

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Развитие хобби-туризма как фактор формирования имиджа Армении**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 541 группы  
направления 43.03.02 «Туризм»

Института истории и международных отношений

Мусинян Лили Вагановны

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

\_\_\_\_\_

О.В. Королева

Зав. кафедрой,  
профессор, д.э.н., профессор

\_\_\_\_\_

Т.В. Черевичко

Саратов 2023

## АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

**Введение.** В последние годы у людей, потенциальных клиентов турфирм, появляется потребность в более интересном и запоминающемся отдыхе, чем тот, к которому они привыкли ранее. Также у людей появляется возможность реализовывать свои хобби и увлечения в свободное от работы время, в том числе и во время путешествия за пределы своего места жительства.

На современном этапе развития туристской индустрии важно предложение нового продукта, способного заинтересовать потребителя.

В современном мире каждый человек старается найти свое место в жизни, свое занятие или увлечение, временное или же на всю жизнь, и часто хобби становится делом всей жизни. Некоторые люди занимаются танцами, другие замечательные художники, а кто-то готов все отдать за путешествия по нашей величайшей планете.

Стоит заметить, что рынок хобби-туров в настоящее время весьма обширен, поскольку круг человеческих интересов отличается разнообразием. Однако для него характерно непостоянство, так как с течением времени вкусы и предпочтения людей изменяются: старые утрачиваются, зато появляются новые.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном обществе свободное время и его интересное, но и полезное проведение, занятие любимым делом (не работой, а именно - хобби) становится очень важной и общественно ценной вещью. Это напрямую связано с духовным развитием человека, развитием его творческих способностей. Именно поэтому сейчас много уделяется внимания «поддержанию» идеи хобби — это общение, развитие, культурный обмен и многое другое. К тому же нередко хобби перерастает в профессиональную деятельность. При этом заниматься своим любимым делом (хобби) и путешествовать это в двойное удовольствие. Для этого и существует хобби-туризм, который на данном этапе нужно все больше развивать.

Степень разработанности проблемы. Хобби-туризм – относительно молодая тенденция на внутреннем туристском рынке России. Специалисты в последние годы начали изучать проблемы развития и организации хобби-туров.

Стоит отметить работы Кутеповой Г. Н. описавшей хобби-туризм, как вид специального туризма, Страчковой Н.В. Страчковой З.С. рассматривающих хобби-туризм как перспективное направление специализированного туризма. Силаева Т.А. изучала литературный туризм, как специализированный подвид культурно-познавательного туризма, Кутепова, Г.Н. , Бессараб, Д.А., Штефан, Л.В. , Ильина, Е.Н. в своих научно-исследовательских работах изучили теоретические аспекты и особенности технологии организации хобби-туров.

Недостаточно исследованным остается вопрос особенностей организации хобби-туров.

Особенности формирования и влияния позитивного имиджа на развитие туризма в Армении в своих научно-исследовательских работах изучили Петросян С.Ф , Бабуханян З.А. , Оганян Н.К. . Стоит еще отметить работу Симонян М.А. , рассматривающей национальный брендинг как основу конкурентной идентичности.

Цель данной работы состоит в изучении теоретических и организационных аспектов развития хобби-туризма и его роли в формировании имиджа Армении.

Задачи работы:

рассмотреть хобби как туристский мотив и фактор потребительского спроса;

определить теоретические аспекты организации хобби-туров;

рассмотреть технологии организации хобби-туров;

проанализировать рынок предложений хобби-туров в Армении;

рассмотреть хобби-туризм как имиджеобразующий фактор в Армении;

определить особенности формирования туристского имиджа Армении;

определить особенности Армении, как дестинацию для российских туристов;

разработать полноценный турпродукт, который будет способствовать формированию положительного туристского имиджа Республики Армения.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в разработке хобби-тура «Рукотворная Армения» на территории Республики Армения и

расчете его стоимости для потребителей с целью способствовать формированию положительного туристского имиджа страны. Хобби-тур нацелен на формирование нового имиджа Армении через мастер-классы с максимальным погружением в культуру и быт страны.

Данная работа состоит из введения, трех глав, первая из которых включает в себя четыре параграфа, остальные – по два параграфа, заключения и списка использованной литературы.

Введение включает в себя общую информацию о теме, обоснование актуальности темы, связь данной работы с другими научно-исследовательскими работами, а также выделяет цель работы и решаемые задачи.

