

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Директор по туризму ООО

«Земля и небо»

_____ / О. С. Коптева /

«__» _____ 2020 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.п.н., профессор

_____ /Т.Н. Третьякова/

«__» _____ 2020 г.

Просветительская функция культурного туризма

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ ЮУрГУ–43.04.02.2020.310.ПЗ ВКР

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент

_____ /И.А. Фрейнкина/

«__» _____ 2020 г.

Автор ВКР, студент группы СТ-257

_____ /Тран Тху Ха/

«__» _____ 2020 г.

Нормоконтролер, ст. преподаватель

_____ /М.Н. Малыженко/

«__» _____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Тран Тху Ха. Просветительская функция культурного туризма. – Челябинск: ЮУрГУ, СТ–257, 2020. – 119 с., 16 табл., 21 ил., библиогр. список – 85 наим., 8 прил., 1 презентация – CD-RW.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки концепции просветительской деятельности средствами культурного туризма как способ популяризации и сохранения культурного наследия Вьетнама среди иностранных туристов.

В данной выпускной квалификационной работе изучены теоретические методологические основы культурного туризма, научные подходы к исследованию просветительской функции туризма, концепция просветительской деятельности средствами культурного туризма. Особый интерес представляет создание и анализ гносеологической модели культурного туризма во Вьетнаме, и её реализация.

Несмотря на мировую рецессию и экономический кризис, туризм стал одним из наиболее быстро растущих секторов экономики. Это один из основных форм-досуга и просвещения в современной жизни.

Структура курсовой работы отражает общую логику исследования и включает введение, две главы, заключение, библиографический список, приложение.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	
1.1 Понятие и сущность культурного туризма.....	10
1.2 Научные подходы к исследованию просветительской функции туризма.....	19
1.3 Туризм как форма досуга и просвещения.....	27
Выводы по главе один.....	35
2 КОНЦЕПЦИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВАМИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА	
2.1 Культурный туризм как фактор сохранения культурного наследия Вьетнама.....	37
2.2 Гносеологическая модель культурного туризма во Вьетнаме.....	49
2.3 Реализация гносеологической модели культурного туризма и её результаты.....	60
Выводы по главе два.....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	84
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	87
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Экономические расчеты себестоимости культурно-познавательного тура во Вьетнам.....	101
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Технологическая карта туристского путешествия по маршруту «Культурно-познавательный тур во Вьетнам» на 2020 год.....	104
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Информационный листок к путевке туристского путешествия «культурно-познавательный тур во Вьетнам».....	111

ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Карта маршрута.....	114
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Основные объекты маршрута.....	115
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Анкета для выявления спроса на культурно- познавательный тур во Вьетнам.....	116
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Презентация по теме ВКР	
ПРИЛОЖЕНИЕ И. Электронная версия ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

Следствие индустриализации являются загрязнением воздуха, физической и психологической утомляемостью, нехваткой времени и сил на любимые дела. Урбанизация также создала такие плохие последствия, как повышение плотности населения в городе, усталость от множественного человеческого контакта в городской среде.

Реакцией на эти негативные последствия выступает желание выехать из города на чистую природу, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить жизненные впечатления, познать новое, новых людей. Изменение стиля жизни современного человека привело к изменению его потребностей в отдыхе и соответственно к изменению содержания туристского продукта. В туристской деятельности возникла тенденция «культурный туризм» – вид туризма, направленный на тех, кто любит культуру и жизненные знания.

Вьетнам обладает богатым природным и культурным потенциалом для развития культурного туризма. Там вместе дружно живут 54 национальных меньшинств, и каждое меньшинство внесло уникальный вклад в сокровищницу общей богатой самобытной культуры Вьетнама. В настоящее время во Вьетнаме насчитывается 39 объектов всемирного наследия, признанных ЮНЕСКО, среди которых 2 природного объекта, 1 глобальный геологический парк, 10 мировых биосферных заповедников, 1 смешанный (природно-культурный) объект, 5 объектов материального культурного наследия, 13 объектов нематериального культурного и 7 объектов документального наследия. Кроме того, во Вьетнаме существуют ещё тысячи других исторических, культурных объектов: по учёту только материальных наследий, в стране есть более 3000 объектов на уровне государства, около 7500 объектов на уровне региона и многие памятники ещё под учётом; а также уникальные местные фестивали, ремесленные деревни, кухня региона, народное

искусство и т.д. Это говорит о том, что Вьетнам является не только красивой страной с великолепной природой и богатой культурой, но и настоящим туристским раем. На базе богатейших туристских ресурсов, во Вьетнаме есть все нужные условия, чтобы ответить требованиям современных туристов. Однако, в стране существуют ограничения в процессе разработки туристских маршрутов:

- турагентства уделяют много сил, денег и времени рекламе, а не улучшению качества поездки. Образом «приманки и подмены», они обещают клиенту, что все будет на высшем уровне. Фактически получается простая программа; небрежный гид; вместо положенных культурно-исторических достопримечательностей, туристы вынуждены провести большую часть времени в ресторанах, магазинах и торговых центрах;

- бывало, туристы проехали долгий путь, чтобы увидеть маленький простой храм в отдаленном районе или объект имеет ухудшенный внешний вид с точки зрения архитектуры; небольшая плотность туристских достопримечательностей на территории;

- праздники являются неотъемлемой частью в культурном туризме. Народные праздники – это давнее народное наследие наших предков, сохранившееся до наших дней. К сожалению, многие турагентства злоупотребляют праздниками. Они думают, что все выступления на сцене являются праздниками. Большинство праздников просто производится сценическим образом и постепенно теряет свой оригинал. Они либо целиком, либо частично похожи друг на друга во всех районах страны и во все времена года;

- низкая квалификация и ограниченная коммуникативная возможность гидов. У многих гидов нет высшего образования или сертификата учебного заведения. Они просто используют свой опыт и окружающих людей (передача из уст в уста). Многие гиды не владеют иностранным языком. В результате язык становится барьером между народной культурой и иностранными туристами.

Все указанные проблемы отрицательно влияют на желание туристов подробно познакомиться с Вьетнамом, понять его культуру и вновь посетить страну. По исследованию Европейского Туристического Союза, 80% европейских туристов не захотели вернуться во Вьетнам. Это печальный факт для Вьетнамского туризма в целом и модели культурного туризма, в частности. На мой взгляд, иностранные туристы отказали опять посетить Вьетнам, так как у них не было возможности послушать и посмотреть интересные объекты историко-культуры страны. Во время путешествия в чужую страну, культура всегда играет самую важную роль. Турист только заинтересован, когда ему показали своеобразные объекты культуры дестинации, например историко-культурные достопримечательности, местные обычаи, жизненный образ, традиция, народные музыки, традиционные ремесла и т.д. Важно, чтобы в конце путешествия турист получит знание о дестинации. Очевидно, что человек только любит то, что он четко понимает.

В связи с этим, актуальной становится разработка концепции просветительской деятельности культурного туризма во Вьетнаме.

Теоретической базой работы являются работы А.Б. Косолапова, В.А. Квартальнова, Н.П. Крачило, Е.В. Кулагина и М.В. Сущинская.

Цель выпускной квалификационной работы (ВКР) разработать концепцию просветительской деятельности средствами культурного туризма.

Объектом ВКР является культурный туризм как форма просвещения.

Предмет ВКР разработка модели просветительской деятельности средствами культурного туризма.

Для достижения цели были поставлены задачи:

- охарактеризовать понятие культурного туризма; конкретизировать понятие «культурный туризм»;
- охарактеризовать научные подходы к изучению культурного туризма;
- разработать гносеологическую модель культурного туризма в регионе.

Гипотеза: пропаганда культуры региона может быть эффективна за счет развития культурного туризма.

Методологическую основу исследования составили:

- структурный функционализм – интерпретация культурно-исторических процессов как функциональных, решающих какие-то имманентные социальные задачи по удовлетворению интересов и потребностей людей (А.Я. Флиер);
- системный подход (И.В. Блауберг, Э.Г. Юдин, В.Н. Садовский и т.д);
- деятельностный подход (А.Г. Асмолов, М.Я. Басов, Г.С. Костюк, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, В.В. Рубцов и т.д);
- диалектический подход (А.О. Чубарьян, П.В. Алексеев, А.В. Панин, Л.Н. Мазур, Н.Н. Моисеев, К. Поппер и т.д);

Методы исследования – анализ теоретических источников по проблеме, мониторинг Интернет–ресурсов, анкетирование.

Новизна ВКР – разработка гносеологической модели культурного туризма и концепции просветительской деятельности средствами культурного туризма.

Практическая значимость работы заключается в том, что в ней:

- проведено маркетинговое исследование для выявления спроса на культурно-познавательный тур во Вьетнам;
- разработан культурно-познавательный тур во Вьетнам;

Апробация исследования: Основные положения ВКР и результаты исследования отражены в выступлениях на:

- III Международная конференция «Инновации в спорте, туризме и образовании» – «icISTIS-2018» 6–7 декабря 2018 г. в институте спорта, туризма и сервиса ЮурГУ (национального исследовательского университета);
- VIII Международная студенческая научно–практическая конференция «Устойчивое развитие технологии сервиса: теория и практика» в заочной форме с изданием электронного сборника материалов в г. Улан–Удэ 13–15 июня 2019 г;

- IV Международная конференция «Инновации в спорте, туризме и образовании» – «icISTIS-2019» 5–6 декабря 2019 г. в институте спорта, туризма и сервиса ЮурГУ (национального исследовательского университета).

Структура работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, списка литературы, двух глав и заключения.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Понятие и сущность культурного туризма

Туризм, процесс и процесс проведения времени вне дома в поисках отдыха, релаксации и удовольствия, используя коммерческое предоставление услуг. Таким образом, туризм является продуктом современных социальных мероприятий, начиная с Западной Европы в XVII в., хотя он имеет предшественники в античном мире. В наши дни туризм является неотъемлемой частью человеческой жизни в большинстве стран мира. В XXI в. он, нет сомнений, будет стать глобальным явлением.

Сегодня интерес к значению и характеру туризма возникнул среди таких специалистов в различных сферах деятельности, таких как: философы, экономисты, юристы и т.д. Поначалу концепция понятия «туризм» кажется простой, а на самом деле очень сложной. В настоящее время во всём мире появляются большинство исследований о туризме по разному масштабу. А разные исследователи создают разные концепции на основе своих наблюдений и результатов своей работы.

Большой вклад в разработку понятия «туризм» сделался ООН (United Nations – Организация объединенных наций), ЮНВТО (United Nations World Tourism Organization – Всемирная туристская организация), АИЕСТ (International Association of Scientific Experts in Tourism – Международная ассоциация научных экспертов в области туризма) и т.д.

Определение туризма варьируется от источника к источнику, от человека к человеку. Нет единого мнения относительно определения туризма. Почти каждое учреждение по-разному определяет «Туризм». Но когда дело доходит до объяснения с помощью основных терминов, мы можем подытожить это следующим образом:

«Туризм – это совокупность видов деятельности, услуг и отраслей, которые предоставляют туристические услуги, включая транспорт, проживание, питание и

напитки, розничные магазины, развлекательные заведения и другие услуги гостеприимства, предоставляемые отдельным лицам или группам, путешествующим вдали от дома».

Современный туризм делится на такие категории, как культурный, познавательный, лечебный, спортивный, пляжный, экологический и др. В наши дни самое значительное значение получает культурный туризм, который охватывает все путешествии с целью знакомства с культурно-историческим достоянием. В отличие от солнечного и пляжного туризма, где главной достопримечательностью является отдых, культурный туризм в основном преследует одну цель – понимание в самом широком смысле этого слова, т.е. ознакомление с историей, искусством и людьми места, питание еды, открытие для себя другой взгляд на мир.

Понятие «культурный туризм» является происходит от таких понятий, как «познавательный», «образовательный», «культурно-познавательный», «экскурсионно-познавательный» туризм. Раскрывая термин «культурный туризм», необходимо определить понятие «культура». Она может считаться определенным уровнем человеческого и социально-исторического развития, широкой сферой человеческой деятельности, включая использование, сохранение и передачу национального наследия от поколения к поколению, с учетом мировой культуры и бережного взаимодействия с природой. Роль культуры в развитии туризма является ключевым фактором для создания туристической мотивации и привлечении большого количества туристов в регион. Даны практические рекомендации по использованию элементов культуры в целях формирования туристского интереса, а также рассматриваются вопросы качественного развития туризма на основе охраны и использования культурного, исторического и природного потенциала местности.

Несомненно, культурный туризм является одним из древнейших явлений туризма, так как люди начали путешествовать еще во времена древних греков.

ИКОМОС (International Council on Monuments and Sites – Международный

научный комитет по культурному туризму) предлагает одно из самых разнообразных и конкретных определений 1990-х годов: «Культурный туризм может быть определен как та деятельность, которая позволяет людям испытывать различные образы жизни других людей, приобретая понимание их обычаев, традиций, физической среды, интеллектуальных идей и посещать их места архитектурного, исторического, археологического или другого культурного значения, которые сохранились с более ранних времен» [54]. Культурный туризм отличается от рекреационного туризма тем, что он стремится понять или оценить природу посещаемого места.

ATLAS (European Association for Tourism and Leisure Education – Европейской Ассоциацией по образованию в сфере туризма и досуга) принимает определение, что «культурный туризм признается посещением людьми культурных достопримечательностей за пределами своих постоянного места проживания, с целью получения новой информации и опыта для удовлетворения своих культурных потребностей» [16].

Деятельность, предпринимаемая ЮНВТО в области культуры и туризма, вытекает из самого определения культурного туризма, которое определяется как: «культурный туризм – вид туристической деятельности, в которой основной мотивацией для посетителя является изучение, открытие, опыт и потребление материальных и нематериальных культурных достопримечательностей в туристическом направлении» [27]. Эти аттракционы связаны с набором отличительных материальных, интеллектуальных, духовных и эмоциональных особенностей общества, которое включает в себя искусство и архитектуру, историческое и культурное наследие, кулинарное наследие, литературу, музыку, творческие индустрии и живые культуры с их образом жизни, системами ценностей, верования и традиции.

Следует обратить внимание на определение культурного туризма

А.Б. Косолапова: «культурный туризм является областью туристической деятельности, основанной прежде всего на ресурсах наследия, национальных традициях, искусстве и культуре с активным использованием современных коммуникационных систем и высокотехнологичной инфраструктуры гостеприимства» [37]. Знакомство туристов с культурным наследием происходит в основном на экскурсиях с преобладанием пешеходов и автобусов.

Культурный туризм – это инструмент экономического развития, который обеспечивает экономический рост за счет привлечения посетителей за пределами сообщества-хозяина, которые мотивированы в целом или частично интересом к историческим, художественным, научным или связанным с образом жизни и традициями реалиям и фактам сообщества, региона, группа или учреждение. Такое путешествие ориентировано на ощущение культурной среды, включая пейзажи, изобразительное и исполнительское искусство, образ жизни, ценности, традиции и события. Туризм ищет способы создания «товарных туристических продуктов», а также среды для работы и жизни. Культурно-познавательный туризм – это взаимодействие между культурными, этническими и историческими компонентами общества или местом, которое будет использоваться в качестве ресурса для привлечения туристов и развития туризма.

Изучая культурный туризм, нельзя пропустить термин «культурные туристы». Они – зрелые, образованные, творческие, ответственные, толковые люди. Они совершают длительные поездки, как правило, много покупают в пункте назначения, который они посещают. Культурный турист не только является крупнейшим и наиболее быстро растущим сегментом туристического рынка, но и типом туристов, которые остаются дольше и тратят больше денег в выбранном ими направлении.

Б. МакКерчер и Х. Дю Кроз предлагают разделить культурных туристов на 5 типов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Типология культурного туриста по Маккерчеру и Дю Кросу

№	Тип культурного туриста	Краткая характеристика
1	Культурно-ориентированный турист	ознакомление с культурой является основным мотивом для путешествий, и после поездки сами туристы имеют богатый культурный опыт;
2	Экскурсионно-ориентированный культурный турист	ознакомление с культурой является основной причиной посещения туристической дестинации, но после поездки культурный опыт туриста недостаточно глубок;
3	Случайный культурный турист	ознакомление с культурой вообще не является целью поездки, но в результате ознакомления с культурным наследием в месте временного пребывания туристы приобретают культурный опыт и историческое знание;
4	Поверхностный культурный турист	ознакомление с культурой является слабым мотивом для поездки, поэтому после поездки турист получает небольшой культурный опыт;
5	Псевдокультурный турист	ознакомление с культурой не является мотивом, а дополнением к основной цели поездки, поэтому после поездки полученный культурный опыт не богат.

Основой этого различия является степень туриста, вовлеченного в культурный туризм. Первые три группы туристов имеет сильное стремление к ознакомлению с культурой, поэтому они являются реальными культурными туристами.

Другим сегментом культурного туризма является городской туризм с

культурными целями. В пределах данного вида культурного туризма существуют 6 групп со следующими основными характеристиками:

- деревня предлагает только культурное наследие (кластер 1) и не имеют объектов искусства;
- город предлагает культурное наследие (кластер 2) и объекты искусства (кластер 3), но инфраструктуру туризма отсутствует;
- крупный город предлагает культурное наследие и объекты искусства (кластер 4) и, возможно, инфраструктуру туризма (кластер 5);
- мегаполис предлагают культурное наследие, а также объекты искусства и инфраструктура туризма (кластер 6).

Типология культурных дестинаций основана на сочетании культурного продукта с характеристикой места представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация мест и культурных продуктов

	Деревня	Малый город	Крупный город	Мегаполис
Культурное наследие	кластер 1	кластер 2	–	–
Культурное наследие Искусство	–	кластер 3	кластер 4	–
Культурное наследие Искусство Инфраструктура	–	–	кластер 5	кластер 6

В данной таблице:

- культурное наследие – памятник, которое имеет отношение к прошлому народа, обладающая эстетической, исторической или какой-либо другой ценностью (сооружения, ансамбли, связанные с важным историческим событием или с жизнью

и деятельностью известного лица, а также с бытом народа и т.д.);

- искусство – живопись, песенное, язык, литература, народное ремесло, а также другие жанры искусства (выставка, театр, спектакль, шоу народного жанра музыки, деревня народного ремесла выступление симфонического оркестра и т.п.);

- инфраструктура туризма – мультимедиа (пресс), кинотеатр, театр и т.д.

Таким образом, в таблице 3 отражен классификация городов в Азии по кластеру.

Таблица 3 – Классификация городов в Азии по кластеру

Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 5	Кластер 6
Мишон	Луангпрабанг	Чиангмай	Киото	Гонконг	Дели
Сиенреап	Джайпур	Алматы	Чунцин	Хошимин	Токио
Убуд	Чанган	Ченнай	Шэньчжэнь	Ханой	Пекин
	Убуд		Тайбэй	Бангкок	Мумбай
			Нур-султан	Сеул	Дакку
			Осака	Шанхай	
			Иокогама	Гуанчжой	
				Сингапур	
				Тхимпху	
				Дубай	
				Джаркарта	

Учитывая социально-культурные основы развития для развития культурного туризма, необходимо охарактеризовать факторы, которые способствуют развитию культурного туризма и приостановит его.

В таблице 4 представлены самые основные факторы, которые так активно, как и негативно влияют на развитие культурного туризма:

Таблица 4 – Основные факторы, влияющие на развитие культурного туризма

Тип факторов	Активное влияние на развитие культурного туризма	Негативное влияние на развитие культурного туризма
Правовой	наличие социальных прав человека на свободу	отсутствие социальных прав человека на свободу
Экономические	высокая базовая зарплата; большинство населения на высокий уровень жизни; открытая торговая политика с миром; низкая инфляция;	низкая базовая зарплата; большинство населения на низкий уровень жизни; закрытая торговая политика с миром; высокая инфляция;
Географические	расположение в районе со культурно-рекреационными ресурсами; наличие транспортной доступности;	расположение в районе нет культурно-рекреационного ресурса; отсутствие транспортной доступности;
Социально-культурные	увеличения пособия (пособия на детей и т.д.); рост осознания туристских возможностей; рост культурного уровня населения	уменьшение пособия;
Политические	политическая стабильность; отсутствие терроризма, этнического кризиса, военного конфликта и т.д.; упрощение туристских процедур (например, за формирование визы);	политическая нестабильность; наличие терроризма, этнического кризиса, военного конфликта и т.д.; ужесточение туристских процедур (например, за формирование визы);

Окончание таблицы 4

Тип факторов	Активное влияние на развитие культурного туризма	Негативное влияние на развитие культурного туризма
Социально-демографические	молодое население (доля лиц в возрасте 65 лет и старше <4%); высокий уровень образования населения; увеличение продолжительности оплачиваемых отпусков; высокий уровень урбанизации; наличие эстетических потребностей, нужды восстановления духовной энергии, нужды изучения культуры населения; гостеприимство местных жителей к посетителям;	старое население (доля лиц в возрасте 65 лет и старше >7%); низкий уровень образования населения; сокращение продолжительности оплачиваемых отпусков; низкий уровень урбанизации; отсутствие эстетических потребностей, нужды восстановления духовной энергии, нужды изучения культуры населения;

По мнению экспертов ЮНВТО в последнее время почти все страны, особенно страны в Азиатско-Тихоокеанском районе (Бруней, Вануату, Восточный Тимор, Вьетнам, Гватемала, Гондурас, Гонконг, Гватемала, Индонезия, Камбоджа, Малайзия, Таиланд, Япония, Макао, Китайская Республика, Республика Корея, Непал, Индия, Шри-Ланка, Бангладеш), постепенно становятся заинтересованными в переходе своих стратегических турпродуктов к виду культурного туризма, который представляет собой современные тенденции развития туризма. Такое явление исходит из несколько причин. А главная причина состоит именно в потребности потребителя. В настоящее время около 60% туристов хотят провести

свои каникулы с целью развития своего знания и ознакомления экзотической культуры. Туристы обожают не только природные пейзажи, но и культурно-исторические достопримечательности, традицию, религию и образ жизни. Привлечение современных туристов состоит в культурном своеобразии, ознакомлении с поведением местных людей. Культурный туризм выполняет интеграционную функцию и играет важную социокультурную роль, способствуя ознакомлению людей с культурой различных стран [72].

