изучавшая потребительский сегмент данной темы, провела исследование среди респондентов разного возраста. Результаты исследования показали, что подавляющее большинство участников исследования хотели бы побывать в образовательном туре. В то же время, путешествуя за границу, это обычно возможность улучшить языковые навыки, что очень важно в познавательном туризме. При «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» так же проводилось исследование потребителей, результатом которого стало создание портрета потребителя услуг образовательного туризма.

Таблица 2

Портрет потребителя услуг образовательного туризма

Сегмент	Продолжительность	Цель	Дестинация	Компетенции
Школьники	24 часа – 15 дней	Специальное предметное образование	Национальные Региональные Межрегиональные	Общекультурные Смешанные
Студенты	24 часа – 6 месяцев	Языковое образование, Профессиональное образование	Национальные Межрегиональные Международные	Профессиональные Общекультурные Смешанные
Магистры	15 дней – 6 месяцев	Профессиональное образование, языковое образование	Национальные Межрегиональные Международные	Профессиональные Смешанные

Как мы можем заметить из таблицы, каждый из потребительских сегментов имеет свои особенности, которые стоит учесть при создании образовательных туров.

Одним из препятствий развития рынка образовательного туризма является отсутствие портрета потребителя и незнание его интересов. Данная статья может помочь определить в создании портрета потенциального потребителя туристских образовательных услуг.

Таким образом, рассмотрев наиболее показательные подходы к классификации потребителей и определив наиболее необходимые для сегмента образовательного туризма можно идентифицировать характерные черты различных типов потребителей образовательных туров.

1. Селиванова С.И. Образовательный туризм // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. – №11. – С. 169–174.

2. Глумова Я.Г. Образовательный туризм как фактор улучшения демографического потенциала региона // Событийный туризм – основа реализации туристского потенциала территорий: актуальные задачи, проблемы и перспективы развития: материалы междунар. науч.-практ. интернет-конференции. – Белгород: Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2016. – С. 50–55.

3. Агеева О.А. Управление развитием образовательного туризма в России. – Текст: электронный // Инновации и инвестиции: [сайт], – 2018. – № 3. – 201–205 с.

4. Бельская Н.Л. Образовательный туризм как объект научного исследования // Вестник Тобольской государственной социально-педагогической академии им. Д.И. Менделеева. – 2013. – №5. – С. 11–18.

5. Данилова, Л. С. Оценка развития рынка образовательного туризма. – Иркутск: Изв. Иркут. гос. экон. акад., 2018.– С. 85–88.

6. Бельская Н.Л. Современные подходы к управлению образовательным туризмом // Научный результат. – 2015. – №2. – С. 29–38.

Рубрика: туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока как перспективная модель развития территории

УДК 338.46

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

А.Э. Заикина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье представлены результаты авторского исследования методического подхода к разработке рейтинговой системы оценки туристской привлекательности особо охраняемых природных территорий. Источниковой базой послужили данные официальных электронных сайтов 8 ООПТ Приморского края федерального значения. Для оценки были отобраны критерии по нескольким блокам привлекательности территории: туристская инфраструктура, социальные медиа и транспортная доступность. Положение (место) ООПТ в рейтинге определяется арифметической суммой скорректированных балльных оценок показателей. Этим самым будет обеспечена корректная оценка туристской привлекательности, включающая множество показателей различного характера.

Ключевые слова: *особо охраняемые природные территории (ООПТ), рейтинговая оценка, официальный сайт ООПТ, критерии оценки.*

METHODOLOGICAL APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF A RATING SYSTEM FOR ASSESSING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF SPECIALLY PROTECTED NATURAL AREAS (ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY TERRITORY)

The article presents the results of the author's research of the methodological approach to the development of a rating system for assessing the tourist attractiveness of specially protected natural areas. The source base was the data of the official electronic sites of 8 specially protected natural territories of the Primorsky Territory of federal significance. For the assessment, criteria were selected for several blocks of attractiveness of the territory: tourist infrastructure, social media, and transport accessibility. The position (place) of protected areas in the rating is determined by the arithmetic sum of the adjusted scores of indicators. This will ensure a correct assessment of the tourist attractiveness, including many indicators of a different nature.

Keywords: *specially protected natural territories (SPNA), rating assessment, official website of SPNA, evaluation criteria.*

В настоящее время развитие туризма неоспоримо с точки зрения перспективной направленности. Однако, подобная популяризация приводит к появлению необходимости разработки комплексных оценок как территориальных образований, так и ресурсной базы. Из этого складывается одна из наиболее актуальных проблем развития туристской индустрии в нашей стра-