В первой главе «Хобби-туризм как тренд развития туристского рынка» рассматривается понятие «хобби», как туристский мотив и фактор потребительского спроса, описаны теоретические аспекты, особенности, а также технологии организации хобби-туров. В параграфе «Хобби как туристский мотив и фактор потребительского спроса» представлены предпосылки и причины развития хобби-туризма во всем мире. Параграф «Теоретические аспекты организации хобби-туров» рассматриваются классификации и особенности хобби-туров. В параграфе «Технологии организации хобби-туров» описываются особенности технологий организации хобби-туров. В параграфе «Анализ предложений хобби-туров в Армении» проводится анализ предложений хобби-туров в туристском рынке Армении.

Во второй главе «Хобби-туризм как имиджеобразующий фактор Армении» рассматривается туристический имидж региона, имиджеобразующие факторы. В параграфе «Туристский имидж страны и особенности его формирования в Армении» выделены основные имиджеобразующие факторы и особенности формирования позитивного имиджа страны. В параграфе «Армения как дестинация для российских туристов» изучается туристский обмен между Российской Федерацией и Республикой Армения, созданные предпосылки для эффективного сотрудничества и развития туризма.

Третья глава «Проектирование хобби-тура «Рукотворная Армения» как способ формирования имиджа страны» носит практический характер. Параграф «Разработка турпродукта» представляет собой полное функциональное описание разработанного тура. В параграфе «Продвижение турпродукта» описываются способы и пути продвижения турпродукта среди целевой аудитории.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, в обобщенном виде излагаются выводы, сделанные в ходе работы, по сформулированным задачам и цели бакалаврской работы.

**Основное содержание работы.** В первой главе «Хобби-туризм как тренд развития туристского рынка» рассматривается понятие «хобби», как туристский мотив и фактор потребительского спроса, описаны теоретические аспекты, особенности, а также технологии организации хобби-туров.

Хобби-тур — туристская поездка с целью удовлетворения человеком определенного интереса, реализации любимых занятий во время отдыха. При этом, этот интерес не может быть удовлетворен, а, следовательно, цель не может быть достигнута, в рамках традиционного тура, например, рекреационного или экскурсионного. Таким образом, хобби-туры — это несомненно новые формы индивидуального туризма, за которым большое будущее.

Главной отличительной чертой хобби-туров является тематическая направленность программы обслуживания и ориентирование на группу с однородными интересами. Иначе говоря, это возможность заняться любимым делом в кругу таких же увлеченных людей во время совместного путешествия под руководством и с помощью настоящих профессионалов.

Деятельность туроператора по формированию и продвижению хобби-туров целиком и полностью зависит от правильного понимания потребностей потребителей, своевременного и верного анализа и выбора наиболее актуальных, модных тенденций и направлений, которые в максимальной степени соответствуют представлениям клиента о предмете его увлечения. Особенности хобби-туров диктуют применение самых современных технологий организации

и продвижения туристского продукта и во многих случаях требуют разработки специальных взаимодействия всех участников туристского рынка.

Хобби-туры имеют узкую конкретную направленность в зависимости от интересов и увлечений туристской группы. Соответственно и видов хобби-туров может быть невероятное множество. Данные туры могут быть совершенно различными по своей специфике, предлагаемому ассортименту и цели совершаемой поездки, от посещения выставок старинных коллекционных автомобилей до гастрономических туров ценителей кулинарного мастерства.

При организации хобби-туров особое значение приобретает этап разработки программы тура и в дальнейшей обеспечение ее выполнения. Если это посещение Олимпийских игр или спортивных чемпионатов, то составляется определенная программа посещения соревнований. Если тур организован для любителей фотографии, то организуются специальные мастер-классы, составляется программа и график проведения съемок в зависимости от времени года, погоды и др. Кроме того, возможна организация специальных занятий по освоению новой техники, в том числе и её приобретение. Таким образом, в тур включается все, что входит в круг интересов хобби-туриста. Досуг в хобби-турах носит развлекательно познавательный характер уклоном с в любительские интересы. Организаторы также устраивают встречи с местными любителями или клубами соответствующего направления.

Главное правило организации хобби-туров группы туристов формируются по принципу однородности интересов.

Экскурсионная программа в хобби-турах, как правило, носит тематический характер, с посещением выставок и даже фабрик или заводов. Спортивные и курортные программы в таких турах сводятся к минимуму или не планируются вообще. Размещение обычно проводится в гостиницах туристского класса экскурсионного типа.