1.2 Научные подходы к исследованию просветительской функции туризма

В истории человечества туризм был признан хобби, активным отдыхом человека. В наши дни туризм стал необходимой потребностью в культурной и общественной жизни человека. С точки зрения экономики туризм является одним из важных секторов экономики многих развитых стран. Туристические сети созданы в большинстве стран мира. Экономические выгоды от туризма бесспорны благодаря потреблению туристов за туристические продукты. Помимо потребления покупки обычных туристских товаров туристы еще имеют другие особые потребности во время путешествия, например, нужда совершенствования знаний, получение нового впечатления, обучения, осмотра достопримечательностей, оздоровления, отдыха, расслабления, познание разнообразного мира и т.д. Среди многих видов туризма культурный туризм является самым популярным видом в наши дни. Так как он соответствует почти всем потребностям современных туристов. Развитие культурно-просветительского туризма связано прежде всего с тем, что он способствует созданию позитивного имиджа, инвестиционной привлекательности, содействует повышению образовательного и культурного уровня населения, уважения к своей национальной культуре и культурам других народов и стран. Путешествия в рамках культурного туризма всегда носят в себе несколько целей,

среди которых самая важная цель – повышение культурного уровня человека, более полное удовлетворение духовных потребностей, оказание положительного влияния на систему ценностей, знаний, общественное поведение туриста.

Культурный туризм важен по разным причинам. Он оказывает положительное экономическое и социальное влияние в процессе развития страны, создает и укрепляет идентичность, помогает создавать хороший имидж дестинации в туристском рынке, помогает сохранять культурное и историческое наследие.

Для более подробного рассмотрения культурного туризма следует рассмотреть его функции:

- просветительская функция: в мире, который обеспокоен конфликтами и ксенофобией, часто основанными на недоразумениях, культурный туризм может способствовать культурной гармонии и взаимопониманию между людьми. Более глубокое знание культуры других людей будет стимулировать понимание и желание сотрудничать. Культурный туризм не только помогает сформировать и развивать личность человека, но и способствует общению и интеграции среди различных народов во мире;

- культурная функция: культурный туризм помогает установить и укрепить идентичность. Это является важным элементом сохранения и укрепления национальной и местной гордости. Особенности культуры и наследия имеют важное значение для формирования имиджа страны, поэтому культурный туризм может быть одним из ключевых инструментов формирования позитивного имиджа страны на международном уровне;

- социальная функция: поскольку культурный туризм создает большинство рабочих мест, он полностью решает проблемы трудоустройства в дестинации. Он еще помогает удерживать людей в регионе, что является положительным катализатором регионального развития. Таким образом, улучшается демографическая ситуация в регионах, давая перспективу молодежи. Культурный

туризм помогает сохранить культурное и историческое наследие, вносит важный вклад в процессе сохранения культуры и исторического наследия, предоставляя средства для сохранения традиций и финансируя охрану наследия;

- экономическая функция: деятельности в области культурного туризма помогает связать местные экономические сектора, с помощью которого улучшится местное производство. Поскольку культурный туризм придает месту назначения индивидуальность, дестинация становится известным и привлекает больше людей, что опять-таки помогает маркировать местное производство в целом. Позитивным фактором для экономического развития является то, что культурный туризм порождает новые идеи и желание сотрудничать с местным населением;

- организационная функция: культурный туризм ведет к улучшению общей инфраструктуры и среды обитания не только для туристов, но и для жителей и общества в дестинации.

Ведущую роль среди основных функций туризма занимает просветительская функция. Нельзя отделить культурный туризм от процесса познания. Так как основными задачами культурного туризма являются повышение культурного уровня человека. Культурный туризм является средством открытого доступа к человеческим ценностям, культурному наследию, духовному оздоровлению. С помощью туризма теперь туристы могут более удобно изучать культуру, искусство, традицию и кухню дестинации, узнавать о незнакомых территориях, имеют возможность пообщаться с местным населением, которое обладают разным взглядом, воспитанием, убеждением, языком и т.д.

Дальше мы посмотрим термин «межкультурная осведомленность». Межкультурная осведомленность – процесс или желание адаптироваться к другой стране или культуре, которая отличается от ее собственной культуры. Д. Додд отметил, что культурные различия оказывают значительное влияние на методы общения и отношения. Кроме того, межкультурная осведомленность не только дает

людям стимул понимать свою собственную культуру, но также может развивать отношения, которые признают и преодолевают культурные различия. Поэтому межкультурная осведомленность рассматривается как движущая сила для развития навыков и способностей преодолевать культурные различия. Межкультурная осведомленность может также включать желание узнать о других странах или других культурах посредством туристической деятельности. Наряду с ростом межкультурного туризма вкусы потребителей изменились с повторяющихся и пассивных действий на получение новых впечатлений [83].

Однако процесс восприятия местной культуры туристов не прост. Поезд за границу может быть захватывающим опытом и трудным временем. Особенно для тех, кто для никогда раньше не улетает за границей. В своей работе Л. Смит описывает восприятия культуры туристов в 5 стадий.

В таблице 5 представлены 5 основных стадий восприятия культуры туристов по мнению Л. Смита.

Таблица 5 – 5 основных стадий восприятия культуры туристов Л. Смита

№	Название стадии	Описание
1	Начальное волнение	на данной стадии туристы очень взволнованы и хотят изучать новую культуру и языки. Даже если есть проблема, она не интерпретируется как негативное восприятие. На данном этапе у туристов контакта с местными людьми;
2	Раздражение	через несколько дней могут начаться раздражения из-за таких проблем, как нарушения сна, проблемы с пищеварением, адаптация к системе питания в новой стране, грабежи, проблемы с жильем, соседние проблемы и т.д. Туристы тогда начинают сравнивать культуру или образ жизни своего родного города;

Окончание таблицы 5

3	Корректировка	эта стадия зависит от личности туристов. те, кто не преодолевают культурные шоки, решают пересавать каникулы и возвращаться домой. а другие могут решить лучше понять культуру и найти пути и средства адаптации к новой культуре;
4	Адаптация	если стадия корректировки успешно выполнен, туристы преодолели свои проблемы и шоки. Затем их пребывание в новом месте будет интересным и веселым;
5	Независимость	в конце своего пребывания туристы должны вернуться в родную общину. Наконец, у них есть две культуры.

Новый цикл перезапускается. В конце концов, люди, побывавшие во многих местах, являются мультикультурными [74].

В результате своего исследования процессов межкультурного восприятия, Н.К. Иконникова выделяет основные три стадии взаимодействия о качественных изменениях в процессе восприятия культуры.

В таблице 6 отражены 3 стадии восприятия культуры Н.К. Иконникова.

Таблица 6 – 3 стадии восприятия культуры Н.К. Иконниковых

№	Название стадии	Описание
1	«медовый месяц»	это эйфорическая фаза, когда туристы очарованы всеми захватывающими и различными аспектами места временного пребывания – от взглядов и запахов до темпа жизни и культурных привычек

Окончание таблицы 6

№	Название стадии	Описание
2	«культурный шок»	Именно на этой стадии волнение превращается в разочарование, так как возникают многие различия о языке, культуре, обычаях, стиле поведения и т.д;
3	«реалистическая оценка ситуации»	на этой стадии туристы учатся принимать новую культуру и менять свое негативное отношение на позитивное.

Как отмечает Н.К. Иконникова, большое значение имеет продолжительность контакта. Чем дольше турист «взаимодействует» с незнакомой культурой, тем больше времени у него ее познать. Именно этот психологический момент весьма важен для успешного процесса просвещения.

Культурно-просветительную деятельность туриста можно сгруппировать следующим образом:

- знакомство с различными историческими, архитектурными или культурными эпохами путем посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов;
- посещение театрализованных представлений, музыкальных, кино, театров, фестивалей, религиозных праздников, боя быков, концертов и оперных сезонов, выставок картин, скульптур, фотографий и т. п.;
- участие в демонстрациях фольклора, национальной кухни и прикладного искусства на фестивалях фольклорных ансамблей и выставках национального народного творчества.

Подходы к исследованию просветительской функции туризма представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Систематизированные подходы к исследованию просветительской функции туризма

Подход	Определение	Автор
Экономический	Система отношений, связанных с производством, распределением, обменом и потреблением культурно-образовательного туристского продукта, в рамках народного и мирового хозяйства	А.Р. Лебедев
Комбинированный (деятельностный + потребностно-ориентированный)	Вид отдыха, основной или второстепенной целью которого является изучение культуры, а также удовлетворение любознательности, повышение квалификации и приобретение нового опыта	А. Щербинина
Деятельностный	Виды путешествий отвечают потребности духовного освоения и духовного присвоения культуры мира через его посещение, непосредственное постижение и переживание в различных местах и протекающие в форме организованного отдыха и экскурсионной деятельности	Всемирная туристская организация

Продолжение таблицы 7

Подход	Определение	Автор
Программно-ориентированный	Культурно-познавательные туры, совершаемые с целью выполнения задач, определенных учебными программами образовательных учреждений	В.П. Соломин, В.Л. Погодина
Потребностно-ориентированный	Туристские поездки, экскурсии с целью образования, удовлетворения любознательности и других познавательных интересов	И.В. Зорин, В.А. Квартальнов
Комбинированный (деятельностный + подход с выделением территориального признака)	Поездки с целью получения образования за рубежом (с целью совершенствования знания, знакомства с новым местом, получения новых навыков, изучения новой культуры)	В.Ю. Воскресенский
Комбинированный (программно-ориентированный+ подходы с выделением территориального признака и потребительского сегмента)	Поездки отдельных индивидов или их групп в определенные регионы и страны с целью получения образовательных услуг по определенным программам	Ю.М. Чеботарь

Окончание таблицы 7

Подход	Определение	Автор
Комбинированный (деятельностный + подход с выделением временного признака)	Туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по культуре	Д.Ш. Сангинов
Комбинированный (деятельностный+ подходы с выделением территориального и временного признаков)	Поездки на период от 24 часов до 6 месяцев для получения образования (общего, специального, дополнительного), без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания	Э.А. Лунин

В выпускной квалификационной работе используется комбинация деятельностного и потребностно-ориентированного подходов.

1.3 Туризм как форма досуга и просвещения

Досуг и просвещение представляют две важные сферы жизни человека.

Просвещение – процесс приобретения знаний, навыков, ценностей, убеждений и привычек, нацеленный на социализацию людей и максимальное их развитие. Просвещение влечет за собой постоянные и постоянные изменения в мышлении и способности человека что-то делать. Просвещение – это не только то, что мы изучаем в школе или колледже. Все, чему мы учимся в жизни, также является просвещением.

Досуг – это время, когда человек не работает или не занят, или простыми словами мы можем сказать, что это свободное время. Досуг является неотъемлемой частью нашей жизни. Когда мы занимаемся досугом, мы можем обрести чувство свободы, контроля, творчества и достижений. Таким образом, мы можем сказать, что досуг дает нам возможность развивать свои навыки, дружбу и уверенность в себе. Это помогает нам наслаждаться новыми впечатлениями, проблемами и приключениями, а также оставаться здоровыми.

На первый взгляд досуг и просвещение кажутся противоречивыми. Досуг обычно ассоциируется со свободой и расслаблением и в основном с неструктурированными занятиями; в то время как просвещение связано с обучением, очень часто структурированным образом и может не восприниматься как связанное со свободой. Тем не менее, более глубокий анализ указывает на диапазон возможных отношений между досугом и образованием. И туризм является основным средством соединения двух терминов «просвещение» и «досуг». Хендерсон заявил, что «без помощи туризма связь между досугом и просвещением не может становиться так ясно и так тесно» [82]. Всем известно, что туризм – форма досуга, в то время он еще входит в отношение с просвещением. Современный туризм всегда включает в себя такие идеи, как «просвещение в результате досуга», «просвещение досугом», «просвещение как форма досуга», «просвещение с целью досуга», «просвещение во время досуга», «просвещение о досуге» и т.д. В настоящее время на туристическом рынке предлагаются большинство тур-продукты в сочетании между просвещением и досугом. Далее мы следуем представить и выделить наиболее типы и элементы туризма, которые помогают развивать одновременно досуговую и просветительскую функции туризма.

В таблице 8 – отражены виды туризма, которые одновременно соответствует досуговым и просветительским потребностям туриста.

Таблица 8 – Виды туризма, выявляющие досуговую и просветительскую функции

№	Виды туризма	Описание
1	Природный туризм	привлекает людей, которые любят наслаждаться атмосферой на открытом воздухе, наслаждаться красивыми пейзажами и живой природой;
2	Культурный туризм	привлекает людей, чьи основные интересы связаны с историческими традициями, обычаями, культурой и искусством места назначения. Эти туристы будут посещать музеи, посещать традиционные фестивали и местные фольклорные культурные мероприятия;
3	Активный туризм	привлекает посетителей определенной деятельностью и задачами, которые необходимо выполнить во время путешествий и отдыха. Например, некоторые туристы хотят практиковать свои навыки иностранных языков, путешествуя за границу;
4	Рекреационный туризм	привлекает людей, чья главная причина поездки заключается в том, чтобы наслаждаться отдыхом. Они часто ходят на прекрасные пляжи, плавают на солнце, участвуют в таких мероприятиях, как кемпинг, организуют игры и изучают новые навыки;
5	Тематический туризм	привлекает небольшую группу людей путешествующих с одинаковыми общими целями только для них. Например, автомобильные дилеры посещают завод за границей или группу студентов, проходящих стажировку или исследовательскую поездку.

Окончание таблицы 8

№	Виды туризма	Туристические продукты, виды деятельности
6	Религиозный туризм	удовлетворяет особые религиозные потребности людей разных религии. Религиозный туризм проявляется в паломничестве в места духовного значения или в религиозные места. Это самый старый вид туризма и до сих пор популярен;
7	Этнографический туризм	характерен для тех, кто возвращается на родину, чтобы узнать об истории, происхождении родины, родословной или попытаться восстановить традиционные культурные традиции.

Для упрощения и систематизации категории туризма можно разделить на 2 основные группы:

- туризм с чистой целью: когда турист путешествует с лишь одной целью, например посещение достопримечательностей или занятия спортом или исследования и т.д;
- туризм с смешаной целью: когда турист путешествует с больше одними целями.

Хотя каждый вид туризма имеет свои особенности, но на самом деле часто не показывают целую форму, но может объединить несколько видов туризма вместе в одной поездке. Например, туристический отдых с культурным и академическим туризмом; Рекреационный туризм с выездным туризмом и др.

Туризм, как форма досуга, вызывает положительные эмоции. Навейн обнаружил, что люди, находящиеся на 1–2 недельном отпуске, испытывали значительные

эмоциональные изменения во время своих поездок. Туристы – те, кто стремятся отдохнуть от стресса повседневной жизни, посвящают свой отдых отдыху и расслаблению, освежаются. Традиционные туристы предпочитают останавливаться в каком-то тихом и спокойном месте, желательно на горном курорте, морском курорте или островном курорте. А в настоящее время туристы занимаются различными просветительскими видами туризма для восстановления духовных сил после напряженной работы. Туристы могут путешествовать, чтобы испытать изменение климата и места и узнать что-то новое, насладиться приятными пейзажами или узнать больше о культуре места назначения.

Большинство из нас согласны с тем, что просвещение действительно происходит вне классной комнаты. Занятия с учителями, друзьями и учебниками – это, конечно, способ учиться, но они не уникальны. На самом деле, путешествие – это лучший способ узнать важные вещи. Туризм как форма просвещения отражен в следующие факторы:

- выучить иностранные языки: изучив основы с помощью книг, приложений или видео, турист могут расширить свой навыки, разговаривая практически с носителями языка. Используя язык, путешествия разовьют способность слышать и говорить. Даже если турист выучил язык, путешествие – лучший способ овладеть им. Во время путешествия он не только проверяет свои языковые навыки в реальном сценарии, но также учится таким вещам, как голос, интонация и сленг, наиболее практичным способом;

- узнать о других культурах: поездка в другую страну или за пределами постоянного места жительства – лучший способ для того, чтобы лучше понять другие культуры. Существуют различия в кухне, этикете и образе жизни разных культур. Кроме того, турист может найти много общих черт, таких как общая любовь к искусству, природе и предкам, которые объединяют все культуры вместе;

- выучить историю: ничего более увлекательного, чем путешествовать к

историческим достопримечательностям и исследовать свой путь. Когда турист идет по улицам и посещает музеи, дворцы и галереи, вся национальная история предстает перед ним. Узнавать о различных династиях, конфликтах и изменениях будет намного проще, если турист действительно исследует. Часто то, что мы узнаем об истории из учебников, искажено от реальности. Вступая в диалог с местными жителями, турист понимает историю более точно или, по крайней мере, она дает вам совершенно иную точку зрения;

- узнать о мире сегодня: путешествие учит туриста о мире как в прошлом, так и сегодня. Вероятно, это лучший способ понять политическую ситуацию, экономический сценарий и социальную структуру мира, в котором мы живем сегодня. Наши взгляды о других народах и культурах часто влияют СМИ. Путешествия – это способ их посмотреть своими глазами, а не глазами СМИ;

- узнать о природе: когда турист выйдет из своего места постоянного проживания с целью исследования экзотического природного чуда в мире, он начнет осознавать величие природы. Понимание величия природы имеет важное значение для решения большинства современных мировых проблем, таких как изменение климата, загрязнение воздуха и глобальное потепление;

- выходить за собственные пределы: в новое место, где у туриста нет знакомых, ему нужно научиться адаптироваться к новой среде;

- выучить социальные навыки: турист может быть немного застенчивым и вам трудно быть вовлеченным в общество. Отсутствие навыков говорить на публике часто ограничивает возможности для нас. Путешествие изменит это, потому что такие вещи, как разговор с совершенно незнакомыми людьми – это не вариант, а необходимость в поездках;

- выучить сочувствовать другим людям: туризм связывает людей разных национальностей и устраняет расовые предрассудки.

Несомненно путешествие – лучший учитель не только истории, языка и

политики, но и себя. После поездки турист осознает свой истинный потенциал, то, что ему действительно нравится и что нет. Без путешествий у туристов очень ограниченное понимание о себе, и он может даже не знать кто он в обществе. Просвещение – это не только изучение того, как зарабатывать на жизнь, но и содействие улучшению жизни, понимание различных культур.

Как и все другие социальные явления, туризм также имеет свои преимущества и недостатки. При просмотре туризма как форма досуга и просвещения, нельзя пропустить его отрицательные эффекты на местное общество, а также на туристов.

В таблице 9 представлены эффекты туризма на местное общество, а также на туристов.

Таблицы 9 – Положительные и эффекты туризма

	Положительные эффекты	Отрицательные эффекты
На туристов	<ul style="list-style-type: none"> • эскапизм: будь то плохие отношения, давление работы, или просто скучная сидячая жизнь, иногда мы чувствуем, что просто нужно уйти. Путешествие – идеальная форма побега; • путешествие – опыт обучения: путешествуя, мы можем стать более осознанным, как о себе, так и о мире вокруг вас; • способность к самопознанию и переосмыслению: встречаясь с новыми людьми и открывая для себя новые впечатления; 	<ul style="list-style-type: none"> • быть тоскующим по дому; • путешествие может быть дорогостоящим; • зависимость от путешествий: это когда у туристов ненасытное желание путешествовать, которое никогда не исчезнет.

