

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа Базовой инженерной подготовки
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Отделение школы (НОЦ) Социально-гуманитарных наук
БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
РАЗРАБОТКА ПЛАНА РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ПЛОЩАДКИ В Д. ШАНДА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

УДК 338.48-6:391/.397(571.17)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Е31	Летнер Полина Игоревна		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Руководитель доцент	Гончарова Н.А.	к.э.н.		

КОНСУЛЬТАНТ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Агранович В.Б.	к.ф.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Туризм	Агранович В.Б.	к.ф.н., доцент		

Томск – 2018 г.

РЕЗУЛЬТАТЫ ООП ТУРИЗМ

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
Профессиональные компетенции		
Р1	Применять глубокие социально-экономические и профессиональные знания в сфере туризма.	Требования ФГОС (ОК-3), Критерий 5 АИОР (п. 1.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
Р2	Ставить и решать концептуальные и прикладные задачи комплексного анализа социо-культурной среды с использованием специальных знаний и аналитических методов.	Требования ФГОС (ПК-14, 15, ОК -2), Критерий 5 АИОР (пп. 1.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
Р3	Разрабатывать и выполнять стратегические концепции и бизнес-планы проектов социо-культурной направленности с использованием системного анализа и формировать суждения на основе неполной и ограниченной информации.	Требования ФГОС (ПК-1,2,3), Критерий 5 АИОР (пп. 1.3)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
Р4	Проводить социально-экономические и культурологические исследования, основываясь на	Требования ФГОС (ПК-13), Критерий 5 АИОР (п. 1.4)*, согласованный с требованиями международных

	концепциях и принципах самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем.	стандартов EUR-ACE и FEANI
P5	Создавать и использовать на основе перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов и маркетинга необходимые социальные инструменты и технологии для ведения практической профессиональной деятельности в условиях экономических ограничений.	Требования ФГОС (ПК- 7,10, ОК- 6,12,14), Критерий 5 АИОР (п. 1.5)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P6	Определять стратегические цели и руководить проектированием, Планированием деятельности туристского предприятия	Требования ФГОС (ОК -2), Критерий 5 АИОР (п. 1.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EURACE и FEANI
Универсальные компетенции		
P7	Использовать глубокие и адекватные знания в области проектного менеджмента и практики ведения бизнеса, в том числе менеджмента рисков, а также международного менеджмента для ведения инновационной профессиональной деятельности в	Требования ФГОС (ПК-4, 9), Критерий 5 АИОР (п. 2.1)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI

	социо-культурной среде.	
P8	Активно владеть иностранным языком, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты инновационной комплексной профессиональной деятельности в социо-культурной среде, в том числе на иностранном языке.	Требования ФГОС (ОК 4,7,10, ПК -11,12) Критерий 5 АИОР (п. 2.2)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P9	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена и руководителя группы, в том числе междисциплинарной и международной, с ответственностью за работу коллектива при решении инновационных задач в области рекламы и связей с общественностью.	Требования ФГОС (ПК- 7,8, ОК- 6), Критерий 5 АИОР (пп. 2.3,)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P10	Демонстрировать личную ответственность и ответственность за работу возглавляемого коллектива, приверженность и готовность следовать профессиональной этике и нормам ведения инновационной социально-экономической и культурологической деятельности.	Требования ФГОС (ОК -11), Критерий 5 АИОР (пп. 2.4, 2.5)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI

P11	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности	Требования ФГОС (ОК-1, 8,13), Критерий 5 АИОР (2.6)*, согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
-----	---	--

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа Базовой инженерной подготовки
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Отделение школы (НОЦ) Социально-гуманитарных наук

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП
_____ 23.03.2018 Агранович В.Б.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
3-3Е31	Летнер Полине Игоревне

Тема работы:

Разработка плана развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№790/с от 07.02.2018

Срок сдачи студентом выполненной работы:	05.06.2018
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Теоретический и эмпирический материал по теме исследования
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	<ul style="list-style-type: none">• Изучить теоретические основы этнического туризма.• Проанализировать современные направления в развития этнического туризма.• Охарактеризовать состояние объектов этнического туризма в Кемеровской области.• Составить план и содержание

	мероприятий по развитию этнической площадки д. Шанда Кемеровской области.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант
Раздел 1	Агранович В.Б., к.ф.н., доцент

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	23.03.2018
---	------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Гончарова Н.А.	к.э.н.		23.03.2018

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Е31	Летнер Полина Игоревна		23.03.2018

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 77 с., 13 табл., 30 источников, 5 прил.