Хобби-туры, как правило, не имеют регулярного графика проведения, являются дополнительными, нередко первоначально организуются в межсезонье или по индивидуальным заявкам при возникновении того или иного

интереса, спроса. Однако, в дальнейшем, учитывая особенности потребительской психологии, наиболее удачные направления хобби-туров предлагаются на рынке постоянно, постепенно выходят на внесезонный уровень и принимают сначала групповой, а затем и массовый характер.

Хобби-туризм в Армении начал развиваться в последние годы, однако существующие туры, хоть и не в большом количестве, пользуются большой популярностью не только у туристов, но и среди жителей страны.

Туроператоры предлагают в основном винные туры на юге страны. «Винный» туризм (Enotourism, Wine tourism, Vinitourism) – это путешествие, главной целью которого является дегустация, потребление, покупка вина непосредственно на винодельне. Безусловно, винный туризм тесно связан с гастрономическим, сельским и культурным туризмом, а иногда рассматривается как одна из их форм. В Старом Свете основные дестинации винного туризма сосредоточены в ведущих странах-производителях вина: Франции, Италии, Испании, Германии.

Анализируя рынок предложений хобби-туров в Армении, можно заметить, что большой популярностью пользуются именно винные и гастро-туры. Маршрут и программа у туроператоров идентичны: основные историко-культурные достопримечательности и винные регионы страны. В тоже время стоит отметить, что виноделье развито и в северных регионах, и можно организовать туры, включающие в себя посещение и этих регионов. Ценовая политика у каждого туроператора своя, но не выше среднего по рынку. Туры имеют сезонность: лучший период с апреля до первой половины октября.

Во второй главе «Хобби-туризм как имиджеобразующий фактор в Армении» рассматривается Армения, как дестинация для российских туристов, туристский имидж страны и особенности его формирования в Армении.

Имидж региона (территории) – это совокупность рациональных и эмоциональных представлений, вытекающих из сопоставления основных признаков региона (территории), собственного опыта людей, их предпочтений и мнений, воздействующих на формирование определённого образа. Имидж

региона создается администрацией, выдающимися личностями данного региона и СМИ. Таким образом, туристический имидж региона, на наш взгляд, представляет собой устойчивую совокупность эмоциональных и рациональных убеждений и ощущений, которые возникают у целевых аудиторий по поводу туристических особенностей региона; формируются на основе информации о туристических объектах, маршрутах, ресурсах региона, а также личного опыта и впечатлений туристов.

Имидж всегда отражает результат общественного мнения, складывающегося из совокупности образов, представлений, трактовок и оценок. Позитивный имидж способствует реализации намеченных задач.

Проблема позиционирования имиджа особенно актуальна для Армении. Многие туристские регионы приступили к ее решению, однако это длительный и последовательный процесс, позволяющий систематизировать результаты исследований в области идентификации различных целевых групп с регионами и их достопримечательностями.

Имидж страны оказывает большое влияние на приток международного капитала, приобретение Арменией позитивной, сильной и прочной репутации будет иметь большую ценность, возможно, бóльшую, чем материальные активы страны, поскольку это покажет ее способность представляться самым лучшим образом, и имидж армянского бренда будет неизменно высоким.

Рассматривая туристский обмен между Российской Федерацией и Республикой Армения, укажем на созданные предпосылки для эффективного сотрудничества и развития туризма. Основные направления развития индустрии гостеприимства в Армении соответствуют современным трендам и способны стимулировать туристский интерес россиян.

Путешествуя по Армении, российские туристы имеют возможность убедиться в дружеском настроении со стороны ее жителей. Россияне возвращаются из этой страны с прекрасными впечатлениями и самыми добрыми чувствами, ловя себя на мысли, что дома им будет не хватать горных Вершин Армении, ее



чудесной атмосферы, ее бесподобной кухни, ее душевного теплого колорита и многого-многого другого.

В рамках третьей главы «Создание нового туристского продукта «Рукотворная Армения» как способ формирования имиджа страны» автор выпускной квалификационной работы представляет свою практическую разработку: хобби-тур по территории Армении под названием «Рукотворная Армения».

Первый день путешествия будет проходить в городе Ереван с посещением основных объектов показа в рамках обзорных экскурсий.

Во второй день туристов ждет обзорная экскурсия по городу Гюмри. В программу входит мастер-класс по правильной обработке шерсти на шерстяной фабрике в селе Амасиа неподалеку от Гюмри.