Окончание таблицы 9

	Положительные эффекты	Отрицательные эффекты
На местное общество	<ul style="list-style-type: none"> • работа создана; • больше денег для страны; • местные традиции и обычаи сохраняются, потому что туристы наслаждаются традиционными представлениями; • деньги от туристов могут быть использованы для защиты природного ландшафта; • новые возможности для туристов также приносят пользу местным жителям, например, новые дороги; • большой спрос на местные продукты питания и ремесла. 	<ul style="list-style-type: none"> • работа часто бывает сезонной (в зависимости от времени года) и плохо оплачивается; • большая часть денег уходит из района крупным компаниям, а не местным жителям; • культура и традиции меняются с приходом посторонних; • ущерб природной среде, например, мусор, разрушенные для строительства гостиниц и т.д.; • переполненность и пробки; • цены растут в местных магазинах, так как туристы зачастую более богаты, чем местное население.

Выводы по главе один

Чтобы избежать недоразумений и неполных поездок, в выводе мы разделяем туризм на две части, чтобы определить его. Туризм можно интерпретировать как:

- временное перемещение в свободное время отдельных лиц или групп за пределами места жительства с целью восстановления здоровья, повышения осведомленности об окружающем мире, с сопровождающими или без сопровождающих. потребление некоторых природных, экономических, культурных и служебных ценностей специализированных учреждений снабжения;

- сфера услуг, которая удовлетворяет потребности, возникающие во время временного перевода и ночлега в свободное время отдельных лиц или групп за пределами места жительства с целью реабилитации, повысить осведомленность местного населения об окружающем их мире.

Важными факторами, влияющими на развитие туризма, являются:

- факторы окружающей среды : хороший климат, красивые пейзажи и т.д.;
- социально-экономические факторы: доступность, проживание, удобства, вспомогательные услуги и т.д.;
- историко-культурные факторы.
- религиозные факторы.

В дополнение к таким видам туризма, как эко-туризм, медицинский туризм, приключенческий туризм, образовательный туризм и т.д. В последнее время культурный туризм считается популярным и популярным продуктом. Культурный туризм в основном основан на культурных продуктах, традиционных фестивалях, в том числе религиозных традициях для привлечения туристов.

Независимо от цели туриста (посещение родственников, учеба, исследование, осмотр достопримечательностей, отдых т.д.) или любым способом (дорога, железная дорога, море, воздух т.д.), конечная цель Это для удовлетворения наших

собственных потребностей, чтобы чувствовать и наслаждаться материальными и духовными ценностями, созданными людьми в стране за пределами их постоянного места жительства. Другими словами, культурный туризм – это поведение человека с естественной и социальной средой, служащее его интересам, и полезная деятельность, способствующая интеллектуальному развитию человека.

В наши дни туризм – сочетание досуговой и просветительской деятельности. Путешествия увеличивают наши знания и расширяют наши перспективы. Чтобы увидеть новые обычаи, разные образы жизни являются фантастическими для ума. Это дает нам новый взгляд на жизнь и особенно нашу жизнь, он может помочь нам изменить некоторые из наших привычек или даже создать новые.

По оценкам UNWTO, культурно-познавательный туризм является одним из наиболее перспективных туристских направлений XXI в.

2 КОНЦЕПЦИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВАМИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

2.1 Культурный туризм как фактор сохранения культурного наследия Вьетнама

За 40 лет становления и развития культурный туризм Вьетнама добился похвального сдвига, превратив в экономический сектор с достойным положением в национальной экономике. В законодательстве Республики Вьетнам, коммунистическая партия Вьетнама подтвердила, что культурный туризм является важным интегрированным сектором экономики страны, способствующим повышению интеллектуального уровня людей, сохранению наследия страны, созданию рабочих мест и социально-экономическому развитию. Культурный туризм должен рассматриваться в качестве одного из самых главных направлений в стратегии развития социально-экономического состояния страны на основе сохранения и поощрения ценностей прекрасного традиционного культурного наследия страны. Культурный туризм является одним из четырех основных туристических продуктов Вьетнама. С помощью культурного туризма необходимо поэтапно превратить страну в туристический, торговый и сервисный центр в Азии.

Как страна с тысячелетней историей строительства и защиты страны и с разнообразной культурой 54 этнических групп, Вьетнам обладает богатыми ресурсами для развития и расширения туристского обслуживания в сфере культурного туризма. Культурного потенциала страны включается в себе природно-этнографические ресурсы (созданы природой и человеком) и этнографические ресурсы (созданы человеком), среди которых есть многие ресурсы высоко оценены. Они создают крепкую базу для дальнейшего развития культурного туризма в стране. В настоящее время по территории Вьетнама насчитывается 26 культурных объектов, признанных ЮНЕСКО. Комплекс архитектурных храмов времен династии Нгуен во г. Хюэ является самым первым объект всемирного культурного наследия во

Вьетнаме. Он был признан в 1993 г. на сессии XVII ЮНЕСКО в Колумбии. А самый новый объект – пение тхэн «мелодия бога», которое было признано ЮНЕСКО 13-ого декабря 2019 г. Объекты ЮНЕСКО создают крепкую базу для дальнейшего развития культурного туризма в стране. Объекты культурного наследия, признанные ЮНЕСКО во Вьетнаме, представляют собой не только материальные, но и нематериальные компоненты, а также документальные компоненты. Они расположены по территории страны не равномерно.

На диаграмме рисунка 1 и рисунке 2 представлены распределение, а также географическое положение объектов ЮНЕСКО по территории Вьетнама.

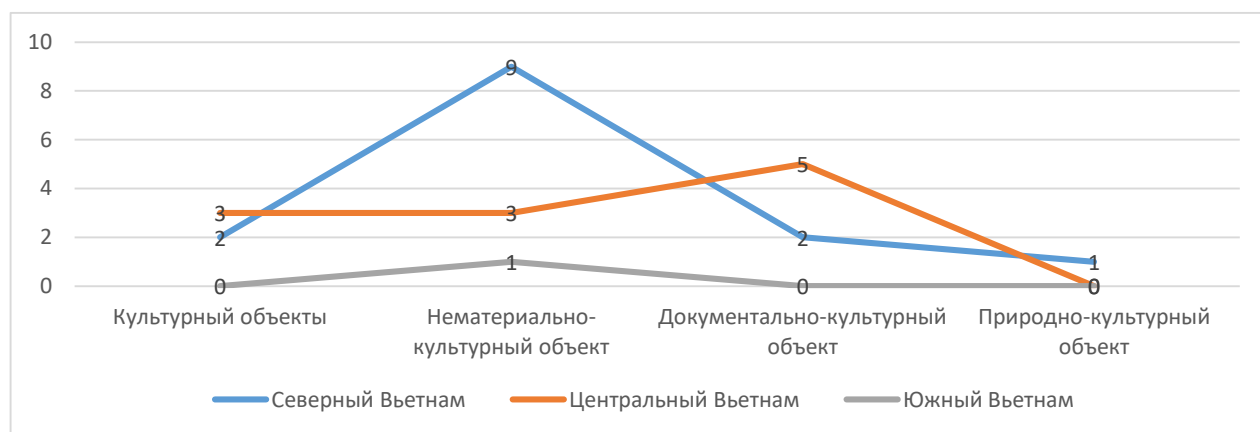


Рисунок 1 – Расположение культурных объектов ЮНЕСКО по территории Вьетнама



Рисунок 2 – Карта объектов ЮНЕСКО Вьетнама

Северная часть Вьетнама – регион, который обладает самым богатым культурным потенциалом для развития культурного туризма. Именно там находится 14/26 объектов ЮНЕСКО. А Южная часть – неблагоприятный регион для культурного туризма. Так как в регионе есть только 1/26 объектов ЮНЕСКО.

В таблице 10 расположены 6 культурных объектов Вьетнама в порядке их хронологического добавления в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Таблица 10 – Культурные природные объекты всемирного наследия ЮНЕСКО

№	Изображение	Название	Местоположение	Время создания	Год внесения в список
1		Комплекс памятников Хюэ	Хюэ	XIX век	1993
2		Исторический город Хойан	провинция Куангнам	XV – XIX века	1999
3		Святылище Мишон	провинция Куангнам	IV – XIII века	1999
4		Ханойская цитадель	Ханой	с XI века	2010
5		Цитадель династии Хо	провинция Тханьхоа	с XIV века	2011
6		Ландшафтный комплекс Чанган	город Ниньбинь	с X века	2014

Кроме того, во Вьетнаме существуют 7 объектов всемирного документального наследия, которые представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Объекты всемирного документального наследия ЮНЕСКО

№	Название	Год внесения в список
1	Печатная доска эпохи правления династии Нгуен	2009
2	Каменные стелы с записями о государственных экзаменах эпохи правления династий Ле и Мак (1442-1779 годы) в Храме литературы	2010
3	Буддийские священные писания на деревянных дощечках школы «Тхиен Чуклам» в пагоде Виньнгием	2012
4	Королевские рукописи династии Нгуен	2014
5	Школьные деревянные клише Фукзянг в провинции Хатинь	2016
6	Поэзия и проза на фоне Хюэской придворной архитектуры	2016
7	Древняя книга – досье семейства Нгуен Хюи в провинции Хатинь	2018

В общей сложности во Вьетнаме насчитывается 13 объектов всемирного нематериального культурного наследия. Такие объекты представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Объекты нематериального культурного наследия ЮНЕСКО

№	Название	Год внесения в список
1	Придворная музыка Хюэ	2003
2	Культурное пространство тэйнгуенских гонгов	2005
3	Традиционный музыкальный жанр «куанхо»	2009

Окончание таблицы 12

№	Название	Год внесения в список
4	Камерное пение «качу»	2009
5	Фестиваль Святого Жонга в храмах Фудонг и Шок	2011
6	Традиционный музыкальный жанр «соан»	2011
7	Культовое поклонение королям Хунгам	2012
8	Жанр народной музыки Южного Вьетнама «дон-ка-тай-ты»	2013
9	Народные песни «ви» и «зям»	2014
10	Перетягивание каната и его ритуальная часть в провинциях Виньфук, Бакнинь, Лаокай и Ханой	2015
11	Культовая церемония поклонения Праматерям трех стихий «Мау»	2016
12	Песенное искусство «байчой» в Центральной части Вьетнама	2017
13	Пение тхэн – «мелодия бога» этнических групп Тэй, Нунг, Тхай	2019

Особенность нематериально-культурных объектов ЮНЕСКО во Вьетнаме состоит в том, что они имеют большое пространство (протянулись на несколько провинций).

На диаграмме рисунка 3 отражено протяжение объектов нематериального культурного наследия ЮНЕСКО во Вьетнаме по провинциям.



Рисунок 3 – Пределы объектов нематериального культурного наследия ЮНЕСКО (по провинциям)

Территория Вьетнама разделится на 63 провинции. В связи с диаграммой, мы сделали вывод, что поклонение матери «Мау» и музыкальный жанр «дон-ка-тай-ты» – объекты ЮНЕСКО с самым широким пространством (охватывать 21/63 провинций страны). На второе место находится камерное пение «качу» (охватывать 16/63 провинций страны). А на на третье место вместо находится пение тхэн «мелодия бога» этнических групп Тэй, Нунг, Тхай (охватывать 11/63 провинций страны). Следует подчеркнуть, что почти все провинции страны обладают своей культурной уникальностью и объектами, признанными ЮНЕСКО.

На диаграмме рисунка 4 отражено расположение культурных объектов ЮНЕСКО по провинцию.

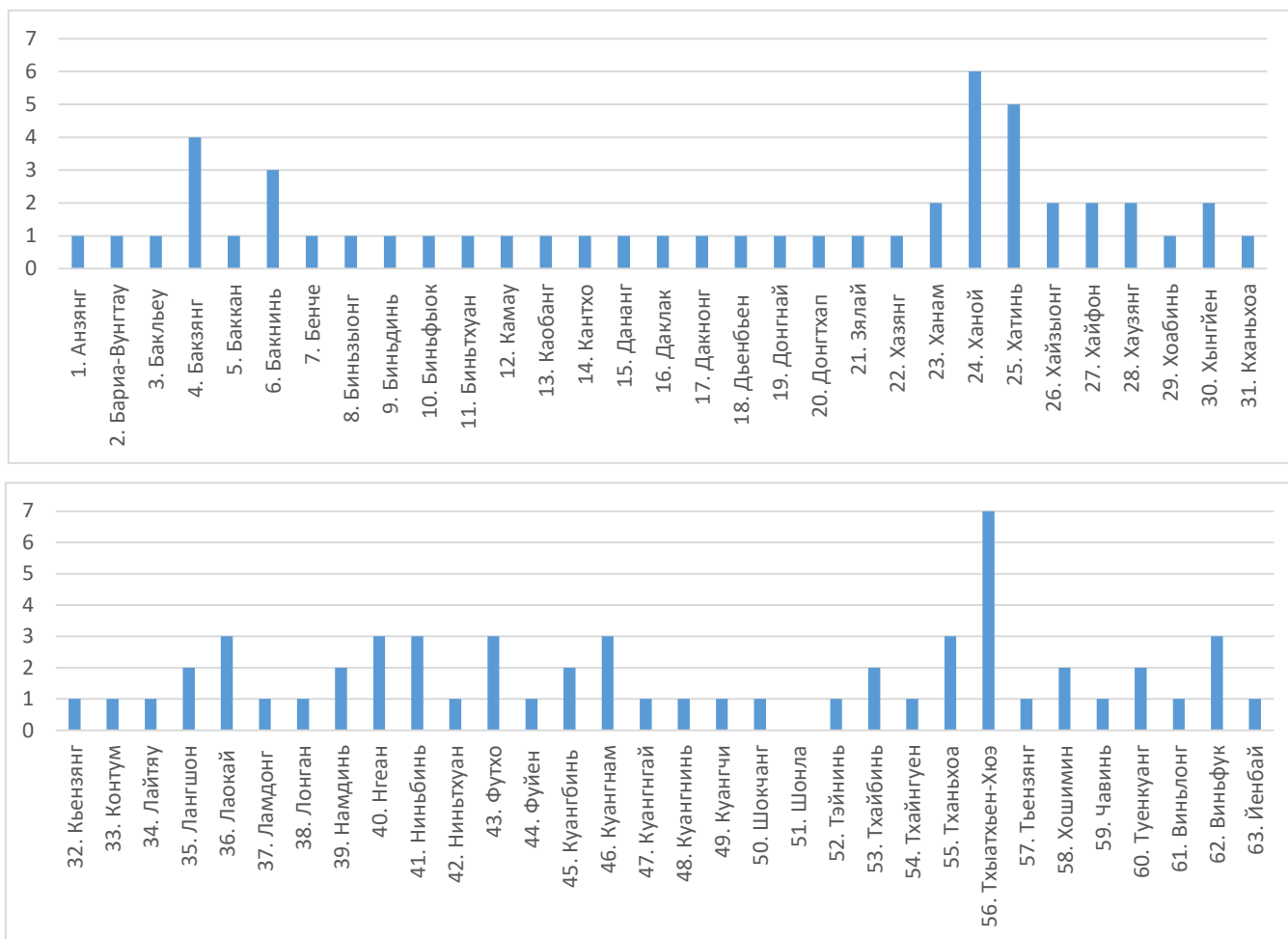


Рисунок 4 – Расположение культурных объектов ЮНЕСКО по провинцию

Диаграмма оказывает, что 39 из 63 провинций страны имеют один объект мирового культурного наследия ЮНЕСКО. Шонла является единственной провинцией, которая ничем не обладает в связи с объектами, призанными ЮНЕСКО.

Именно в этих объектах ЮНЕСКО сохраняются традиции, имеются наиболее благоприятные предпосылки для сохранения, развития и популяризации культуры страны следвами развития культурного туризма среди иностранных туристов. Так как культурный туризм является одним из секторов сферы услуг, который наиболее близкий к культурному наследию. Модель использования и сохранения объектов культурного наследия всегда тесно связана с развитием культурного туризма.

Процесс сохранения культурного наследия следвами культурного можно разделить на несколько этапов:

1) первый этап – использование объектов культурного наследия: если объект культурного наследия существует без посещения и осмотра туристов, то он считается мертвым объектом. Объекты культурного наследия должны рассматриваться в качестве главных объектов в туристских маршрутах. Объекты культурного наследия только способствуют социально-экономическому развитию региона и популяризации народной культуры при наличии использования в цели туризма. Принцип использования объектов культурного наследия отражен в формуле: «сохрани – восстанови – не навреди»;

2) второй этап – развитие туристской инфраструктуры объектов: использование и реставрация – две стороны эксплуатации объекты культурного наследия с целью туризма. Реставрация объектов в туризме означает деятельности, которые способны предупредить разрушения и достигнуть оптимальную условия продолжительного сохранения памятников. Помимо защиты и восстановления, требуется сбор информации о культурного объектов с целью исследования, передачи и организации выступлений, для того, чтобы улучшить культурную жизнь местных людей и социально-экономическое развитие местного общества;

3) третий этап – организация уникальных культурных территорий: чрезмерная коммерциализация туризма приведет к рискам исчезновения идентичностей и разрушениям местных традиций и образа жизни. Сохранение наследия без принесения пользы сообществу – направление развития, который отходит от устойчивого развития в туризме. Поэтому организация уникальных культурных территорий должна рассматриваться как один из этапов в процессе сохранения народного наследия следвами культурного туризма. Уникальная культурная территория – это территория, в которой все продукты туризма уважают культурное разнообразие, способствует повышению и защите интересов местной культуры.

Кроме этого, в территориях развитием культурного наследия занимаются не только местное правительство и туристские предприятия, но и местные жители. Государство играет роль в создании правовой базы, а в то время местные люди играют ключевую роль в защите, сохранении, передаче и продвижении ценности наследия. Это очень важный момент, так как местные жители находятся в прямом контакте с туристами и играют большую роль в процессе популяризации культурного наследия;

4) четвертый этап – популяризация культуры: с типом культурного туризма, посетители могут посетить культурно-исторические места, природные ландшафты, музейные системы, культурные комплексы, художественные мероприятия, культурные фестивали с целью ознакомления с местной жизнью, кухней, религией и традицией. Таким образом культурный туризм способствует популяризации культуры народа среди туристов.

Можно сделать вывод, что культурный туризм способствует повышению уровня образования местного человека, внедрению новых средств популяризации культуры, а также развитию туристской инфраструктуры и организации уникальных территорий.

Процессе сохранения культурного наследия с помощью культурного туризма представляет на схеме рисунка 5.



Рисунок 5 – Культурный туризм как фактор сохранения культурного наследия

В процессе сохранения культурного наследия следвами культурного туризма во Вьетнаме выделяются четыре принципа:

- 1) активное содействие в реставрации памятников наследия местности;
- 2) подчеркивание и выделение уникальности объектов наследия местности

относительно других регионов;

3) создание у местного населения чувства гордости и ответственности за уникальное наследие;

4) разработка программы развития туризма на основе использования уникального наследия местности.

По данным главного управления туризма Вьетнама, в 2018 г. 55% иностранных туристов приехали во Вьетнам, чтобы посетить известные объекты наследия [36]. В 2019 г. поток туристов в объекты всемирного наследия ЮНЕСКО во Вьетнаме резко возрос. Что касается посещаемости, в 2019 г. ландшафтный комплекс Чанган принимал почти 6,126 млн человек (в том числе около 711 тысяч международных посетителей), доходы от сборов за вход и паромную перевозку составляют около 652,2 млрд вьетнамских донгов. Комплекс памятников Хюэ приветствовал около 3 млн человек (в том числе более 1,8 млн международных посетителей), сборы за билеты составляют более 320 млрд вьетнамских донгов. Исторический город Хойан посетили 1,96 млн человек (в том числе более 1,5 млн международных посетителей), сборы за билеты составляют около 219 млрд вьетнамских донгов. Святилище Мишон принимал более 350 тысяч человек (в том числе более 300 тысяч международных посетителей), сборы за билеты составляют более 50 млрд вьетнамских донгов [37].

Посетители культурного наследия часто посещают одно место от 2 до 2,5 раз и тратят больше, чем другие туристы других видов туризма. Поэтому, правильно организованный культурный туризм во Вьетнаме мог бы принести значительную экономическую выгоду.

Объекты культуры охраняются не в музее, а в обществе. Другими словами, общество играет самую важную роль в популяризации культуры. Нужно не просто записать народные мелодии или сфотографировать выступления – это приведёт к постепенному исчезновению данного вида искусства. Нужно участвовать и

чувствовать культуру. А такая возможность дается культурным туризмом. Культурный туризм не только приносит доходы региону, но дает местному населению основание гордиться своим уникальным наследием и предоставляет возможности делиться им с туристами. Культурный туризм влияет на сохранение и развитие культурного потенциала, ведет к гармонии отношений между различными странами и народами, заставляет правительства и общественные организации активно участвовать в деле оздоровления и сохранения культурного наследия.