Ключевые слова: этнический туризм, Кемеровская область, этническая площадка, инвестиции, продвижение в сети Интернет, социальные сети, культурно-познавательный туризм, музей под открытым небом, телеуты.

Объектом исследования является этнический туризм.

Предметом исследования является мероприятия по развитию этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Цель работы – разработка плана развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.

В процессе исследования проводились следующие исследования: анализ литературы по проблеме, мониторинг Интернет-ресурсов, экспертное интервью, программа исследования востребованности площадки.

В результате исследования - доказана актуальность и необходимость разработки плана развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.

Степень внедрения: проходит стадию экспертной оценки.

Область применения: Управление культуры администрации Гурьевского муниципального района.

В будущем планируется включение затрат в бюджет Гурьевского муниципального района, и реализация Управлением культуры администрации Гурьевского муниципального района плана развития этнической площадки.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

Этнический туризм - осуществляется с познавательной и развлекательной целью, знакомит с культурой и бытом определенного народа, его костюмами, языком, фольклором, традициями, обычаями и творчеством, рассчитан на широкий круг туристов.

Этническая площадка - музей под открытым небом, представляющий собой комплекс этнических, культовых, языческих сооружений.

Культурно-познавательный туризм – знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его культурный кругозор, при этом турист получает знания, соотносясь с собственными культурными запросами собственному выбору.

Ностальгический туризм - подразумевает посещение мест своего рождения, либо мест, где жили предки.

Инвестиции - вложение денежных средств с целью получения прибыли.

Государственно-частное партнерство - совокупность форм взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

Сеть Интернет – глобальная информационная компьютерная сеть, которая объединяет в себя множества региональных компьютерных сетей и компьютеров, обменивающихся друг с другом информацией по каналам общественных телекоммуникаций.

Социальные сети – ресурс, который предназначен для обеспечения взаимоотношений между людьми либо организациями в Интернете.

Соцсеть – социальная сеть.

Хэштег - метка, которая используется для распределения сообщений по темам в социальных сетях и блогах.

Лайк - условное выражение одобрения материалу, пользователю, касанием одной кнопки. Лайки присутствуют в Вконтакте, Instagram.

Репост - возможность мгновенно поделиться информационной заметкой, размещённой в соцсетях.

Stories - минирепортажи со сроком действия в 24 часа.

ГМР – Гурьевский муниципальный район.

Шанда – деревня в Гурьевском районе Кемеровской области.

Телеуты – коренные жители Кемеровской области.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	11
ВВЕДЕНИЕ	13
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА. ..	17
1.1. Этнический туризм	17
1.1.1.Этнотуризм как новое направление туриндустрии: значение и факторы социально-экономического развития.....	17
1.1.2. Подходы к классификации этнического туризма.....	18
1.1.3. Этнический туризм как условие устойчивого развития региона	18
1.2. Современные направления развития этнического туризма	20
1.3. Этнический туризм в Кемеровской области	21
1.3.1. Стратегия развития туризма в Кемеровской области	21
1.3.2. Духовное наследие этносов юга Западной Сибири в деятельности музеев под открытым небом Кемеровской области.....	22
1.3.3. Проблемы фондовой деятельности в этнографических музеях под открытым небом Западной Сибири	26
ГЛАВА 2. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЭТНИЧЕСКОЙ ПЛОЩАДКИ В Д. ШАНДА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	29
2.1. Организационная структура Управления по культуре ГМР	29
2.2. Общие сведения об этнической площадке в д. Шанда Кемеровской области	32
2.3. Программа исследования востребованности этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области	35
2.3.1. SWOT-анализ этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области	35
2.3.2. Сравнительный анализ туристских аттракций Кемеровской области с этническим направлением.....	37
2.3.3. Опрос жителей близлежащих городов/поселков о существовании этнической площадки в д. Шанда методом стихийного отбора	41