Третий день, с утра туристы будут на мастер-классе по работе с керамикой в фабрике «Gohar world», после чего поедут из Гюмри в Ванадзор где будут проходить мастер-класс по прядению на веретене в музее О. Туманяна, кулинарный мастер-класс и мастер-класс Армянские Хачкары у местного мастера Богдана Ованисяна.

Четвертый день туристы поедут деревню Дсех, где будут посещать шоколадную фабрику «Apricot» и участвовать в мастер-классе по приготовлению вкуснейшего шоколада, а вечером вернуться в Ереван.

Пятый день, туристы проведут на озере Севан, будут посещать полуостров «Ахтамар» и монастырь Севанаванк, затем на берегу озера будет мастер-класс по приготовлению местной рыбы ишхан.

В шестой, заключительный день, туристы успею побывать в двух музеях города Ереван, это музей Лусик Агулеци и музей Сергея Параджанова, после чего примут участие в мастер-классе по ковроткачеству в фабрике Туфенкян Карпет. И уже вечером осуществится трансфер в аэропорт «Звартноц».

В стоимость тура входит: транспортное обслуживание по программе; проживание в отеле (5 ночей) в двухместном номере категории стандарт;

питание по программе (4 завтрака, 2 ужина); экскурсионное обслуживание по программе; входные билеты на платные объекты; различные мастер-классы.

В работе автор подробно изучил прямые, косвенные и коммерческие затраты турфирмы на время реализации маршрута. На этой основе была использована формула расчета цены туристского продукта, которая определила конечную стоимость тура в 93 048 рублей на группу 8 человек.

Для определения количества производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль была рассчитана точка безубыточности. Ее поиск проводился двумя способами: по формуле:  $T. \text{ без. } = FC / (P - AVC)$  и методом маржинального дохода. В обоих случаях этот показатель равнялся 1,045, из чего следует, что, для полной компенсации расходов за весь период реализации, достаточно продать 14 туров.

Во втором параграфе третьей главы «Продвижение маршрута» бакалаврской работы описывается комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта.

**Заключение.** В XXI веке туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности большинства государств и регионов мира.

Хобби-туризм – относительно молодая тенденция. Идея заключается в путешествии группы единомышленников в целях совместного занятия общим увлечением. Туры для гурманов, для фанатов знаменитостей или спортивных болельщиков, для коллекционеров, творческо – ремесленные туры и другие предложения пользуются возрастающей популярностью.

В хобби – турах необходимо создавать людям условия для занятий любимыми делами. Досуг на хобби – турах имеет познавательно – развлекательный характер, при этом делается уклон на любимые интересы. В них следует организовывать встречи в клубах с местными любителями соответствующего занятия.

Регулярных графиков проведения такие путешествия, как правило, не имеют. Они, скорее, являются дополнительными и организуются по отдельным заказам или в межсезонье для полного заполнения туристической базы.

Анализируя рынок предложений хобби-туров в Армении, можно сказать, что существующие на рынке туры пользуются большим спросом, однако говоря о потенциале Армении в сфере развития туризма, кроме ее культурно-исторического наследия нужно учитывать тот немаловажный факт, что страна сама по себе является сравнительно новым игроком на международном туристическом рынке, что, безусловно, делает ее привлекательной для туристов, желающих увидеть новые города и страны. Однако для этого надо провести колоссальную работу над формированием положительного имиджа, так как имидж страны оказывает большое влияние на приток международного капитала, приобретение Арменией позитивной, сильной и прочной репутации будет иметь большую ценность, возможно, бóльшую, чем материальные активы страны, поскольку это покажет ее способность представляться самым лучшим образом, и имидж армянского бренда будет неизменно высоким.

Турпродукт «Рукотворная Армения» нацелен на формирование нового имиджа Армении через мастер-классы с максимальным погружением в культуру и быт страны. Это в дальнейшем даст возможность ассоциировать Армению не только с горой Арарат, Христианство, Гарни и Гехардом, но и с теми людьми, которые создали все это и веками передавали из поколения в поколение.

Туристский маршрут «Рукотворная Армения» является конкурентоспособным продуктом, обладающим уникальностью и не имеющим аналогов на туристском рынке. Проект имеет потенциально новые составляющие, мастер-классы, включенные в проект малоизвестны даже на территории РА и их, не встретишь в турах других компаний. Это дает возможность проекту стать одним из востребованных не только среди иностранных туристов, но и среди местных жителей.