2.2 Гносеологическая модель культурного туризма во Вьетнаме

Прежде чем изучить гносеологическую модель культурного туризма во Вьетнаме, нужно определить гносеологическую модель туристики и раскрыть термин «туристик».

В наши дни туристика признана в качестве самостоятельной науки в ряде стран мира, т.е. Болгария, Польша и Словакия. Изучением теории и практики туризма занимается ряд авторов, как М. Бочваров, П. Мариотт, Е. Анджеевский. По мнению Д. Джафар, наука об туризме можно называется туристикой. Туристика означает изучение туризма и путешествий.

В настоящее время туристика была определена целостной системой современного фундаментальных и прикладных наук, которые имеют связи с туризмом, туристскими деятельностями, туристской экономикой, менеджментом туризма, а также туристским законодательством.

В.А. Квартальнов предложил гносеологическую модель туристики которая широко использовалась в современной международной практике туризма. Она состоит из трех взаимосвязанных подсистем [43]:

- субъект туристики – турист, который посещает место временного пребывания с целью удовлетворения своих рекреационных потребностей. Турист – особая живая

система. В него входят физиологическое, физиологическое, психологическое, экологическое, экономическое, социальное свойства. Знание о туристах играет обязательную роль для специалиста при изучении и анализе туризма;

- объект туристики – индустрия туризма. Более конкретно, это туристские центры и зоны, которые включают в себе природный, природно-культурный и культурно-исторический комплексы, а также туристические предприятия в сфере обслуживания, т.е. все организации, предоставляющие услуги, которые нужны туристам в месте отдыха и во время путешествия;

- предмет туристики – туристские продукты. Специально то, что предлагается туроператором, например, рекреационная программа, туристический маршрут и услуг, реализуемый на туристском рынке как самостоятельные продукты.

В схеме рисунка 6 представлена гносеологическая модель В.А. Квартальнова.

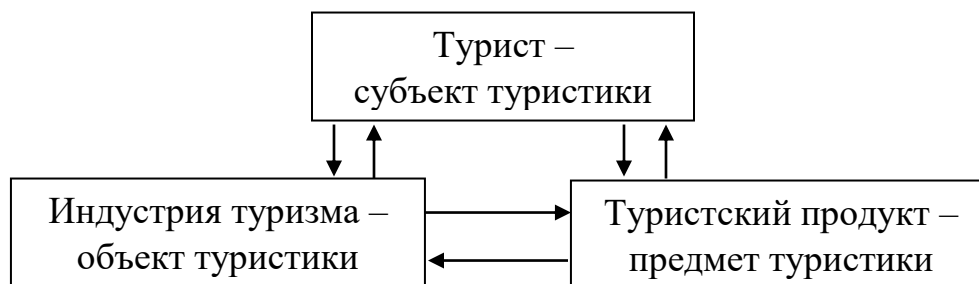


Рисунок 6 – Гносеологическая модель туризма

На базе тезиса В.А. Квартальнова, мы следуем построить гносеологическую модель культурного туризма во Вьетнаме в схеме (см. рисунок 7).

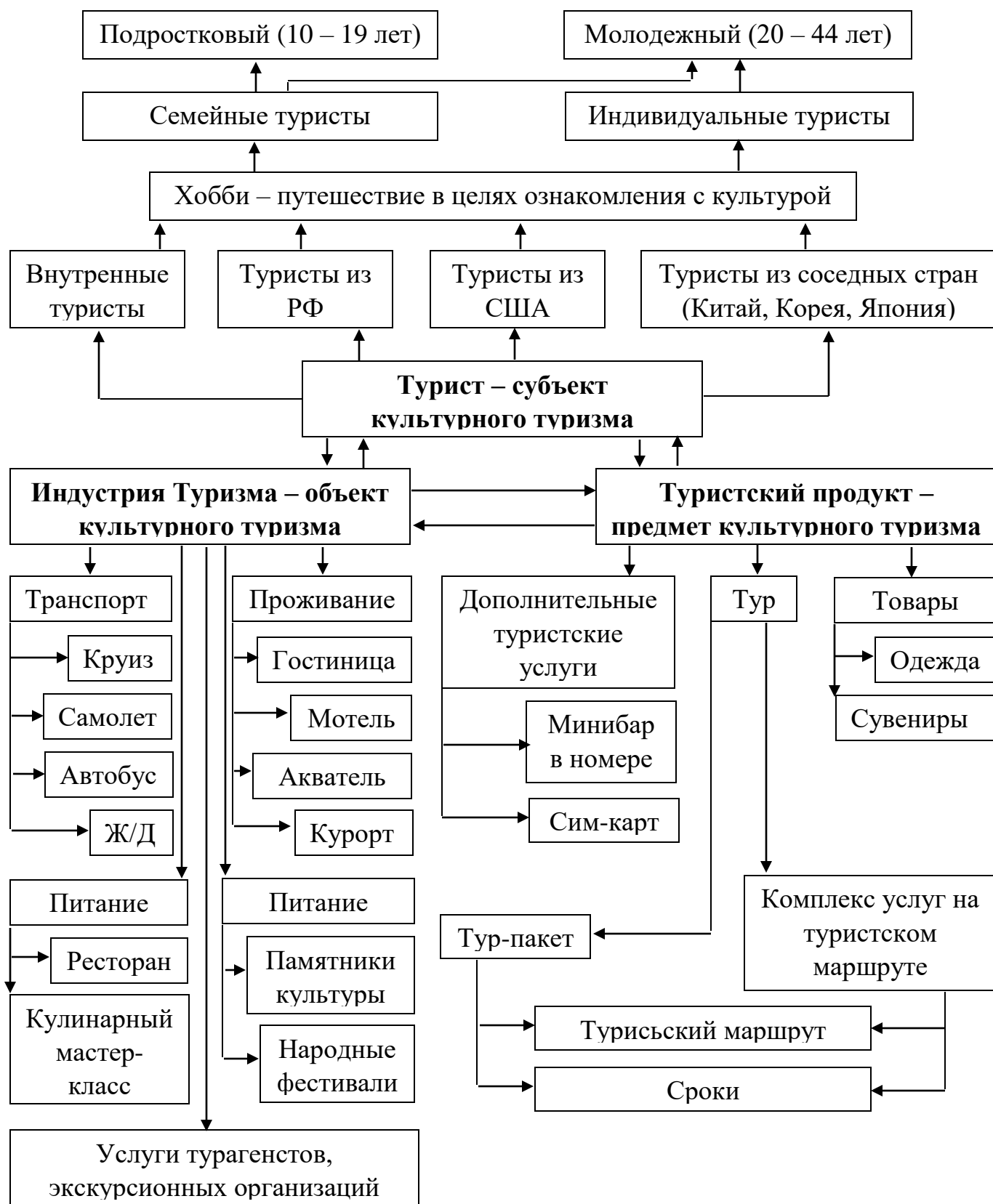


Рисунок 7 – Гносеологическая модель культурного туризма во Вьетнаме

Главные субъекты культурного туризма во Вьетнаме – внутренние туристы, туристы из РФ, туристы из США и туристы из соседних стран в Азии. По данным вьетнамской национальной администрации туризма, в 2019 г. Вьетнам обслужил 85 млн внутренних туристов и 18 млн иностранных туристов, в т.ч туристы из стран Азии составили около 80%. ТОП-5 по объемам турпотока во Вьетнам: Китай (6,7 млн человек), Корея (4,3 млн человек), Япония (952 тыс. Человек), США (746 тыс. человек) и Россия (646 млн человек). Портрет клиентов – целевой аудитории для культурного туризма во Вьетнаме, представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Целевая аудитория для культурного туризма во Вьетнаме

Вопросы	Варианты ответа
Пол	Любой.
Возраст	Человек возраста от 10 лет.
Состав семьи	Молодые, одинокие; молодые, женатые.
Доход в месяц	25 000 – 50 000 руб. (400 – 800 дол. США).
Род занятий	Рабочие, служащие.
Образование	Любой.
Социальный класс	Средний.
Стиль жизни	Свободны с желанием ознакомления с новой культурой.
Религия	Любой.
Регулярность путешествий	1 раз в год по крайней мере.
Статус путешественника	Активный.
Готовность к совершению покупки культурного тура	Ничего не знает о том, куда хочет поехать или знает, но неопределенно.

Объект культурного туризма во Вьетнаме – существующая индустрия культурного туризма в стране. Более конкретно, это совокупность организаций, предоставляющих услуги, которыми пользуются туристы во время путешествия в месте временного пребывания. Индустрия культурного туризма во Вьетнаме, включает в себя 5 подсистем :

1) организации, предоставляющие средства размещения: в пределах культурного туризма, во Вьетнаме популярны такие виды Видов гостиниц и средств размещения, как:

- отель: традиционное гостиничное предприятие расположено в крупных городах или в значительных рекреационных местах;
- мотель: отель расположена вблизи автомобильной дороги с недорогой стоимостью;
- курорт: гостиница на большой территории с садом и бассейном, которая направлена на принятие гостей с целью отдыха;
- акватель: корабль используется в качестве отеля (корабли на бухте Халонг, Данаг и Нячанг).

Среди которых, отель считается самым экономным удобным выбором средства размещения для маршрута культурного тура. Так как он стоит дешево и находится в самом центре города, значит можно экономить время на дорогу к месту достопримечательностей, экономить деньги на организацию маршрута.

2) организации, предоставляющие средства транспорта: общественная система транспорта во Вьетнаме развит неплохо. Это позволяет туристам самостоятельно добраться в любое место в стране, комфортно и недорого перемещаться по достопримечательностям и городам. Транспорт Вьетнама включает в себя:

- авиационный: сеть авиалинии в стране не очень большая. В настоящее время аэропорты построены лишь в 9/63 провинций, т.е. Ханой, Хайфон Дананг, Хюэ, Нячанг, Далат, Хошимин, остров Фукуок и Кон-Дао;

- железнодорожный: во Вьетнаме есть железнодорожная линия, которая соединяет север с югом (пункт начала – Ханой, пункт окончания – Хошимин) и проходит через все крупные населенные пункты и города. Тем не менее, перемещение на поездах не считается как комфортный способ путешествия. Так как они движут слишком медленно. Например, для маршрута Ханой – Хошимин (2 000 км) требуются 2 дня на дорогу;

- автомобильный: сеть автобусной линии во Вьетнаме развита хорошо. Это считается самым популярным и недорогим видом транспорта для перемещения туристов;

- водный транспорт: речная линия транспорта очень распространена во южной части Вьетнама, особенно в дельте меконга. А в остальной части она не редко пользуется. Однако, в развитии культурного туризма, в наши дни, такой вид традиционного транспорта опять широко пользуется как уникальность дестинации. В некоторых местах без него не обойтись. Например, круизная лодка в Халонге и природно-культурном комплексе Чанган.

3) организации, предоставляющие услуги питания, т.е рестораны, кафе-ресторан и т.д. Кроме таких традиционных услуг питания, организаторы маршрута культурного тура по Вьетнаму начали обратить внимание на популяризацию народной кухни услугами питания. В настоящее время в программе культурного тура добавили кулинарные мастер-классы или экскурсия «один день с фермером», которые позволяют туристам научиться готовить вьетнамскую еду и узнавать особенности вьетнамской кухни: участникам проводят краткую лекцию о рецептах, правильном подборе необходимого количества ингредиентов, секретах и методах приготовления самых изысканных блюд вьетнамской кухни;

4) объекты и средства развлечения культурно-познавательного назначения: набор ресурсов для культурного туризма может дать любая местность во Вьетнаме. Анализ в пункте 2.1 показывает, что 62/63 провинций страны обладают объектом

культурной уникальности, признанным ЮНЕСКО. Определенная концентрация объектов культурного наследия страны – исторические города (Ханой – столица с тысячелетней историей Отечества, Хюэ – бывшая столица 1558–1945 гг, Хойан – древний торговый город в XVI–XVIII в.), памятники культовой архитектуры (погода на одном столбе в Ханое – погода построена императором Ли Тхай Тонг (1028–1054), храм литературы – первый национальный университет Вьетнама был построен в 1070 г., во времена правления Ли Ньян Тонга, могилы императоров с гробницами династии Нгуен (1558–1945) в городе Хюэ), памятники истории (бывшая императорская резиденция династии Нгуен в городе Хюэ), музеи народной культуры, сельские поселения, объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства. Аттрактивность культурных объектов во Вьетнаме определяется их художественной, исторической ценностью и доступностью. Все указанные объекты позволяют выделить основные виды культурного туризма и определить направление туристских потоков в рамках культурного туризма во Вьетнаме;

В таблице 14 отражены перспективные направления культурного туризма на основе объектов культурно-познавательного назначения во Вьетнаме.

Таблица 14 – Перспективные направления культурного туризма на основе объектов культурно-познавательного назначения во Вьетнаме

Направления культурного туризма	Типичные Достопримечательности и события	Внутренний туризм	Международный туризм
Культурно-этнографический	пение тхэн – «мелодия бога» этнических групп Тэй, Нунг, Тхай	X	X

Продолжение таблицы 14

Виды культурного туризма	Типичные Достопримечательности и события	Внутренний туризм	Международный туризм
Культурно-исторический	Хюэская цитадель, исторический город Хойан, Ханойская цитадель, 82 каменные плиты с именами лауреатов государственных экзаменов в эпоху правления династий Ле и Мак, цитадель династии Хо.	X	X
Культурно-событийный	фестиваль тэйнгуенских гонгов, фестиваль Святого Жонга в храмах Фудонг и Шок, культовое поклонение королям Хунгам, поклонение матери «Мау», перетягивание каната Северного Вьетнама.	X	X
Культурно-религиозный	святилище Мишон, пагода Виньнгием в городе Бакзянг.	X	X
Культурно-археологический	святилище Мишон, комплекс памятников в городе Хюэ.	X	X

Окончание таблицы 14

Направления культурного туризма	Типичные Достопримечательности и события	Внутренний туризм	Международный туризм
Культурно-музыкальный	придворной музыке Хюэ «няняк», камерное пение «качу», музыкальный жанр «куанхо», музыкальный жанр «соан», жанр народной музыки «дон-ка-тай-ты», народные песни «ви» и «зям», песенное искусство «байчой».	X	X

5) организации в сфере туроператорской и турагентской деятельности, операторы туристской информационной системы, а также организации, предоставляющие услуги экскурсовода и гида-переводчика.

Объект культурного туризма во Вьетнаме – существующая индустрия культурного туризма в стране

Коротко, в более широком плане, индустрия культурного туризма во Вьетнаме – самостоятельная отрасль экономики страны, так как, она представляет собой сочетание между тур-предприятиями в сфере туризма (туроператоры, турагенства и т.д.) и организациями, которые не имеют выраженного отношения с культурным туризмом (транспортные предприятия, дорожные строительства, пищевая промышленность, многие отрасли сельского хозяйства).

Все сегменты культурного туризма взаимосвязаны и зависят друг от друга. Например, успех комплекс памятников зависит от доставки туристов в комплекс, уровня размещения, питания и других услуг, предлагаемых туристам во время

посещения комплекса. Небольшие предприятия, соединенные с комплексом памятников, действуют как независимые предприятия, но на самом деле они зависят друг от друга. Эта зависимость требует совместных усилий.

Последний элемент гносеологической модели культурного туризма во Вьетнаме – предмет культурного туризма – продукт культурного туризма. Культурный туристский продукт является совокупностью материальных (товары) и нематериальных (услуги) потребительских стоимостей, которые требуются для полного удовлетворения потребностей туристов во время культурного путешествия. Продукты культурного туризма состоит из 3 такие элементы, как тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и товары:

1) тур – основная единица туристского продукта, которая предлагается клиенту как целый продукт труда туроператора и тур-организаторов. Тур отражен на определенный маршрут и в конкретные сроки.

В таблице 15 представлены основные типы рекреационной деятельности для культурного туризма во Вьетнаме.

Таблица 15 – Типы рекреационной деятельности для культурного тура

№	Название рекреационной деятельности	Примеры
1	Прогулка	Ходьба в шалящем режиме
2	Общение	Беседа, разговор, обмен мнениями и т.п.
3	Шопинг	Покупки розничные, приобретение сувениров и т.п.
4	Экскурсии автобусные	Местные познавательные поездки в сопровождении экскурсовода с использованием автобуса

Окончание таблицы 15

№	Название ТРД	Примеры
5	Экскурсии пешие	Местные познавательные прогулки с экскурсоводом
6	Посещение музеев	Познавательное посещение музеев, домов-музеев, выставок и т. п.
7	Круиз	Речной, морской, озерный.
8	Зрелища	Посещение шоу и т.д.
9	Развлекательное питание	Посещение знаменитых ресторанов, кафе, национальная кухня и тд.
10	Посещение мемориалов	Посещение памятных мест и событий
11	Ландшафтные наблюдения	Осмотр уникальных, типичных, аттрактивных ландшафтов

2) товары – материальная часть продукта культурного туризма, т.е. карты городов, открытки, буклеты, сувениры, одежды, изделия народного ремесло, туристское снаряжение и т.д.;

3) дополнительные туристско-экскурсионные услуги – услуги, котрые не предусмтрелись в ваучере или путевке, доводятся до туристов в режиме свободного выбора. Как правильно, дополнительные услуги не включает в основную стоимость путевки. К ним относятся: дополнительное питание вне программы, сим-карта, почта, обмен валюты, рент-кар, аренда велосипеда, пользование мини-баром в номере в отеле и т.д.

2.3 Реализация гносеологической модели культурного туризма и её результаты

После рассмотрения потенциала Вьетнама для развития культурного туризма через исследовательскую деятельность в теории и коллекцию объектов культурного наследия страны, признанные ЮНЕСКО, а также изучения гносеологической модели культурного туризма в стране, я заинтересовалась тем, какие потребности и интересы современных туристов в культурном туризме во Вьетнаме и как в практике работы построится качественный культурный тур для русских людей, которые любят вьетнамскую культуру. С этими целями было организовано анкетирование.

Задачи:

- анализ уровня информированности и изучение общественного мнения о культурно-просветительском туризме во Вьетнаме;
- собрать информацию для дальнейшей деятельности по повышению качества культурных туров во Вьетнаме.

Опросный лист состоял из 20 вопросов.

- 1) Ваш пол?
- 2) Ваш возраст?
- 3) Ваше семейное положение?
- 4) Ваш социальный статус?
- 5) Как вы предпочитаете путешествовать?
- 6) Как часто Вы путешествуете за границей?
- 7) С кем Вы обычно предпочитаете путешествовать?
- 8) Интересен ли Вам культурно-познавательный туризм?
- 9) Если «нет», назовите причины?
- 10) Посещали ли Вы ранее Вьетнам?
- 11) Если «да», назовите населенные пункты, в которых Вы бывали?

12) Если «да», следуйте назвать культурные объекты Вьетнама Вы уже посещали?

13) Интересно Вам поехать во Вьетнам в рамках культурно-познавательного тура?

14) Если «нет», назовите причины?

15) Какую ассоциацию у вас вызывает культурный туризм во Вьетнаме?

16) Выделите, какие историко-культурные объекты Вьетнама вы знаете?

17) Какие материальные объекты Вы бы хотели посетить, исходя из предложенных фотографий?

18) Какие нематериальные объекты Вы бы хотели посмотреть, исходя из предложенных фотографий?

19) Какая наиболее оптимальная для Вас продолжительность культурно-познавательного тура по Вьетнаму?

20) Какую сумму на человека Вы готовы потратить на культурно-познавательный тур по Вьетнаму (тур все включено)?

Опрос проводился с 16 по 23 февраля 2020 г. путем распространения анкет:

- среди участников группы «русскоговорящий клуб Вьетнама» в социальной сети Facebook – это группа русских людей, которые посещали, посетили или будут посещать Вьетнам;

- среди участников группы «Mui Ne Info and Events» в Facebook – это группа иностранных туристов в Муйне – самым известном туристском городе во Вьетнаме;

- среди студентов института ИСТиС ЮУрГУ;

Формат опроса – онлайн-тестирование на гугл форме.

Обработка анкет показала, что общее число респондентов составило 86 человек, в том числе, 59,3% женщин и 40,7% мужчин, 64% холост\не замужем и 36% женат\замужем – диаграмма рисунка 8.