2.3.4. Экспертное интервью с методистом Управления по культуре ГМР относительно посещаемости и планирования развития деятельности этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области	43
2.4. План развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области .	45
2.4.1. Направления развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области	45
2.4.2. Продвижение этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области в сети Интернет	47
2.4.3. Привлечение инвесторов для расширения спектра услуг этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	67
ПРИЛОЖЕНИЯ	71
Приложение А. Результаты опроса	71
Приложение Б. Интервью.....	73
Приложение В. Таблица. План мероприятий по продвижению группы в соцсетях Вконтакте «Телеутская площадка д. Шанда» и Одноклассников «СДК Шанда»	74
Приложение Г. Аккаунт в Instagram	76
Приложение Д. Таблица. План мероприятий по продвижению аккаунта «Этническая площадка д. Шанда» в Instagram	77

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что на сегодняшний день этнический туризм становится бурно развивающимся направлением рынка туристических услуг. Информации об этнических турах сравнительно мало, нежели о пляжных или шоп-турах. Для обычного человека этнический туризм наполняется нотами экзотики, неизведанности.

Этнотуризм основывается на вовлечении туриста в процесс познания жизни народов, ознакомление с традициями и обрядами. Турист на некоторое время становится частью истории своих предков, он не узнает об этом из Интернета или передач по телевизору, а именно погружается в эту среду. Каждый из туристов может увидеть своими глазами традиционные жилища, примерить на себя национальную одежду, попробовать блюда национальной кухни, а также приобрести на память сувениры [1].

Данный вид туризма является прекрасным способом изучить историю не только ученым, но и любителям, а также узнать о происхождении своих предков и отследить свои корни. Именно стремление познать традиции, культуру, и быт предыдущих поколений, определяет актуальность этнического, а в частности ностальгического туризма в России и в мире.

Актуальность развития этнической площадкой площадки в д. Шанда Кемеровской области обусловлена тем, что благодаря ей будут сохранена история, культура и традиция коренного населения Кемеровской области – телеутов, которых с каждым годом становится меньше.

В Кемеровской области самыми популярными центрами туризма являются горнолыжный курорт Шерегеш и музей-заповедник «Томская писаница». Туристический рынок Кузбасса имеет перспективы для развития и создания новых туристических центров, за счет благоприятной туристско-рекреационной зоны.

Степень теоретической разработанности проблемы.

Методологической основой для написания данной работы послужила учебная литература, статьи и труды отечественных ученых.

Основными источниками, раскрывающими теоретические основы этнического туризма, явились работы Нанакиной Ю.С, Рамазановой Л.Р., Сундуева Ч.Б., Хышиктуевой Л.В., Филимоновой И.Ю., Сиротиной И.Л., Грачевой А.Г., Сабадаш Ю.С., Старковой И.И., Мантатовой А.В., Дагбаева Б.В., Атаевой Л.М. и др., чьи работы были использованы при написании данной работы.

Объект исследования - этнический туризм

Предмет исследования - мероприятия по развитию этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Проблему исследования можно сформулировать в вопросе, какие мероприятия будут способствовать развитию этнической площадки д. Шанда Кемеровской области?

Цель - разработка плана развития этнической площадки д. Шанда Кемеровской области

Для реализации данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы этнического туризма.
2. Проанализировать современные направления в развития этнического туризма.
3. Охарактеризовать состояние объектов этнического туризма в Кемеровской области.
4. Составить план и содержание мероприятий по развитию этнической площадки д. Шанда Кемеровской области.

Для решения обозначенных задач использованы следующие методы: анализ отечественных источников информации, анализ нормативно-правовой документации по теме дипломной, мониторинг Интернет-ресурсов, метод сравнения, методы маркетинговых исследований (опрос и интервьюирование).

Структура работы определяется поставленными задачами и исследуемым материалом. Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе рассматриваются теоретические основы этнического туризма. Раскрывается понятийный аппарат заявленной темы, определяются, современные направления развития этнотуризма, рассматривается стратегия развития этнического туризма в Кемеровской области, описываются основные музей под открытым небом в Кузбассе.