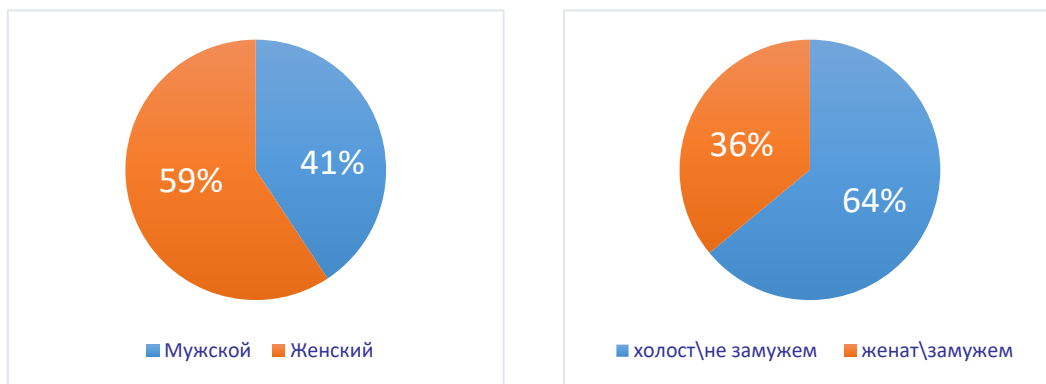


Рисунок 8 – Характеристика респондентов по полу и по семейную положению

Основной контингент респондентов – жители Челябинской области (55 человек), что составили 64% от общего числа анкетировуемых.

Характеристика респондентов в разрезе групп возраста представлена на диаграмме рисунка 9.

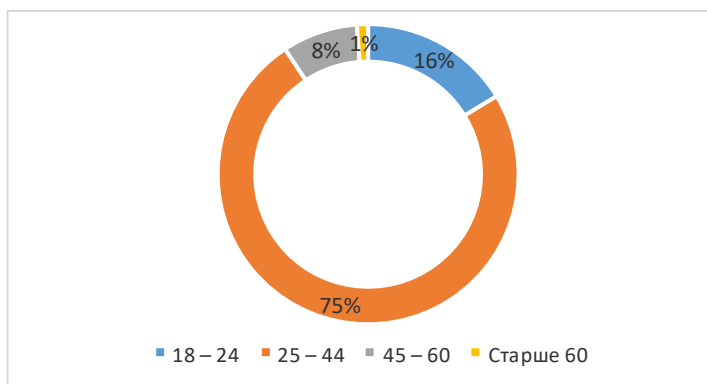


Рисунок 9 – Характеристика респондентов по возрасту

Наибольшее количество участников анкетирования представлено служащими (36%) и учащимися в ВУЗ (30,2%) – диаграмма рисунка 10.

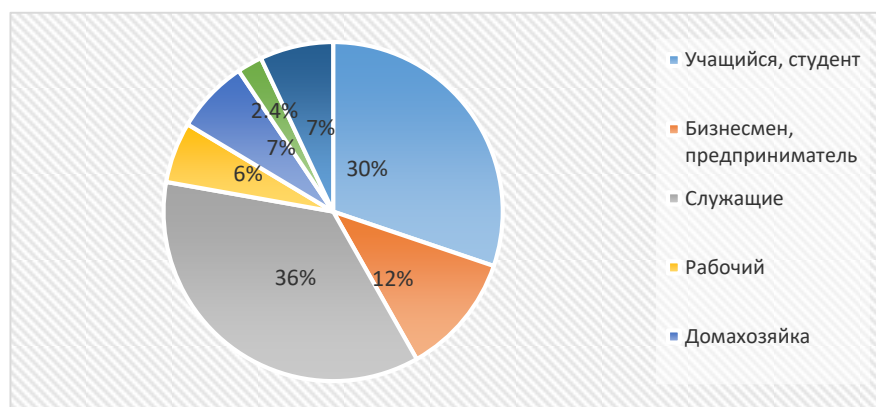


Рисунок 10 – Характеристика респондентов по социальному статусу

Участие в анкетировании людей различной половозрастной структуры, отличающихся местом проживания и работы позволило обеспечить репрезентативность опроса и отразить мнение различных слоев населения о культурном туризме во Вьетнаме.

Анализ ответов респондентов на следующий вопрос анкеты: «Как часто Вы путешествуете за границей?» приведен на диаграмме рисунка 11.

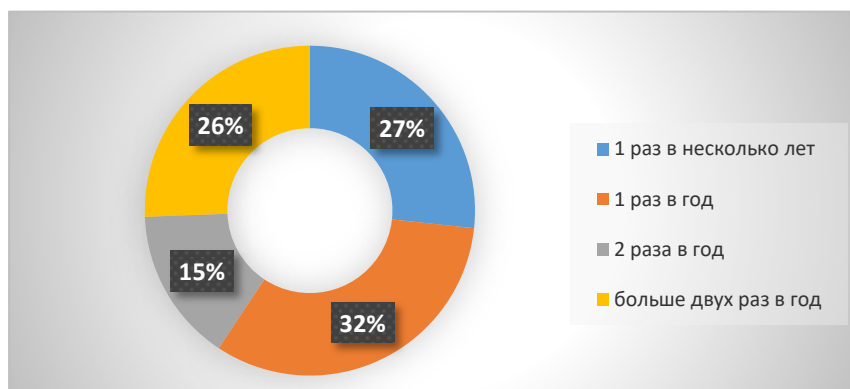


Рисунок 11 – Частота поездок респондентов за границей

На вопрос «Как вы предпочитаете путешествовать?» большая часть опрошенных (81,4%) предпочитает путешествовать самостоятельно. 16 участников (18,6%) анкетирования путешествуют по путевке из турагентства.

Ответов респондентов на вопрос анкеты: «С кем Вы обычно предпочитаете путешествовать?» приведен на диаграмме рисунка 12.

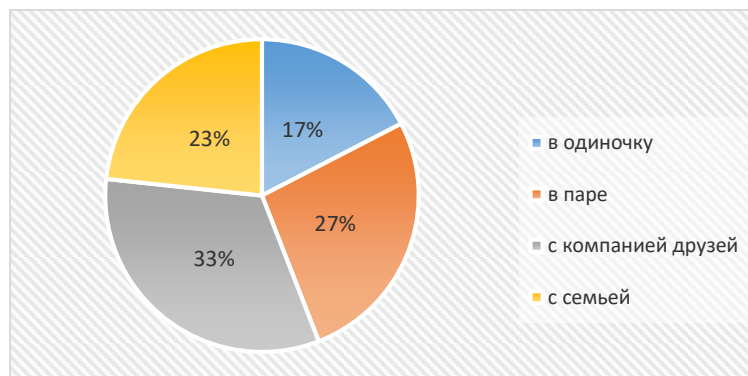


Рисунок 12 – Предпочтения респондентов в плане компании для путешествия

На вопрос: «Интересен ли Вам культурно-познавательный туризм?» 83 из 86 опрошенных (96,6%) ответили, что готовы посетить страну с целью изучения культуры. А трое опрошенных, которые ответили «нет», назвали такие причины, как:

- 1) изучение традиции мне неинтересно;
- 2) активный туризм и приключенческие игры интереснее;
- 3) отсутствие качественного предложения, вызывающего у меня интерес.

2/3 опрошенных (63 чел. – 73,3 %) уже были во Вьетнаме, а 23 опрошенных еще нет – результаты представлены на рисунке 13.



Рисунок 13 – Респонденты, посетившие ранее Вьетнам

Для тех, кто уже был во Вьетнаме, мы просим, чтобы они назвали населенные пункты (можно перечислить несколько пунктов), в которых они бывали. Ответы респондентов приведены в рисунке 14.

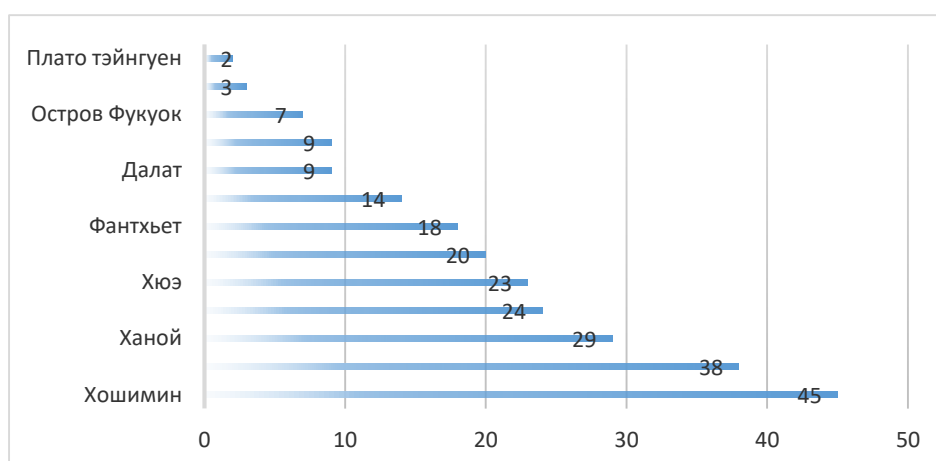


Рисунок 14 – Населенные пункты, посещённые опрошенными во Вьетнаме

Хотя террасовые поля города Лаокай, цветочные сады города Далат, пространство культуры гонгов региона Тэйнгуен, дельта Меконга, залив Халонг и старинные дома в городах Хюэ и Ханое расположены вдали от любимых центральновьетнамские морские районы россиян, они все равно привлекают российских туристов.

Анализ оказывает, что Хошимин является самым популярным городом Вьетнама у туристов. Это легко понять потому, что город находится недалеко в пути 5-7 часов от двух основных морских курортов Нячанг и Муйне, где отдыхают российские туристы. Город Хошимин – самый купный современный торговый центр страны. К сожалению в городе отсутствуют объекты ЮНЕСКО.

Это очень хорошо, что многие туристы посетили города Хюэ и Хойан, так как они являются самыми богатыми городами по культурным объектам ЮНЕСКО.

По результатам опроса, более половины (7/13) населенных пунктов, которые назвали опрошенными, является морскими местами. Опрос показал, что российские туристы впервые интересуются морским туризмом во Вьетнам. Поэтому для того, чтобы культурно-познавательные туры по Вьетнаму вышли на российский рынок, требуются своеобразный туристический маршрут и эффективный маркетинговый план.

Группу людей, которые уже были во Вьетнаме, мы попросили ответить, чтобы они назвали культурные объекты (можно перечислить объекты), которые они посещали во Вьетнаме. Ответы отражены в рисунке 15.



Рисунок 15 – Распределение ответов респондентов на просьбу «Назовите культурные объекты, которые вы посещали во Вьетнаме»

По результатам опроса 17 из 63 опрошенных посетили довольно много объектов. К сожалению, 10 из 63 опрошенных не были ни на каких культурных объектах во Вьетнаме. Материальные культурные объекты Вьетнама, признанные ЮНЕСКО, перечислятся целиком и полностью. Однако, поток туристов в культурных метях слишком мал, колеблясь от 1 до 10 человек. Отметим, что никто из опрошенных не назвал нематериальные культурные объекты, хотя страна богата жанрами народной музыки и народными фестивалями (13 объектов, признанных ЮНЕСКО). Итак, можно сделать вывод, что при разработке культурного тура по Вьетнама, кроме материальных культурных объектов, стоит добавить программу и посещение культурных пространств (например, пространство тэйнгуенских гонгов), ремесленных деревень (например, промысел по изготовлению народных лубочных картинок Донгхо), шоу песни жанра народной музыки (например, придворной музыке Хюэ «няняк», жанр «куанхо», камерное пение «качу», жанр «соан»), народных фестивалях (например, фестиваль Святого Жонга, фестиваль поклонения королям Хунгам, фестиваль перетягивания каната).

С целью выявления спроса российских туристов на культурно-познавательный тур во Вьетнам, мы задали 86 опрошенным вопрос «Интересно Вам поехать во Вьетнам в рамках культурно-познавательного тура?». Получается, что 76 опрошенных (88,4%) хотят поехать, а 10 других опрошенных (11,6%) не хотят. По их мнению, культурно-познавательный тур во Вьетнам не интересен потому, что:

- 1) «В Китае интереснее и безопаснее»;
- 2) «Не интересно слушать про Вьетнам»;
- 3) «Мне не интересна чужая культура»;
- 4) «Мы зимовщики»;
- 5) «Отсутствие качественного предложения, вызывающего у меня доверие»;
- 6) «Очень часто тут бывал по работе»;
- 7) «Я тут живу. Если бы и не жила, то мне было бы интересно, но я бы не

решилась. Это всегда дороже самостоятельной поездки»;

8) «Я тут живу»;

9) «Я прожил во Вьетнаме уже 3 года и много путешествовал по стране»;

10) «Скорее поеду сам, без тура».

Анализ оказывает, что 5 из 10 опрошенных отказываются от культурно-познавательного тура по Вьетнаму, так как путевка всегда дороже самостоятельной поездки. 1 из 10 человек ненавидит жаркий климат. А остальным не интересен культурный тур по Вьетнаму из-за отсутствия качественного предложения и интересных факторов о культуре Вьетнама. Не считая погодную причину, мы верим в возможности изменить мнение 9 из 10 опрошенных. Для реализации задуманного необходимо предложить туры по доступной стоимости и обратить внимание на разработку и изготовление рекламных материалов о культуре Вьетнама.

Для того, чтобы проверить знание опрошенных о культурном туризме, мы задали 2 следующих вопроса: «Какую ассоциацию у вас вызывает культурный туризм во Вьетнаме?» и «Какие историко-культурные объекты Вьетнама вы знаете?» (можно перечислить объектов). Ответы отражены в рисунке 16 и 17.

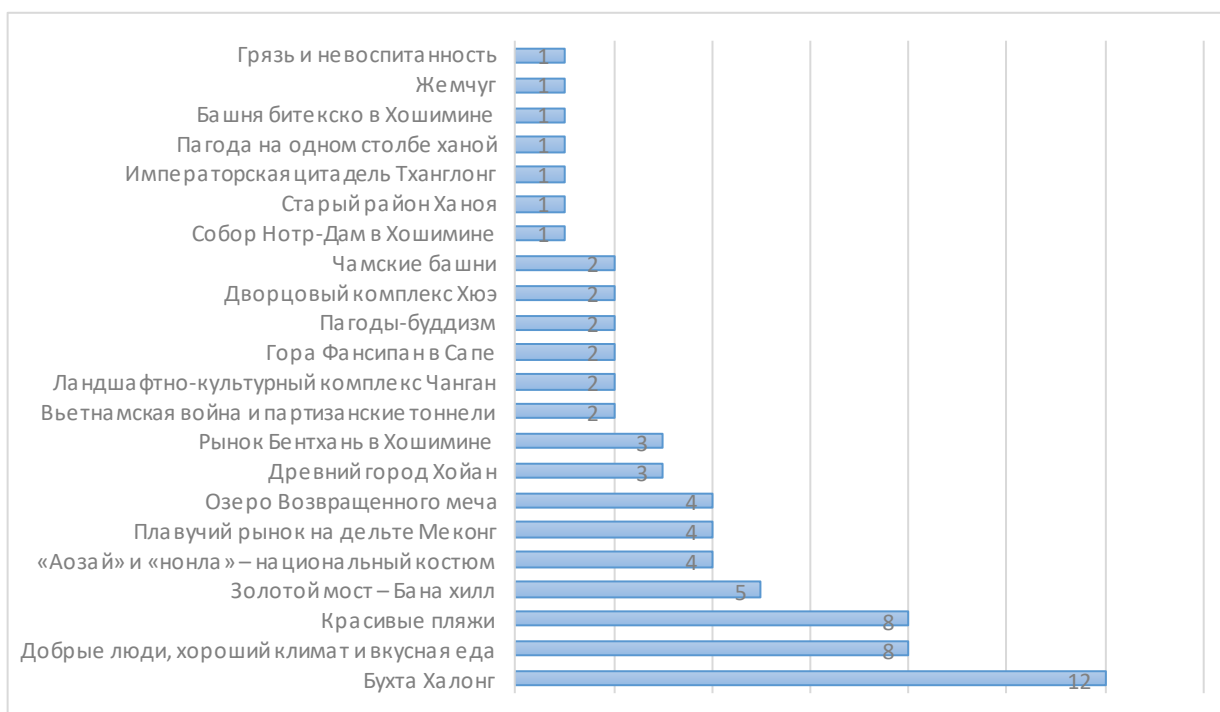


Рисунок 16 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какую ассоциацию у вас вызывает культурный туризм Вьетнама?»

16 из 86 опрошенных не знали что такое ассоциация культурного туризма Вьетнама, что составляет 18,6%. 70/86 опрошенных дали ответы на данный вопрос. К сожалению, среди полученных ответов, лишь 30/70 ответа связаны с культурным фактором, а 37 других ответов мы не можем считать ассоциацией культурного туризма Вьетнама. К сожалению, ТОП-3 объектов, которые назвались больше всего опрошенными, не имеет никакой связи с культурным туризмом Вьетнама. Кроме этого, стоит отметить, что 1 участник анкетирования представил Вьетнам, как страна грязна и невоспитана. Анализ оказывает, что о культурном туризме Вьетнама правильно понимают только 34,9% от 86 опрошенных.



Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие историко-культурные объекты Вьетнама вы знаете?»

15 из 86 опрошенных не знали ни одного культурного объекта Вьетнама, а 10 из 86 опрошенных так много знали, что и перечислить невозможно. Комплекс Хошимина в Ханое является самым популярным культурным объектом среди 86 опрошенных, который назвали 16 опрошенными.

На следующие вопросы анкеты мы предложили фотографий 8 самых известных материальных объектов и 10 нематериальных объектов, признанных ЮНЕСКО во Вьетнаме, на основе которого опрошенные должны были выбрать объект, который им понравился больше всего. Выборы респондентов наглядно представлены на рисунках 18 и 19.



Рисунок 18 – Распределение выборов респондентов на вопрос «Какие материальные объекты Вы бы хотели посетить, исходя из предложенных фотографий?»



Рисунок 19 – Распределение выборов респондентов на вопрос «Какие нематериальные объекты Вы бы хотели посмотреть, исходя из предложенных фотографий?»

$\frac{1}{4}$ опрошенных оценили комплекс храмов, дворцов, мавзолеев от времен династии Нгуен и придворная музыка «няняк» в городе Хюэ. Каждый объект получил 23 голосов. На следующих местах в ТОП-3 по количеству голосов опрошенных находятся культурно-ландшафтный комплекс Чанган (18 голосов) и поклонение королям Хунгам (16 голосов). Анализ оказывает, что камерное пение «качу» и музыкальный жанр «соан» не интересны участникам анкетирования, т.е. 1 голос за каждый объект.

В конце анкетирования, с целью выявления оптимальной продолжительности и стоимости для культурно-познавательного тура по Вьетнаму, мы дали 2 последних вопроса в связи с продолжительностью и стоимостью тура. Ответы респондентов наглядно представлены на рисунках 20 и 21.

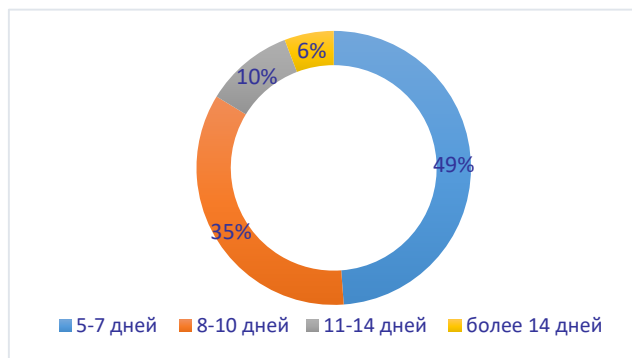


Рисунок 20 – Оптимальная продолжительность туров для туристов

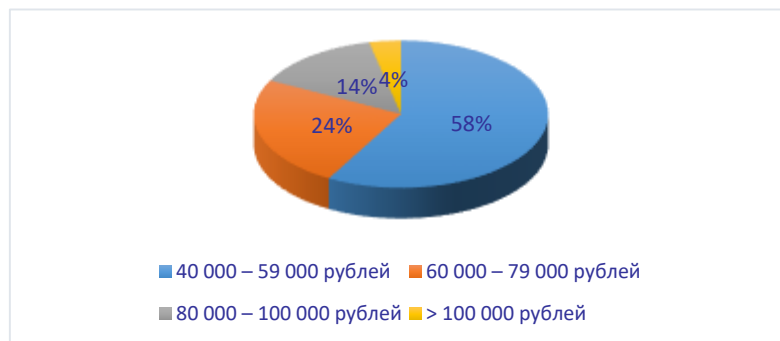


Рисунок 21 – Анализ платежеспособности туристов

Подводя итоги анкетирования можно сделать выводы о том, что культурно-познавательный туризм интересен. 88,4 % опрошенных указывают, что им было бы интересно совершить культурно-познавательное путешествие по Вьетнаму. ½ опрошенных предпочитает культурно-познавательный туры продолжительностью 5–7 дней. 58 % опрошенных готовы оплатить данный тур стоимостью не более 59 тысяч рублей. Таким образом, можно говорить об актуальности и востребованности

культурно-познавательных туров во Вьетнам на туристском рынке Челябинской области.

Анализ результатов анкетирования дает возможность разработки культурно-познавательного тура по Вьетнаму. На разработку маршрута влияют такие факторы, как: оптимальная продолжительность тура, интересы и платежеспособности туристов. Целями культурно-познавательного тура во Вьетнам являются:

- знакомство с историей, культурой и традициями страны;
- посещение объектов культурного наследия ЮНЕСКО Вьетнама;
- общение.

Предлагаемый культурно-познавательный тур по Вьетнаму строится на концепцию просветительской деятельности, которая представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Концепция просветительской деятельности средствами культурного туризма во Вьетнаме

	Просветительская деятельность средствами культурного туризма
Цели деятельности	<ul style="list-style-type: none">• получение и пополнение знаний, знакомство с природой, историей, культурой Вьетнама;• прививание любви к Вьетнаму;• использование воздействия культурных факторов для поддержания и восстановления физического, умственного, психического, эмоционального состояния туристов, развитие адаптационных возможностей, восстановление трудоспособности.

Продолжение таблицы 16

	Просветительская деятельность средствами культурного туризма
Задачи деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • использование культурного потенциала страны в развития культурного туризма; • формирование положительного международного мнения о культурном туризме Вьетнама.
Направление деятельности	адресовать категорию российских туристов возраста от 10 лет, которые любят Вьетнам.
Функции деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • образовательная (расширяет, дополняет и углубляет знания о культуре Вьетнама); • информативная (расширяет осведомленность туристов в вопросах культуры вьетнама); • разъяснительная (обеспечивает адекватность понимания сообщаемых сведений); • агитационно-пропагандистская (распространяет сведения о Вьетнаме в целях привлечения новых туристов).
Принципы деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • целенаправленность (ориентация на объекты всемирного культурного наследия, признанные ЮНЕСКО во Вьетнаме); • доступность (учет возможностей туристов воспринять и освоить сообщаемые знания и сведения); • взаимодействие и взаимосвязь туристов с местными людьми; • учет многообразия интересов российских туристов в культурно-познавательные туристские продукты во Вьетнаме; • учет региональных и местных особенностей территории.

Окончание таблицы 15

	Просветительская деятельность средствами культурного туризма
<p>Виды просветительских программ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • историческое просвещение (распространение знаний об истории Вьетнама посещением исторических мест, например, императорская цитадель, гробница императора и т.д.); • религиозное просвещение (ознакомление с основными религиозными направлениями во Вьетнаме, т.е. культ предков, конфуцианизм и буддизм, самые известные святые места в стране – пагода Тьенму, святилище Мишон и т.д.); • архитектурное просвещение (ознакомление с архитектурой Вьетнама в каждый период развития страны посещением типичных архитектурных памятников, например, древние дома в архитектурном стиле с XIX по XX в. в городе Хойан); • художественно-эстетическое просвещение (ознакомление с достижениями искусства Вьетнама участием в шоу народного музыкального жанра, например, 7 песенных искусств, признанных ЮНЕСКО – «Няняк», «Куанхо», «Качу», «Дон-ка-тай-ты», «Ви и Зам», «Байчой», «Мелодия бога – тхэн»); • просвещение народных традиционных ремесел (ознакомление с историей развития традиционных ремесел, материалами и техниками изготовления изделий традиционных ремесел во Вьетнаме); • гастрономическое просвещение (ознакомление с кухней Вьетнама участием кулинарных уроков или пробованием самых популярных вьетнамских блюд).

На основе концепции просветительской деятельности следвами культурного туризма, мы продолжаем разработать культурный тур по Вьетнаму с целью популяризации народной культуры.

Краткое описание культурного тура во Вьетнам на основании концепции просветительской деятельности:

Предлагаемый тур проходит от северной до центральной части Вьетнама и дает возможность познакомиться с основными культурно-историческими и природными достопримечательностями страны, а также познакомиться с нематериально-культурными объектами ЮНЕСКО. Тур рассчитан на 9 дней / 9 ночей.

Вылет из Челябинска, Аэропорт Баландино (СЕК) в 12:10, с пересадкой в Москве, авиакомпания Аэрофлот (российская государственно-частная авиакомпания).

День первый

08:25 – Прибытие в Ханой.

09:30 – Встреча в аэропорту, после прохождения таможенных формальностей.

11:00 – Заселение в отель «Paragon Noi Bai Hotel&Pool» и обед. Время для отдыха в гостинице и самостоятельной прогулки по Ханую.

Ночь в Ханое

День второй

07:30 – Завтрак в отеле.

08:30 – Встреча с гидом в отеле, посадка в автобус, отправление экскурсии.

09:00 – Комплекс Хошимина.

10:40 – Храма Литературы (объект ЮНЕСКО).

12:00 – Обед.

с13:30 до 15:00 – Ханойская цитадель (объект ЮНЕСКО).

Свободное время в отеле

19:00 – Шоу музыкального жанра «Куанхо».

Ночь в Ханое

День третий

07:30 – Завтрак в отеле. Выселение из гостиницы.

08:30 – Отъезд автобусом в бухту Халонг (объект ЮНЕСКО).

12:00 – Прибытие к порту бухты Халонг, отправление в круиз.

13:00 – Обед на корабле.

19:00 – Ужин на корабле.

Ночевка на корабле «Margaret Cruise»

День четвертый

07:30 – Завтрак на корабле.

08:30 – Возврат на пристань, отъезд автобусом в провинции Ниньбинь.

10:30 – Прибытие в комплекс природных и духовных пагоды Байдинь.

12:00 – Обед.

13:00 – Посадка на лодку посетить природно-культурный комплекс Чанган (объект ЮНЕСКО).

16:00 – Возвращение автобусом в город Ханой.

18:00 – Прибытие в Ханой.

18:30 – Заселение в отель «Paragon Noi Bai Hotel&Pool».

Ночь в Ханой

День пятый

7:30 – Завтрак в отеле. Выселение из гостиницы.

9:00 – Вылет в Хюэ.

10:20 – Прибытие в аэропорт Хюэ.

11:30 – Обед.

12:30 – Заселение в отель «Thanh Tam Beach Resort».

Свободное время для пляжного отдыха

19:00 – Прогулка на лодке, шоу придворной музыки «Ня-няк» (объект

ЮНЕСКО).

Ночь в Хюэ

День шестой

07:30 – Завтрак в отеле.

08:30 – Сбор в отеле для отъезда в королевскую цитадель Хюэ (объект ЮНЕСКО).

11:30 – Пагода Тхиен Му.

12:00 – Обед.

с 13:00 до 16:00 – Посещение ремесленной деревни по изготовлению благовоний.

19:00 – Шоу народных песен «ви» и «зям» (объект ЮНЕСКО).

Ночь в Хюэ

День седьмой

07:30 – Завтрак, выселение из отеля.

08:30 – Отъезд автобусом в город Хойан.

10:30 – Прибытие в Хойан.

11:30 – Обед.

12:30 – Заселение в отель «Ally Beach Boutique Hotel Hoi An».

Свободное время и пляжный отдых

19:00 – Пешеходная экскурсия по центру старого города Хойан (объект ЮНЕСКО).

20:00 – Шоу песенного искусства «байчой» (объект ЮНЕСКО).

Ночь в Хойан

День восьмой

07:30 – Завтрак, выселение из отеля.

08:30 – Сбор в отеле для отъезда автобусом в индуистский храмовый комплекс Мишон (объект ЮНЕСКО).

с 10:00 до 12:30 – Посещение Мишон.

12:30 – Обед.

13:30 – Отъезд в аэропорт Дананг для перелета в Ханой.

16:00 – Вылет в Ханой.

17:20 – Прибытие в аэропорт Ханой.

18:00 – Заселение в отель «Paragon Noi Bai Hotel&Pool».

Ночь в Ханое

День девятый

07:00 – Завтрак и выселение из отеля.

08:00 – Отъезд в аэропорт.

Вылет из аэропорта Хоноя в 10:45, авиакомпания Аэрофлот с пересадкой в Москве.

В ходе путешествия группа посетит такие объекты культурного наследия ЮНЕСКО, как: ханойская цитадель, храм литературы Ванмиеу-Куоктызям, бухта Халонг, природно-культурный комплекс Чанган, хюэская цитадель, исторический город хойан и индуистский храмовый комплекс Мишон. Те объекты тесно связаны с историей становления и развития Вьетнама. Например, ханойская цитадель была построена в XI в., в эпоху династии Ли Вьет как символ независимости королевства; храм литературы Ванмиеу-Куоктызям считается первым университетом Вьетнама; древний город Хоалы в комплексе Чанган был столицей Вьетнама в эпохи правления династии Динь, династии Ле и династии Ли, Хоалы включает 47 объектов: храмы и гробницы королей Динь Тьен Хоанга и Ле Дай Ханя, каменную стелу короля Ли Тхай То, пещеру Хоалы, гору Майен, реку Шаокхэ, ряд древних пагод и т.д; хюэская цитадель построенная в XIX веке при династии Нгуен, цитадель включает почти 140 разные крепостные стены, дворцы и храмы по величине сооружений; Хойан – торговый порт Юго-Восточной Азии в XVI–XVII в., город похож на музей со старинными домами и улицами. Посещение культурно-

исторических мест объяснит все стороны духовной культуры (литература и искусство, общественная мысль, письменность, народный фольклор, народный музыкальный жанр и т.д.). С помощью гида, который сопровождает туристов и объясняет осматриваемые ими достопримечательности, туристам будет хорошо понятно, что такое «традиция» и «обычай» Вьетнама, и откуда они пришли. Подробное объяснение помогает туристам долго помнить информацию и вызывать у них интерес к изучению культуры Вьетнама. Таким образом культурно-познавательный тур является «посланником культуры» страны, помогающим туристам больше узнать о культурно-исторических ценностях Вьетнама. Благодаря туристической деятельности культурное и природное наследие, а также культурные традиции Вьетнама будут распространяться во всем мире.

Кроме материальных объектов, нематериальное культурное наследие тоже играет важную роль в процессе реализации просветительской деятельности средствами культурного туризма. Нематериальное культурное наследие означает обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки – а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства – признанные сообществами, группами и, в некоторых случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия. Такими нематериальными объектами в программе предлагаемого культурно-просветительского тура являются шоу музыкального жанра «Куанхо», шоу придворной музыки «Ня-няк», шоу народных песен «Ви» и «Зям», шоу песенного искусства «Байчой». Все указанные объекты были признаны ЮНЕСКО в качестве нематериально-культурного объекта всемирного наследия человечества. Пение «Куанхо» представляет собой лирический вокальный дуэт, повествующий о любви. Музыка «Няняк» – особая разновидность музыкального исполнения, распространенная при императорском дворе династии Нгуен. Так как столица империи была в городе Хюэ, то няняк еще называют «хюэской придворной музыкой». Мелодия «Ви» и «Зам» – мелодия, накладываемая на стихотворный

диалог между мужчиной и женщиной. Искусство «Байчой» возникло почти 400 лет назад и было распространено среди крестьян Центрального Вьетнама во время сбора риса. Само название «байчой» сочетает два слова: бай (карты) и чой (бамбуковая хижина). А объясняется смысл термина так: находясь в шалаше, фермеры тянут карты из колоды и исполняют тексты, написанные на вытянутых картах. Те виды искусства отражает уникальный и разнообразный культурный колорит вьетнамского народа. Поэтому, необходимо их показать туристам. Участие в шоу народной музыки предоставляет зарубежным туристам возможность познакомиться с рассказами о жизни, мыслях, чувствах и эмоциях местных жителей. Несомненно, виды народного искусства станут интересными привлекательными местами для зарубежных туристов.

В программу предлагаемого культурного тура на основании концепции просветительской деятельности еще входит посещение ремесленной деревни по изготовлению благовоний в городе Хюэ, где будут представлены все этапы по изготовлению ремесловых товаров. Благовония – неотъемлемая часть культурной и духовной жизни вьетнамцев. Ароматные палочки здесь зажигают повсеместно – и как приношение в храмах, и в религиозных церемониях. Поэтому экскурсия направлена на прославление ценностей объектов нематериального культурного наследия человечества, а также на повышение уровня знаний зарубежных друзей об объектах культурного наследия Вьетнама. В деревне можно не только стать свидетелем того, как в изготавливают, расписывают благовония, но и научиться изготавливать. Опытные мастера с радостью покажут, как делают благовония во Вьетнаме, и предложат всем желающим изготовить изделие своими руками.

В настоящее время отрасль культуры, а также власти провинций и городов Вьетнама продолжают активизировать работу по сохранению и развитию объектов культурного наследия. Освоение культурного и природного наследия в туристических целях позволяет стране рекламировать и распространять свой имидж

среди иностранных туристов. Это является одним из важных факторов сохранения уникальности объектов нематериального и материального культурного наследия Вьетнама.

Выводы по главе два

Вьетнам обладает богатой коллекцией объектов культурного наследия – гордостью каждого вьетнамца. В настоящее время по территории Вьетнама насчитывается 39 объектов, признанных ЮНЕСКО. Это крепкая основа для привлечения в стране иностранных туристов, которые предпочитают направление культурного туризма. Развитие туризма за счет сохранения и распространения культурной ценности народа является приоритетом в стратегии развития туризма в Вьетнаме.

Культурный туризм является одним из самых эффективных способов сохранения культурного наследия во Вьетнаме. Культурный туризм не только приносит доходы региону, но дает местному населению основание гордиться своим уникальным наследием и предоставляет возможности делиться им с туристами. Культурный туризм влияет на сохранение и развитие культурного потенциала, ведет к гармонии отношений между различными странами и народами, заставляет правительства и общественные организации активно участвовать в деле оздоровления и сохранения культурного наследия.

На основании анализа работ В.А. Квартальнов можно сделать вывод, что гносеологическая модель туристики состоит из трех взаимосвязанных подсистем: субъект туристики, объект туристики и предмет туристики. На базе этого тезиса можно построить гносеологическую модель культурного туризма во Вьетнаме, который выявили типы, циклы, модули, набор ресурсов и целевая аудитория для культурного туризма во Вьетнаме.

Благоприятные природные условия, богатая история и культура Вьетнама, а также политика поощрения развития туризма государства, дают возможность разработки культурно-познавательного тура по Вьетнаму.

В ходе проведения маркетингового исследования выяснилось, что в настоящее время существует значительный интерес к посещению объектов всемирного культурного наследия, признанных ЮНЕСКО во Вьетнаме с культурно-познавательными целями. 88,4% опрошенных хотели бы посетить Вьетнам. 1/2 опрошенных готовы оплатить данный тур стоимостью не более 59 тысяч рублей за тур от 5 до 7 дней в рамках насыщенного культурно-познавательного тура.

При проектировании культурно-просветительского тура использовались результаты анкетирования для выявления спроса на культурно-познавательный тур во Вьетнам, а также концепция просветительской деятельности средствами культурного туризма во Вьетнаме. Концепцию просветительской деятельности раскрывает цели, задачи, функции, основные принципы, направления и виды просветительских программ для культурного туризма во Вьетнаме.

В соответствии с одной из задач выпускной квалификационной работы, был построен культурно-познавательный тур в северной и центральной части Вьетнама на основании концепции просветительской деятельности, который составляет 57 447 рублей на человека за 9 дней. В эту стоимость входят экскурсии, внутренние перелеты и переезды по маршруту, круиз, проживание, а также медицинская страховка. Насыщенная экскурсионная программа даст возможность узнать Вьетнам с разных сторон, погрузиться в древнюю удивительную культуру и в тоже время узнать современный Вьетнам. Группу будет сопровождать гид-переводчик, чтобы туристы смогли максимально комфортно чувствовать себя во время путешествия и не замечать языкового барьера. Была создана технологическая документация тура, в которую входит технологическая карта туристского путешествия по маршруту, содержание движения по маршруту, информационный листок.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Культура и туризм являются неотъемлемой частью человеческой жизни. Самосознание и знание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей – все это способствуют получению знаний культурного характера во время путешествий. В последнее время туризм рассматривается как самое эффективное средство массовой востребованности и доступности культурных ценностей, источник сохранения наследия. В современном мире происходит возрастание взаимозависимости культуры и туризма, растут возможности поддержки культуры через туризм и подъем туризма благодаря богатствам культуры. Таким образом термин «культурный туризм» появился и стал очень популярным среди современных туристов во всем мире.

На основании анализа работ А.Б. Косолапова, В.А. Квартальнова, Н.П. Крачило, Е.В. Кулагина и М.В. Сущинская, можно сделать вывод, что культурно-познавательный туризм – это путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его кругозор. Объекты культурного туризма являются не только культурным и историческим наследием, но и образом жизни людей, живущих в этом регионе, традициями, местами поклонения, верованиями, идеями, символами, художественной культурой и искусством, различными формами проведения досуга местных жителей и т.д.

Обладая древнейшей историей и многочисленностью объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, Вьетнам имеет крепкая основа для дальнейшего развития культурного туризма.

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы был разработан концепцию просветительской деятельности средствами культурного туризма как способ популяризации и сохранения культурного наследия Вьетнама среди иностранных туристов. С помощью которого дальше простроен культурно-

познавательный тур в северной и центральной части Вьетнама.

В теоретической части работы были рассмотрены определения «туризм», «культурный туризм», «культурные достопримечательности», «культурные путешественники», «культурное пространство», «досуг», «культурно-досуговая деятельность»; определены уровни и виды культурного туризма; проанализированы сочетания культурного продукта с характеристикой места; выявлены факторы, влияющие на развитие культурного туризма; проанализированы условия развития культурного. Также были рассмотрены функции культурного туризма. Отметим, что ведущую роль среди основных функций туризма занимает просветительская функция. При анализе просветительской деятельности следвами культурного туризма были рассмотрены стадии процесса восприятия культуры туристов; выявлены тематические разновидности культурно-просветительных туров; проанализированы современные способы организации культурно-просветительных туров; систематизированные подходы к исследованию культурно-просветительского туризма. В данной работе используется комбинация деятельностного и потребностно-ориентированного подходов, который в целом направлен на изучение культуры и удовлетворение любознательности, повышение квалификации и приобретение нового опыта. Рассматривая все стороны эффективности культурного туризма на туристов, мы сделали вывод, что туризм – форма культурной досугово-просветительной деятельности. Туризм не только способствует восстановлению физических сил, но и совершенствованию знания окружающего мира, развитию личности.

В аналитической части работы был проанализирован потенциал Вьетнама для развития культурно-просветительного туризма, т.е. систематизированы объекты ЮНЕСКО во Вьетнаме, рассмотрены их местоположения и особенности. На основе работ В.А. Квартальнов и результатов анализа объектов ЮНЕСКО была построена гносеологическая модель культурного туризма во Вьетнаме. Модель позволяет

более эффективно организовать культурные туры по Вьетнаму.

В практической части работы проведено маркетинговое исследование с целью выявления спроса южноуральских жителей на культурно-познавательный тур во Вьетнам. Был также разработана концепция просветительской деятельности средствами культурного туризма, на которую построен культурно-познавательный тур по Вьетнаму на 9 дней из города Челябинска. Все вышеперечисленное определяет практическую значимость работы.

В ходе работы было проанализировано 85 источников, т.е. 25 русских и 8 английских литературных источников, а также 6 русских, 12 английских и 34 вьетнамских интернет-источников. В работе представлено 16 таблиц, 21 иллюстраций и 8 приложений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Архипов, А. Культурный туризм в стратегии развития отечественного туризма/ А. Архипов, В.Музычук// Вестник Института экономики РАН. – 2011. – №. 4. – С. 1–6.
- 2 Афонин, Г.И. Туризм как социально-культурное явление: автореферат дис. ... канд. филос. наук/ Г.И. Афонин. – Казань, 2006. – 19 с.
- 3 Ахатова, Л.И. Развитие туризма как особой формы массовой культуры в России в 20-80-е годы XX века/ Л.И. Ахатова// на материалах ТАССР. – 2008. – 4 с.
- 4 Биржаков, М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – М.; СПб.: Невский фонд; Герда, 2007. – 29 с.
- 5 Большой Глоссарий терминов международного туризма: в 2 т./ под ред. М.Б.Биржакова, В.И.Никифорова. – СПб.: Невский Фонд, 2003. – Т. 2. – 24 с.
- 6 Гаагская декларация по туризму [принят межпарламентской конференцией по туризму 14 апреля 1989 г.]: офиц. текст: по состоянию в 2000 г.// Международный туризм: правовые акты. М.: Финансы и статистика, 2000. – 19 с.
- 7 Глобальный этический кодекс туризма [принят на тринадцатой сессии Генеральной ассамблеи ВТО: Сантьяго (Чили), 27 сентября – 1 октября 1999 г.]: офиц. текст: по состоянию в 2000 г.// Международный туризм: правовые акты. – М.: Права человека, 2000. – С. 5–6.
- 8 Гордин, В.Э. Культурные кластеры и развитие туризма в дестинации/ В.Э. Гордин, М.В. Матецкая// Межд. научно-практ. конф.«Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», Петрозаводск. – 2010. – С. 8–10.
- 9 Гулиев, Н.А. Введение в специальность: Туризм/ Н.А. Гулиев, Е. В. Кулагина//Омск: ОГИС. – 2002. – С. 27–31.
- 10 Гулян, А.Э. Воспитание толерантности средствами культурных традиций/ А.Э. Гулян, В.И. Флоря// Вестник Московского государственного университета

культуры и искусств. – 2007. – №. 2. – С. 100–102.