Во второй главе приводится характеристика этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области, проводятся маркетинговые исследования востребованности ее развития, предлагается план по усовершенствованию этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.

В заключение работы подводятся итоги.

В результате исследования – доказана актуальность и необходимость в разработке плана развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области. План включает в себя два направления развития: расширение спектра оказываемых услуг путем привлечения инвесторов и продвижение этнической площадки в социальных сетях.

Новизна выпускной квалификационной работы представлена в следующих положениях, выносимых на защиту:

- Выявлены современные способы развития этнического туризма;
- Специфика развития направлена на возможность предоставления новых услуг и информации об этнической площадке в Интернет среде;

- Проведен маркетинговый анализ востребованности этнической площадки, сравнительный анализ, опрос методом стихийного отбора, экспертное интервью;

- Развитие этнической площадки способствует сохранению культуры, истории и традиций телеутского народа;

- По результатам проведенных исследований, разработан план развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.

Теоретическая значимость работы заключается в изучении деятельности этнической площадки, определение ключевых потребностей, а также разработке мероприятий для дальнейшего развития.

Практическая значимость работы состоит в реализации мероприятий из разработанного плана развития этнической площадки. Мероприятия предполагают, с одной стороны, продвижение этнической площадки в сети Интернет с помощью страницы Instagram и группах в Одноклассниках и ВКонтакте, а с другой стороны, расширение спектра оказываемых услуг путём открытия контактного зоопарка и небольшого кафе. Страница в Instagram, на сегодняшний день разработана , и в данный момент проходит тестирование.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

1.1. Этнический туризм

1.1.1. Этнотуризм как новое направление туристической индустрии: значение и факторы социально-экономического развития

Туристский бизнес является отраслью экономики непродуцированной сферы, основная функция которого обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом. В настоящее время он превратился в индустрию международного масштаба, уступая по доходам лишь нефтедобыче и автомобилестроению. Активно развивающимся направлением туристической индустрии за рубежом и в России является этнотуризм как приобщение к образу жизни и традициям народа, исконно жившего в том или ином регионе.

Социологическое исследование по туризму, проведенное по заказу «Ростуризма», показывает, что «в подобные туры хотели бы отправиться 88% опрошенных. При этом 91% респондентов считает, что информационных и рекламных материалов о них явно недостаточно» [2]. Основным ресурсом для этнографического туризма является культурно-историческое наследие народов.

Факторами, способствующими развитию этнического туризма являются: высокая сохранность традиционной культуры, наличие природных памятников, наличие опыта в приеме гостей из различных городов, благодаря выставкам и образовательным программам. Факторы, сдерживающие развитие этнотуризма на территории: слабая координация усилий заинтересованных субъектов, отсутствие стартового капитала, слабо развитая транспортная инфраструктура, регион мало знаком широкой туристической общественности в качестве объекта туристического посещения [3].

Таким образом, этнотуризм в последнее время приобретает все большую популярность, но требует больших инвестиционных вложений и особого бизнес-планирования.

1.1.2. Подходы к классификации этнического туризма

К наиболее характерным тенденциям развития туризма в настоящее время можно отнести расширение спектра туристических направлений, а также диверсификацию туристического продукта. Во всем мире растет интерес к этнической культуре, и в нашей стране наблюдается рост этнического самосознания. Повышенное внимание уделяется вопросам сохранения этнокультурного наследия, самобытности, культурного разнообразия и проблемам взаимодействия культуры и туризма [4].

На основании исследования и различных мнений специалистов попытаемся классифицировать и охарактеризовать этнический туризм.

Этнический туризм можно разделить на два больших направления: ностальгический (генеалогический) туризм и этнографический туризм, остановимся на них подробнее:

- ностальгический (генеалогический) туризм – подразумевает посещение мест своего рождения, либо мест, где жили предки;
- этнографический туризм - осуществляется с познавательной и развлекательной целью, знакомит с культурой и бытом определенного народа, его костюмами, языком, фольклором, традициями, обычаями и творчеством, рассчитан на широкий круг туристов [5].