11 Зеленова, Е.В. Туризм как разновидность социокультурных технологий/ Е.В. Зеленова// СОТИС – социальные технологии, исследования. – 2007. – № 5. – С. 76–82.

12 Зорин, И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности/ И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика. – 2005. – 25 с.

13 Измайлова, Д.А. Реализация развивающего потенциала досуга средствами культурно-познавательного туризма/ Д.А. Измайлова// Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2007. – №1. – С. 72–74.

14 Иконникова, Н.К. Механизмы межкультурного восприятия/ Н.К. Иконникова// Социологические исследования. – 1995. – №. 11. – С. 26–34.

15 Киселева, Т.Г. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология, теория/ Т.Г. Киселева, Н.Н. Ярошенко, Ю.Д. Красильников. – М.: Изд-во МГУ, 1995. – 539 с.

16 Манильская декларация по мировому туризму [принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппины) на 10 октября 1980г.]: офиц. текст: по состоянию в 1998 г.// Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса: Нормативно-правовые документы. – М.: Финстатинформ, 1998. – 14 с.

17 Морозов, В.А. Программно-целевой подход в обосновании перспектив развития индустрии туризма/ В.А. Морозов// Российское предпринимательство. – 2004. – №. 9. – С. 103–106.

18 Петрова, И.А. Культурно-историческое наследие: современные трактовки понятия/ И.А. Петрова, Г.П. Кибасова, А.А. Назаров// Грани познания. – 2010. – №. 4. – С. 1–5.

19 План действий по политике в области культуры в интересах развития [принят в Стокгольме 02 апреля 1998 года Межправительственной конференцией по

политике в области культуры в интересах развития]// Всемирное культурное наследие: документы, комментарии, списки объектов. М.: Институт Наследия, 1999. – 121 с.

20 Сущенко, Е.Н. Туризм как сфера реализации досуговых ценностей в современном российском обществе: на примере Кавказских Минеральных Вод: дис. ... канд. ист. наук/ Е.Н. Сущенко – Ставрополь. – 2006. – 20 с.

21 Сычанина, С.Н. Туризм в социокультурном пространственно-временном континууме: дис. ... канд. ист. наук/ С.Н. Сычанина. – Краснодар, 2004. – 18 с.

22 Федеральный закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации [принят Государственной думой 4 октября 1996 года, одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года в ред. федеральных законов от 10.01.2003 № 15-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 05.02.2007 № 12-ФЗ]. – 4 с.

23 Фенько, А.Б. Туризм как показатель социального статуса/ А.Б. Фенько// Социологические исследования. – 2007. – № 2. – С. 125–131.

24 Шамсутдинова, Д.В. Организованный досуг как вид социально-культурной и педагогической деятельности/ Д.В. Шамсутдинова// Человек в мире культуры: исследования, прогнозы: материалы междунар. науч. конгр. – 2007. – С. 17–18.

25 Шульгин, П.М. Комплексные региональные программы сохранения и использования культурного и природного наследия/ П.М. Шульгин// Ориентиры культурной политики. – 1994. – №. 3. – С. 51–60.

26 Алхутов, А.В. Культурный туризм в современном мире/ А.В. Алхутов// Культурная жизнь Юга России. – 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kulturnogo-turizma-i-ego-znachenie-v-razviti-i-regiona> (дата обращения: 30.03.2020).

27 Аманжолова, Д.А. Туризм в гуманитарных исследованиях/ Д.А. Аманжолова// Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – №. 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/14848668> (дата обращения:

30.04.2020).

28 Арефьев, В.Е. История туризма и гостеприимства/ В.Е. Арефьев, Н.Г. Прудникова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/bitstream/handle/asu/55/read.7book?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения: 21.02.2020).

29 Мошняга, Е.В. Концепт «культурный туризм» в системе концептов международного туризма/ Е.В. Мошняга// Знание. Понимание. Умение. – 2009. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-kulturnyy-turizm-v-sisteme-kontseptov-mezhdunarodnogo-turizma> (дата обращения: 25.02.2020).

30 Путрик, Ю.С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции/ Ю.С. Путрик// Вестник Томского государственного университета. – 2008. – №. 311. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-faktor-sohraneniya-naslediya-istoricheskiy-opyt-i-traditsii> (дата обращения: 02.04.2020).

31 Халява, О.А. Социокультурные и правовые основания развития культурного туризма/ О.А. Халява// Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2015. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnye-i-pravovye-osnovaniya-razvitiya-kulturnogo-turizma/viewer> (дата обращения: 23.02.2020).

32 Vũi, T.N. Tác động của du lịch tới đời sống của người Mường ở Kim Bôi, Hòa Bình [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dlib.huc.edu.vn/bitstream/123456789/2754/1/tac-dong-cua-du-lich-toi-doi-song-cua-nguoi-Muong-o-Kim-Boi.pdf> (дата обращения: 15.05.2020).

33 Bonet, L. Cultural Tourism/ L. Bonet// A handbook of cultural economics. – М.: Edward Elgar Publishing. Cheltenham. – 2003 – 187 p.

34 MacLeod, N. Cultural tourism: Aspects of authenticity and commodification/

N. MacLeod// Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and presentation. – 2006. – P. 177–190.

35 McKercher, B. Activities based segmentation of the cultural tourism market/ B. McKercher// Journal of Travel & Tourism Marketing. – 2002. – T. 12. – №. 1. – 23 p.

36 McKercher, B. Cultural distance and participation in cultural tourism/ B. McKercher, Chow S.M. //Pacific Tourism Review. – 2001. – T. 5. – №. 1–2. – C. 23–32.

37 O'Leary, J.T. Cultural and heritage tourism: Identifying niches for international travelers/ J.T. O'Leary, A.M. Morrison, A. Alzua// Journal of tourism studies. – 1998. – T. 9. – №. 2. – 2 p.

38 Reisinger, Y. Tourist – Host Contact as a Part of Cultural Tourism/ Y. Reisinger// World Leisure & Recreation. – 1994. – T. 36. – №. 2. – P. 24–28.

39 Richards, G. The social context of cultural tourism/ G. Richards// Cultural tourism in Europe. – 1996. – P. 47–70.

40 Walle, A.H. Habits of thought and cultural tourism/ A.H. Walle// Annals of Tourism Research. – 1996. – T. 23. – №. 4. – P. 874–890.

41 Csapo, J. The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry/ J. Csapo// Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives [Electronic resource]. – Access type: <https://books.google.com/books/Csapo-J.-The-role-and-importance-of-cultural-tourism-in-modern-tourism-industry.pdf> (access date: 28.02.2020).

42 City Tourism and Culture – The European Experience [Electronic resource]. – Access type: <http://stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf> (access date: 23.02.2020).

43 Dương, T.T. Nghiên cứu phát triển du lịch dựa vào cộng đồng tại khu di lịch Tràng An – Bái Đình tỉnh Ninh Bình/ T.T. Dương// Khoa học môi trường và bảo vệ môi trường – ĐHKHTN [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/38347 (access date: 31.05.2020).

44 Đặng, H.L. Hoạt động bảo tồn các di sản văn hóa trong phát triển du lịch/ H.L Đặng// Thư Viện Số trường đại học văn hóa Hà Nội [Electronic resource]. – Access type: <http://dlib.huc.edu.vn/handle/123456789/5573> (access date: 18.04.2020).

45 Đặng, T.M. Phát triển hài hòa giữa du lịch và di sản văn hóa [Electronic resource]. – Access type: <https://baotintuc.vn/du-lich/phan-trien-hai-hoa-giua-du-lich-va-di-san-van-hoa-20150428231304995.htm> (access date: 05.04.2020).

46 Đinh, H.H. Phát huy giá trị làng nghề Đa Sỹ–Hà Đông phục vụ du lịch văn hoá/ H.H. Đinh// Trường Đại học Kiến trúc Hà Nội [Electronic resource]. – Access type: <http://thuvienso.hau.edu.vn:8888/dspace/bitstream/hau/2861/1/dinhhaihoa%20%28tomtat%29.pdf> (access date: 05.05.2020).

47 Đinh, T.T. Giáo trình kinh tế du lịch khách sạn [Electronic resource]. – Access type: <http://thuvienso.haiphong.edu.vn/xmlui/handle/123456789/655> (access date: 31.03.2020).

48 Hjalager, A.M. Cultural tourism innovation systems–the Roskilde festival/ A.M. Hjalager// Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. – 2009. – T. 9. – №. 2–3. [Electronic resource]. – Access type: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250903034406> (access date: 13.05.2020).

49 Hòa, N.Đ. Phát triển du lịch bền vững với du lịch văn hóa/ N.Đ. Hòa // Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế [Electronic resource]. – Access type: https://www.researchgate.net/profile/Nguyen_Thi_Thanh_Kieu2/publication/324152959_Sustainable_Tourism_Development_Roles_of_Government_Business_and_Educational_Institutions/links/5af5520ea6fdcc0c030b2ae0/Sustainable-Tourism-Development-Roles-of-Government-Business-and-Educational-Institutions.pdf#page=144 (access date: 09.04.2020).

50 Hương, N.T.L. Nhận diện thang đo hình ảnh điểm đến du lịch Huế/ N.T.L. Hương, T.T. Quân// Hue University Journal of Science: Economics and Development. – 2018. – T. 127. – №. 5A. – C. 87–104. [Electronic resource]. – Access type: <http://jos.hueuni.edu.vn/index.php/HUJOS-ED/article/view/4799> (access date: 09.04.2020).

51 Khoa, D.L. Nhận thức của du khách về hình ảnh điểm đến du lịch Huế/ D.L Khoa, N.T.L. Hương, T.T. Quân// Hue University Journal of Science: Economics and Development. – 2017. – T. 126. – №. 5D. – P. 79–94. [Electronic resource]. – Access type: <http://jos.hueuni.edu.vn/index.php/HUJOS-ED/article/view/4555> (access date: 09.04.2020).

52 Jansen-Verbeke, M. Cultural resources for tourism; Patterns, processes, policies/ M. Jansen-Verbeke, G.K. Priestley, A.P. Russo// Nova Science Publishers; Hauppauge, NY, USA, 2008. [Electronic resource]. – Access type: <https://lirias.kuleuven.be/1607515?limo=0> (access date: 01.05.2020).

53 Lê, T.T. Nghiên cứu phát triển du lịch văn hóa tỉnh Bắc Ninh [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/12472 (access date: 31.05.2020).

54 Lord, G.D. The power of cultural tourism/ G.D. Lord// a Keynote Presentation presented at the Wisconsin Heritage Tourism Conference [Electronic resource]. – Access type: https://www.sinolord.com/Media/Artcl_PowerCulturalTourism-GL.pdf (access date: 21.04.2020).

55 Luyện, H.A. Nghiên cứu phát triển du lịch văn hoá tỉnh Vĩnh Phúc [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/12303 (access date: 18.05.2020).

56 Lương, P.T. Cơ sở khoa học và giải pháp phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam/ P.T. Lương// Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch [Electronic resource]. – Access type: <http://cesti.gov.vn/tai-lieu/Cơ-sở-khoa-học-và-giải-pháp-phát-triển-du-lịch-bền-vững-ở-Việt-Nam> (access date: 31.03.2020).

57 Ma, Q.H. Chiến lược xây dựng hình ảnh điểm đến của du lịch Việt Nam [Electronic resource]. – Access type: <http://dlib.huc.edu.vn/bitstream/123456789/175/1/chien-luoc-xay-dung-hinh-anh-diem-den-cua-du-lich-Viet-Nam.pdf> (access date: 03.04.2020).

58 Malihah, E. Tourism Education and Edu-Tourism Development: Sustainable

Tourism Development Perspective in Education/ E. Malihah, H.P.D. Setiyorini // The 1st International Seminar on Tourism (ISOT) Eco-Resort and Destination Sustainability: Planning, Impact, and Development. – 2014 [Electronic resource]. – Access type: http://www.academia.edu/download/53287124/FP_ISOT_2014_E_Education_for_Tourism_and_Tourism_Education.pdf (access date: 10.04.2020).

59 Nghĩa N.T.M. Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch nội địa của điểm đến Hội An/ N.T.M. Nghĩa// Hue University Journal of Science: Economics and Development. – 2017. – T. 126. – №. 5D. – P. 29–39. [Electronic resource]. – Access type: <http://jos.hueuni.edu.vn/index.php/HUJOS-ED/article/view/4490> (access date: 10.05.2020).

60 Ngô T.H. Nghiên cứu vai trò của Chợ truyền thống đối với phát triển du lịch Hội An, Quảng Nam [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/13770 (access date: 24.05.2020).

61 Nguyễn, T.N. Phát triển bền vững giá trị di sản thế giới ở Việt Nam [Electronic resource]. – Access type: <https://www.nhandan.com.vn/vanhua/item/35384602-phat-trien-ben-vung-gia-tri-di-san-the-gioi-o-viet-nam.html> (access date: 05.04.2020).

62 Nguyễn, V.Đ. Kinh tế du lịch: Giáo trình/ V.Đ. Nguyễn, T.M.H. Trần, T.N. Trương [Electronic resource]. – Access type: <http://repository.ntt.edu.vn/jspui/handle/298300331/1565> (access date: 30.03.2020).

63 Nguyễn V.P. Di sản văn hóa Hải Phòng với phát triển du lịch [Electronic resource]. – Access type: <http://dlib.huc.edu.vn/bitstream/123456789/5619/1/di-san-van-hoa-Hai-Phong-voi-phat-trien-du-lich.pdf> (access date: 19.04.2020).

64 Nguyễn, V.T. Từ điển địa danh lịch sử, văn hóa du lịch Việt Nam/ V.T. Nguyễn// Văn hóa thông tin [Electronic resource]. – Access type: <http://kcnmt-bvhttdl.vn/theme/details/342/nghien-cuu-xay-dung-san-pham-du-lich-viet-nam-co-tinh-canh-tranh-trong-khu-vuc-quoc-te> (access date: 27.03.2020).

65 Nguyễn, Y.N. Khai thác di sản văn hóa và thiên nhiên trong du lịch: Cần ứng xử có

trách nhiệm/ Y.N. Nguyễn// Báo Hà Nội Mới [Electronic resource]. – Access type: <https://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Du-lich/870441/khai-thac-di-san-van-hoa-va-thien-nhien-trong-du-lich-can-cach-ung-xu-co-trach-nhiem> (access date: 02.04.2020).

66 Petroman, I. Types of cultural tourism/ I. Petroman// Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies [Electronic resource]. – Access type: <http://www.spasb.ro/index.php/spasb/article/view/72> (access date: 18.04.2020).

67 Phạm, M.T. Phát triển du lịch văn hoá tại huyện Đông Triều [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/12265 (access date: 28.05.2020).

68 Phạm, T.T.N. Nghiên cứu các di tích lịch sử văn hoá tiêu biểu của tỉnh Hưng Yên phục vụ phát triển du lịch [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/12131 (access date: 30.05.2020).

69 Phan, H.X. Về đạo đức trong hoạt động du lịch/ H.X. Phan, V.T. Võ// Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang, số 10. – 2018. [Electronic resource]. – Access type: http://thuvienso.vanlanguni.edu.vn/handle/Vanlang_TV/2023 (access date: 25.04.2020).

70 Phan, T.D. Giáo trình Tâm lý du khách/ [Electronic resource]. – Access type: <http://117.3.71.125:8080/dspace/handle/123456789/8979> (access date: 30.03.2020).

71 Phan T.N.L. Du lịch văn hóa Bắc Ninh – Thực trạng và giải pháp/ T.N.L. Phan // Đại học Dân lập Hải Phòng [Electronic resource]. – Access type: <http://haiphonguni.edu.vn/article/5290> (access date: 05.05.2020).

72 Phong, C. Xây dựng chiến lược quảng bá di sản thế giới tại Việt Nam/ C. Phong// Báo Nhân Dân [Electronic resource]. – Access type: <https://nhandan.com.vn/vanhua/item/24630802-xay-dung-chien-luoc-quang-ba-di-san-the-gioi-tai-viet-nam.html> (access date: 15.04.2020).

73 Richards, G. Cultural tourism: A review of recent research and trends/ G. Richards// Journal of Hospitality and Tourism Management [Electronic resource]. – Access type: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677018300755> (access date:

23.02.2020).

74 Schouten, F. Cultural tourism: Between authenticity and globalization/ F. Schouten// Cultural tourism: Global and local perspectives 2007 [Electronic resource]. – Access type: <https://books.google.com/books/Between-authenticity-and-globalization> (access date: 23.04.2020).

75 Smith, L. The cultural moment in tourism/ L. Smith, E. Waterton, S. Watson// Vol. 26. Routledge, 2012 [Electronic resource]. – Access type: https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=CK2jtIkCy6IC&oi=fnd&pg=PP2&dq=The+cultural+moment+in+tourism+&ots=7R4xFJu1Od&sig=c6wc-jDv3hsY6_MCXR4-nKxs2Z4 (access date: 25.04.2020).

76 Tâm, T.S.L.T. Giải pháp phát triển du lịch tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn 2015-2020/ T.S.L.T. Tâm //Tập chí Hội nhập và Phát triển, số. – 2015. – T. 22. – P. 32. [Electronic resource]. – Access type: <https://www.uef.edu.vn/newsimg/tap-chi-uef/2015-05-06-22/11-so-22.pdf> (access date: 28.05.2020).

77 Thành, Đ.C. Đánh giá mức độ hài lòng của khách nội địa đối với du lịch tỉnh Sóc Trăng/ Đ.C. Thành, P.L.H. Nhung, T.Q. Dũng// tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ. – 2010. [Electronic resource]. – Access type: https://sj.ctu.edu.vn/ql/docgia/download/baibao-5610/trongtruong_so20a_23.pdf (access date: 09.05.2020).

78 Thắng, N.X. Phát triển các sản phẩm và dịch vụ văn hóa trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế/ N.X. Thắng// Khoa học Xã hội Việt Nam [Electronic resource]. – Access type: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/9712> (access date: 27.02.2020).

79 Thơ, Đ.C. Nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực, quốc tế/ Đ.C. Thơ// Bộ Văn Hóa Thể Thao và Du Lịch [Electronic resource]. – Access type: <http://khcnmt-bvhttdl.vn/theme/details/342/nghien-cuu-xay-dung-san-pham-du-lich-viet-nam-co-tinh-can-phanh-trong-khu-vuc-quoc-te> (access date: 14.04.2020).

80 Trần, T.A. Thế ứng xử văn hoá Việt Nam từ truyền thống đến hiện đại và việc ứng dụng vào du lịch/ T.A. Trần, T.T. Nguyễn, T.A.H. Nguyễn [Electronic resource]. – Access type: https://repository.vnu.edu.vn/handle/VNU_123/19081 (access date: 29.04.2020).

81 Từ, P. Phát triển du lịch-nhìn từ góc độ kinh tế và văn hóa [Electronic resource]. – Access type: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/3763> (access date: 16.04.2020).

82 Walle, A.H. Cultural tourism: a strategic focus/ A.H. Walle// – Westview Press, Inc., 1998 [Electronic resource]. – Access type: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/19991800396> (access date: 15.04.2020).

83 Wood, R.E. International tourism and cultural change in Southeast Asia/ R.E. Wood// Economic Development and Cultural Change. – 1980. – T. 28. – №. 3. [Electronic resource]. – Access type: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/451197> (access date: 01.05.2020).

84 Xu, P.H. Di sản văn hóa thế giới ở Việt Nam với phát triển du lịch/ P.H. Xu// Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang [Electronic resource]. – Access type: http://thuvienso.vanlanguni.edu.vn/handle/Vanlang_TV/1971 (access date: 10.04.2020).