1.1.3. Этнический туризм как условие устойчивого развития региона

На сегодняшний день Россия находится далеко не на первом месте, хотя он может приносить немалую прибыль, как в бюджет страны, так и в бюджеты отдельных регионов.

В настоящее время в России разрабатываются проекты, целью которых является стимулирование экономического развития общин коренного населения посредством этнического туризма как вида экономической деятельности самих коренных народов [6].

Подобные проекты направлены на развитие этнического туризма собственными силами местного населения, признанными, в современном российском обществе, одними из наименее политически защищенных и наиболее нуждающихся групп населения.

С каждым годом этническое многообразие сокращается, многие культуры начинают исчезать, именно поэтому вопрос развития этнотуризма настолько актуален [7, с.106].

Процветание этнического туризма должно способствовать не только сохранению природного и культурного наследия, но и устойчивому развитию российских территорий [8].

1.2. Современные направления развития этнического туризма

Из многих подвидов этнотуризма следует выделить:

- этнографический (интерес к культуре этноса (народа или народности), объектам, предметам, культуре, языку);
- этнический (посещение родины предков, знакомство с культурным наследием своего исконного народа, этнических заповедных территорий, этнических тематических парков);
- антропологический (интерес к представителю этноса в развитии, с точки зрения эволюции; посещение с целью знакомства с современной «живой культурой»);
- экологический (интерес к взаимодействию природы и культуры, природно-культурным памятникам, посещение природно-культурных ассамблей, участие в культурно-экологических программах) [9, с.384].

О малом вкладе данного вида туризма в туристический бизнес в нашей стране можно судить по отсутствию на рынке фирм, профессионально специализирующихся на этнографических и ностальгических турах. Несмотря на это, обращает на себя внимание высокий темп увеличения внутреннего и въездного этнографического туризма на Дальнем Востоке, в регионах Сибири и Европейского Севера. Однако, доля данного вида путешествий в объеме национального туризма не превышает нескольких процентов [10].

Важнейшей задачей развития этнического туризма в ближайшие годы является расширение туристического потока в центральную зону европейской части страны, которая характеризуется наиболее высокими социальными и экономическими показателями. Большое конкурентное преимущество Центральной России перед остальными регионами – имидж очага становления русского этноса и национальной культуры [11, с.192].

1.3. Этнический туризм в Кемеровской области

1.3.1. Стратегия развития туризма в Кемеровской области

В марте 2013 года администрацией области принята «Стратегия развития туризма в Кемеровской области до 2025 года». Целью данной стратегии является формирование конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса, обеспечивающего потребности в качественном отдыхе, а также, формирование широких возможностей для роста потока внутреннего и внешнего туристских потоков. Для реализации этой цели в стратегии развития поставлены конкретные задачи, такие как совершенствование нормативно-правовой базы, поддержка и развитие ключевых видов туризма, повышение качества услуг и общего уровня безопасности, рекламно-информационное и имиджевое продвижение региона и развитие межрегионального сотрудничества в сфере туризма [12].

Приоритетами развития Кемеровской области, затрагивающими туризм, являются:

- диверсификация экономики области;
- повышение конкурентоспособности экономики;
- повышение уровня жителей Кемеровской области;
- развитие человеческого капитала;
- обеспечение поддержки малого бизнеса.

Туризм в Кемеровской области, согласно, приведенного анализа, демонстрирует высокую динамику роста, при этом потенциал роста далеко не исчерпан. При этом наибольший потенциал развития, с точки зрения объемов туристического потока и количества создаваемых рабочих мест, имеют три вида туризма:

- горнолыжный;

- культурно-исторический (посещение памятников истории, культуры и архитектуры);
- спортивный туризм (путешествия, походы, туристско-спортивные туры, массовые спортивные мероприятия).

Анализ состояния туристской инфраструктуры области выявляет актуальность проблемы нехватки средств размещения, что обосновывает необходимость комплексного развития гостиничной инфраструктуры как важнейшего элемента туристско-рекреационного потенциала.