85 Xu, P.H. Nhận thức về văn hóa du lịch và du lịch văn hóa/ P.H. Xu, V.V. Thành// Tạp chí khoa học ĐH Văn Lang số 01/2017 (tháng 1/2017) [Electronic resource]. – Access type: http://thuvienso.vanlanguni.edu.vn/handle/Vanlang_TV/2111. (access date: 10.04.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Экономические расчеты себестоимости культурно-познавательного тура во Вьетнам

При калькуляции себестоимости тура учитывается: расходы на проживание, транспортные расходы, расходы на питание, расходы на страховку, расходы на экскурсии, косвенные расходы. Таким образом стоимость нашего культурно-познавательного тура отражена в таблицах А.1 и А.2.

Таблица А.1 – Калькуляция себестоимости культурно-познавательного тура во Вьетнам

Наименование калькуляционных статей	Стоимость в расчете на 1 чел. руб.	Стоимость в расчете на группу (10 чел.) руб.
Услуги сопровождающих гидов	2 500	25 000
Проживание в отеле г. Ханой «Paragon Noi Bai Hotel & Pool» 3* (номер делюкс, 4 ночи, завтраки включены)	4 374	43 740
Круиз по бухте Ха Лонг на корабле «Margaret Cruise» 5* (1 ночь, питание 3 раза включено)	11 849	118 490
Проживание в отеле г. Хюэ «Thanh Tam Beach Resort» 3* (номер делюкс, 2 ночи, завтраки включены)	2 402	24 020
Проживание в отеле г. Хойан «Ally Beach Boutique Hotel Hoian» 3* (номер делюкс, 1 ночи, завтраки включены)	900	9 000
Перелет Ханой – Хюэ (с багажом)	3 542	35 420
Перелет Дананг – Ханой (с багажом)	2 940	29 400

Продолжение таблицы А.1

Наименование калькуляционных статей	Стоимость в расчете на 1 чел. руб.	Стоимость в расчете на группу (10 чел.) руб.
Медицинская страховка	300	3 000
Трансфер аэропорт Ханоя – отель Ханой	100	1 000
Экскурсия по Ханюю на 1 день (включая трансфер, входные платы за достопримечательностей, билет на шоу музыки «Куанхо» и обед)	1 500	15 000
Трансфер Ханой – Халонг	700	7 000
Трансфер Халонг – Ниньбинь	700	7 000
Экскурсия по Ниньбинь на 1 день (включая входная плата, прогулка на лодке и обед)	1 500	15 000
Трансфер Ниньбинь – Ханой	700	7 000
Трансфер отель Ханой – аэропорт Ханоя	100	1 000
Трансфер аэропорт Хюэ – отель Хюэ	100	1 000
Экскурсия по Хюэ на 2 дня (включая трансфер, входные платы за достопримечательностей, прогулка на лодке, билет на шоу музыки «Ня-няк» и обед)	3 900	39 000
Трансфер Хюэ – Хойан	420	4 200
Экскурсия по Хойан на 1 день (включая трансфер, билет на шоу музыки «Байчой» и обед)	900	9 000
Трансфер Хойан – Мишон	200	2 000
Экскурсия в Мишон (включая входная плата и обед)	900	9 000
Трансфер Мишон – аэропорт Дананг	330	3 300

Окончание таблицы А.1

Наименование калькуляционных статей	Стоимость в расчете на 1 чел. руб.	Стоимость в расчете на группу (10 чел.) руб.
Трансфер аэропорт Ханой – отель Ханой	100	1 000
Трансфер отель Ханой – аэропорт Ханой	100	1 000
Итого прямых затрат	41 057	410 570
Косвенный расходы туроператора (10%)	4 105,7	41 057
Итого полная себестоимость	45 162,7	451 627

Таблица А.2 – Расчет стоимости культурно-познавательного тура во Вьетнам

Наименование калькуляционных Статей	Показатели в стоимостном выражении (руб)
Полная себестоимость тура	45 162,7
Налог 6% (УСН)	2 709.8
Стоимость с налогом	47 872.5
Нормативная прибыль туроператора (20%)	9 574.5
Стоимость одного тура	57 447

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Технологическая карта туристского путешествия по маршруту культурно-познавательного тура во Вьетнам на 2020 год

Технологическая карта туристского путешествия – документ, отражающий содержание программы, описание последовательности выполнения операций и условий обслуживания туристов во время осуществления путешествия по конкретному маршруту. Технологическая карта культурно-познавательного тура во Вьетнам на основании концепции просветительской деятельности представлена в следующие показатели, как:

1) Основные показатели маршрута:

- вид маршрута: авиа, автобусный, пеший, комбинированный, круиз;
- протяженность маршрута (км): 16 055,6;
- продолжительность путешествия : 9 дней (9 ночей);
- число туристов в группе: 10 человек;
- место вылета: Челябинск;
- стоимость путевки: 57 447 RUB/ чел. при размещении в 2-местном номер (в стоимость включено: авиабилеты по маршрутам: Ханой-Хюэ, Дананг-Ханой, питание (по программе), проживание в отелях категории 3*, работа гида, трансфер и экскурсии (по программе), медицинская страховка;

2) Программа туристского путешествия: программа тура отражена в таблице Таблица Б.1.

Таблица Б.1 – Программа туристского путешествия

<p>Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него</p>	<p>Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения</p>	<p>Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.</p>	<p>Перевозка туристов</p>
<p>Челябинск – Ханой (аэр. Баландино), пересадка в Москве, время в пути 18ч.15м., 7049 км Отправление: 12:10 Прибытие в 8:25 ⁺¹</p>	<p>–</p>	<p>Услуги по организации перевозки туристов</p>	<p>Перевозка туристов самолетом</p>
<p>г. Ханой Отправление: 10:30</p>	<p>Отель «Paragon Noi Bai Hotel&Pool» 3*, номер делюкс с 2 кроватями и балконом</p>	<p>Посещение ханойской цитадели, шоу музыкального жанра «куанхо», комплекса Хошимина, храма Литературы</p>	<p>Перевозка туристов автобусом</p>
<p>Ханой – буга Халонг время в пути 2ч. 10м. 148 км. Отправление: 08:30</p>	<p>Корабль «Margaret Cruise»</p>	<p>Посещение бухты Ха Лонг</p>	<p>Перевозка туристов автобусом и кораблем</p>
<p>Халонг – Ниньбинь – Ханой 188 км. время в пути 3ч. Отправление: 08:30</p>	<p>–</p>	<p>Посещение комплекс пагод Байдинь и комплекс Чанган</p>	<p>Перевозка туристов автобусом и лодкой</p>

Продолжение таблицы Б.1

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов
Ханой – Хюэ (аэр. Ной Бай), время в пути 1ч. 10м, 700 км Отправление: 9:00 Прибытие в 10:20	Отель «Thanh Tam Beach Resort» 3*, номер Делюкс с 2 кроватями и балконом	Прогулка на лодке, шоу придворной музыки «Ня-няк», посещение королевской цитадели Хюэ, пагоды Тхиен Му, посещение ремесленной деревни по изготовлению благовоний, шоу народных песен «ви» и «зям»	Перевозка туристов автобусом, самолетом и лодкой
Хюэ – Хойан (вокзал Хюэ), время в пути 2ч., 122.3 км Отправление: 08:30 Прибытие в 10:30	Отель «Ally Beach Boutique Hotel Hoian» 3*, номер Делюкс	Пешеходная экскурсия по центру старого города Хойан, шоу песенного искусства «байчой»	Перевозка туристов автобусом
Хойан – Мишон – Дананг, время в пути 45м., 29.3 км Отправление: 8:30	–	Посещение храмового комплекса Ми Шон	Перевозка туристов автобусом

Продолжение таблицы Б.1

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов
Дананг – Ханой (аэр. Дананг), время в пути 1ч. 20м, 770 км Отправление: 16:00	–	Услуги по организации перевозки туристов	Перевозка туристов самолетом
Ханой – Челябинск (аэр. Нойбай), время в пути 18ч. 5м., 7049 км Отправление: 10:45 Прибытие в 2:50 ⁺¹	–	Услуги по организации перевозки туристов	Перевозка туристов самолетом

3) Краткое описание путешествия

Вылет из Челябинска, Аэропорт Баландино (СЕК) в 12:10, с пересадкой в Москве, авиакомпания Аэрофлот. В таблице Б.2 отражено краткое описание тура.

Таблица Б.2 – Краткое описание тура по дням

День	Время	Туристские деятельности
День 1 Ханой	08:25	Прибытие в Ханой
	09:30	Встреча в аэропорту, после прохождения таможенных формальностей
	11:00	Заселение в в отель и обед
		Свободное время

Продолжение таблицы Б.2

День	Время	Туристские деятельности
День 2 Ханой	07:30	Завтрак в отеле
	08:30	Встреча с гидом в отеле, посадка в автобус, отправление экскурсии
	09:00	Комплекс Хошимина
	10:40	Храма Литературы (объект ЮНЕСКО)
	12:00	Обед
	13:00-15:00	Ханойская цитадель (объект ЮНЕСКО)
		Свободное время
День 3 Халонг	07:30	Завтрак, выселение из отеля
	08:30	Отъезд автобусом в бухту Халонг (объект ЮНЕСКО)
	12:00	Прибытие к порту бухты Халонг, отправление в круиз
	13:00	Обед на корабле
		Свободное время
	19:00	Ужин на корабле
День 4 Ниньбинь	07:30	Завтрак на корабле
	08:30	Возврат на пристань, отъезд автобусом в провинции Ниньбинь
	10:30	Прибытие в комплекс природных и духовных пагоды Байдинь
	12:00	Обед
	13:00	Посадка на лодку посетить природно-культурный комплекс Чанган (объект ЮНЕСКО)
	16:00	Возвращение автобусом в город Ханой
	18:00	Прибытие в Ханой
	18:30	Заселение в отель в Ханой

Продолжение таблицы Б.2

День	Время	Туристские деятельности
День 5 Хюэ	07:30	Завтрак в отеле. Выселение из гостиницы
	09:00	Вылет в Хюэ
	10:20	Прибытие в аэропорт Хюэ
	11:30	Обед
	12:30	Заселение в отель
		Свободное время для пляжного отдыха
	19:00	Прогулка на лодке, шоу придворной музыки «Ня-няк» (объект ЮНЕСКО)
День 6 Хюэ	07:30	Завтрак в отеле
	08:30	Сбор в отеле для отъезда в королевскую цитадель Хюэ (объект ЮНЕСКО)
	11:30	Пагода Тхиенму
	12:00	Обед
	13:00-16:00	Посещение ремесленной деревни по изготовлению благовоний
		Свободное время в отеле
	19:00	Шоу народных песен «Ви» и «Зям» (объект ЮНЕСКО)
День 7 Хойан	07:30	Завтрак, выселение из отеля
	08:30	Отъезд автобусом в город Хойан
	10:30	Прибытие в Хойан
	11:30	Обед
	12:30	Заселение в отель
		Свободное время для пляжного отдыха
	19:00	Пешеходная экскурсия по центру старого города Хойан (объект ЮНЕСКО)
	20:00	Шоу песенного искусства «Байчой» (объект ЮНЕСКО)

Продолжение таблицы Б.2

День	Время	Туристские деятельности
День 8 Мишон	07:30	Завтрак, выселение из отеля
	08:30	Сбор в отеле для отъезда автобусом в индуистский храмовый комплекс Мишон (объект ЮНЕСКО)
	10:00-12:30	Посещение Мишон
	12:30	Обед
	13:30	Отъезд в аэропорт Дананг для перелета в Ханой
	16:00	Вылет в Ханой
	17:20	Прибытие в аэропорт Ханой
	18:00	Заселение в отель
День 9	07:00	Завтрак и выселение из отел
	08:00	Отъезд в аэропорт

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Информационный листок к путевке туристского путешествия «культурно-познавательный тур во Вьетнам»

Информационный листок содержит следующие сведения:

1) Вид путешествия: культурно-познавательный.

2) Протяженность и продолжительность: 16 055,6 км, 9 дн/9 н.

3) Общее понятие о туре: Летняя программа во Вьетнаме с наиболее интересными экскурсиями: в бухту Халонг, обзорной экскурсией по самым красивым годам – Ханой – Ниньбинь – Хюэ – Хойан. Во время специально разработанного тура, можно детально изучить Вьетнам, увидеть глазами культурные природные объекты ЮНЕСКО во Вьетнаме, познакомиться с объектами всемирного нематериального культурного наследия (музыкальные жанры «куанхо», «ви» и «зям», «ня-няк» и «байчой»), почувствовать неповторимый дух страны. Культурно-познавательный тур во Вьетнам рассчитан людей (от 12 лет старше), интересующихся культурой, историей и природой Вьетнама.

4) Основное содержание программы обслуживания в путешествии:

- посещение достопримечательностей г. Ханоя: ханойская цитадель (объект ЮНЕСКО), шоу музыкального жанра «куанхо» (объект ЮНЕСКО), комплекс Хошимина (мавзолей, музей и дом Хошимина, пагода на одном столбе, президентский дворец), храм Литературы (объект ЮНЕСКО), шоу народных песен «ви» и «зям» (объект ЮНЕСКО);

- круиз по бухте Ха Лонг (объект ЮНЕСКО);

- посещение достопримечательностей г.Ниньбинь: исследование храмового комплекса Байдинь, слушание интригующего рассказа о буддизме, прогулка на традиционной лодке по природно-культурному комплексу Чанган (объект ЮНЕСКО);

- посещение достопримечательностей г. Хюэ: прогулка на лодке по ароматной реке, шоу придворной музыки «Ня-няк» (объект ЮНЕСКО), королевская цитадель Хюэ (объект ЮНЕСКО), пагода Тхиен Му, гробницы императоров династии Нгуен, а также отдых на пляже;

- пешеходная экскурсия по центру старого города Хойана (объект ЮНЕСКО), шоу песенного искусства «байчой» (объект ЮНЕСКО);

- посещение храмового комплекса Ми Шон (объект ЮНЕСКО).

5) Необходимые документы: для поездки необходимо взять с собой заграничный паспорт, срок действия которого не менее 6 месяцев до даты окончания поездки;

6) Встреча туристов: Встреча с гидом в 09:00 ч. в аэропорту Нойбай, после прохождения таможенных формальностей.

7) Проживание туристов:

- Paragon Noi Bai Hotel&Pool» 3* (Ханой);
- Корабле «Margaret Cruise» (бухта Халонг);
- «Thanh Tam Beach» Resort 3*(город Хюэ);
- «Ally Beach Boutique Hotel Hoian» 3* (город Хойан).

8) Питание: по программе.

9) Необходимые полезные сведения о Вьетнаме: полезные сведения о Вьетнаме отражены в таблице В.1.

Таблица В.1 – Необходимые полезные сведения о Вьетнаме

Официальное название государства:	Социалистическая Республика Вьетнам
География:	юго-Восточная Азия
Официальное название государства:	Социалистическая Республика Вьетнам
Столица:	город Ханой
Официальный язык:	Вьетнамский

Продолжение таблицы В.1

Административно-территориальное деление:	64 провинций, 5 города центрального подчинения (Ханой, Хайфонг, Дананг, Хошимин, Кантхо)
Время:	часовой пояс UTC+7 (Разница во времени с Москвой составляет +4)
Население:	всего 60 народностей и этнических групп, 88% численности – кинь
Религия:	Буддизм
Денежная единица Вьетнама:	вьетнамский донг
Курсы валюты:	1 США доллар/ 23,140.00 донгов 1 Российский рубль/ 364.90 донгов
Экономика:	сельское хозяйство, основная культура – рис
Погода:	два сезона в году – сезон дождей и сухой сезон (сухой сезон длится с ноября по апрель, в сезон дождей – с мая по октябрь)
Электричество:	используется 220В 50Гц
Связь, Интернет:	в отеле есть бесплатный Wi-Fi, стоимость звонка в Россию просто смешная - от 1500 донгов (примерно 2,5 рубля) до 5000 донгов за минуту
Сотовая связь во Вьетнаме:	использовать во Вьетнаме роуминг российских сотовых операторов невыгодно, гораздо дешевле приобрести сим-карту местного туроператора
Паспорт:	при заселении в отель во Вьетнаме у вас на ресепшене заберут паспорт, и вернут вам его при выписке из отеля
Покупки:	крупные супермаркеты Big-C, Coop Mart
Экстренные службы:	полиция – 112, 113 скорая помощь – 115 пожарная служба – 114

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Карта маршрута



Рисунок Г.1 – Карта маршрута культурно-познавательного тура во Вьетнаме на 2020 г. на основании концепции просветительской деятельности

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Основные объекты маршрута

Комплекс Хошимина



К нему относятся мавзолей Хошимина, музей Хошимина, дом Хошимина, президентский дворец и пагода на одном столбе.

Бухта Халонг



Была включена в список всемирного наследия ЮНЕСКО и «7 новых чудес света». Круиз по островкам предлагает великолепный вид на пейзаж.

Ханойская цитадель



Была построена в 1010 году в период правления династии «Ли» и объявлена ЮНЕСКО памятником Всемирного Наследия в 2010 .

Комплекс Чанган



В 2014 году ЮНЕСКО признало ландшафтный комплекс Чанган мировым наследием за смешанную культурную и природную достопримечательность.

Хойан



Крупный торговый центр и важный порт Южно-Китайского моря XVI – XVII в. Внесён в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО.

Храмовый комплекс Мишон



Посвящен индуистскому богу Шиве и включен в список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Императорская цитадель



Бывшая императорская резиденция династии «Нгуен» (1802 – 1945), входящий в список ЮНЕСКО.

Рисунок Д.1 – Основные объекты культурно-познавательного тура во Вьетнаме на 2020 г. на основании концепции просветительской деятельности

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Анкета для выявления спроса на культурно-познавательный тур во Вьетнам

Уважаемые респонденты, просим Вас принять участие в опросе, проводимом в рамках подготовки магистерской выпускной квалификационной работы на институте спорта, туризма и сервиса ИСТиС «ЮурГУ». Ваша информация будет храниться в тайне и использоваться только для целей исследования.

Инструкция: для правильного заполнения анкеты достаточно обвести выбранный вариант ответа.

- 1) Ваш пол? а) Мужской б) Женский

- 2) Ваш возраст?
а) 18 – 24 б) 25 – 44 в) 45 – 60 г) старше 60

- 3) Ваш социальный статус? _____

- 4) Ваше семейное положение?
а) холост\не замужем б) женат\замужем в) другое _____

- 5) Как вы предпочитаете путешествовать? а) с турагентством б) самостоятельно

- 6) Как часто Вы путешествуете за границей?
а) 1 раз в несколько лет б) 1 раз в год
в) 2 раза в год г) больше двух раз в год

- 7) С кем Вы обычно предпочитаете путешествовать?
а) в одиночку б) в паре в) с компанией друзей г) семьей с детьми

- 8) Интересен ли Вам культурно-познавательный туризм? а) да б) нет

9) Если «нет», назовите причины _____

10) Посещали ли Вы ранее Вьетнам? а) да б) нет

11) Если «да», назовите населенные пункты, в которых Вы бывали _____

12) Если «да», следуйте назвать культурные объекты Вьетнама Вы уже посещали? _____

13) Интересно Вам поехать во Вьетнам в рамках культурно-познавательного тура? а) да б) нет

14) Если «нет», назовите причины _____

15) Какую ассоциацию у вас вызывает культурный туризм во Вьетнаме? _____

16) Выделите, какие историко-культурные объекты Вьетнама вы знаете? _____

17) Какие материальные объекты Вы бы хотели посетить, исходя из предложенных фотографий?



а) Комплекс памятников Хюэ



б) Исторический город Хойан



в) Святилище Мишон



г) Ханойская цитадель



д) Каменное плоскогорье Донг Ван



е) Цитадель династии Хо



ж) Ландшафтный комплекс Чанган

з) Храм литературы

18) Какие нематериальные объекты Вы бы хотели посмотреть, исходя из предложенных фотографий?



а) Придворная музыка Хюэ «няняк»



б) Музыкальный жанр «куанхо»



в) Камерное пение «качу»



г) Музыкальный жанр «соан»



д) Фестиваль Святого Жонга



е) Фестиваль перетягивание каната



е) Фестиваль поклонение королям Хунгам



з) Народные песни «ви» и «зям»



и) Песенное искусство «байчой»



к) Пение тхэн – «мелодия бога»

19) Какая наиболее оптимальная для Вас продолжительность культурно-познавательного тура по Вьетнаму?

а) 5–7 дней

б) 8–10 дней

в) 11–14 дней

г) более 14 дней

20) Какую сумму на человека Вы готовы потратить на культурно-познавательный тур по Вьетнаму (тур все включено)?

а) 40 000 – 59 000 рублей

б) 60 000 – 79 000 рублей

в) 80 000 – 100 000 рублей

г) другая сумма _____

Спасибо за участие!