Для достижения поставленной цели, финансирования мероприятий и обеспечения планируемой динамики развития туристской отрасли предполагается использовать следующие действующие региональные долгосрочные программы:

- региональная долгосрочная целевая программа «Молодежь Кузбасса. Развитие спорта и туризма в Кемеровской области»;
- региональная долгосрочная целевая программа «Повышение инвестиционной привлекательности Кемеровской области»;
- региональная долгосрочная целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства Кемеровской области».

1.3.2. Духовное наследие этносов юга Западной Сибири в деятельности музеев под открытым небом Кемеровской области

Потребность человеческого сообщества в сохранении самобытности является необходимым условием для дальнейшего его существования. Несмотря на это, на протяжении своего развития любой этнос периодически взаимодействует с другими различными культурами. Юго-Западная Сибирь являлась прошлым и является в настоящем регионом, в котором контактируют множество культур. Богатую культурную палитру региона множество лет

формировали различные религиозные течения, этнические и лингвистические процессы, различные формы государственных образований Древнего мира и Средневековья [13, с.153].

В настоящее время, одним из главных социальных и культурных институтов изучения и сохранения богатого опыта и изучения важнейшего исторического и культурного наследия юга Западной Сибири являются музеи под открытым небом, которые выступают своеобразными посредниками между культурными традициями и обществом. Основной ролью музеев под открытым небом можно считать сохранение нематериального культурного наследия определенного этноса [14].

Современные исследователи считают, что нематериальным наследием, на сегодняшний день, являются обычаи, знания и навыки и связанные с ними культурные пространства, артефакты, предметы и инструменты.

Сотрудники таких музеев сохраняют различные материалы об обрядах, праздниках и многом другом, относящимся к истории и культуре определенного этноса. Также, одним из важных этапов музейной работы и его конечной составляющей при работе с нематериальными объектами духовного наследия является ревитализация или оживление.

Яркими примерами актуализации духовного наследия на примере музеев под открытым небом, в Кемеровской области, можно считать музей-заповедник «Мариинск-исторический», экомузей-заповедник «Тюльберский городок», историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница». Остановимся на них поподробнее.

Музей-заповедник «Мариинск-исторический»

На территории города находятся несколько объектов исторического и культурного наследия, используемые в работе музея. Самые крупные и знаменательные из них это православно-мемориальный комплекс «Память» с

часовней Святой Анастасии Узорешительницы, который посвящен жертвам политических репрессий 30-50-х годов XX века и Свято-Никольский кафедральный собор, при котором действует воскресная школа. Музей-заповедник, совместно со служителями собора, разработал и издает путеводитель «Храмы и святые источники Мариинского уезда», в дополнение к нему музей-заповедник проводит одноименные экскурсионный тур.

Экскурсионная программа состоит из: встречи группы на Часовне Филарета Срезневского, посещение освященных источников Семиона Верхотурского и Филарета Срезневского, посещение Православно-Мемориального комплекса «Память», обзорная экскурсия «Храмы и святые источники Мариинского уезда», посещение Свято-Никольского кафедрального собора, тематическая экскурсия «Святые лики». В летнее время к программе также добавляется посещение мест захоронения священников, которые погибли во время репрессий и святого источника «Пророка Илии» с омовением в купели.

Историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница»

На сегодняшний день в музее-заповеднике, который давно вышел за рамки краеведения, представлена культура народов, которые жили как в самой Кемеровской области, так и в соседних с областью регионах. Сегодня в музее открыты для посетителей такие исторические, культурные и археологические памятники как «Древнее святилище», эпос «Славянский мифологический лес», «Мифология» и Часовня.

Славянский мифологический лес в «Томской писанице» представляет собой реконструкцию языческого святилища, уменьшенного в два раза. В центре капища установлена копия Збручского идола, скульптуры X века и одного из редких памятников славянского язычества. Вокруг капища

расположены скульптуры основных славянских богов: Рода, Велеса, Руевита, Сварога, Святовиды, Чура и Ярило.

Новой экспозицией в музее-заповеднике в 2008 году стала действующая часовня-храм. Часовня является памятником распространения христианства среди местного населения во время освоения Сибири Российским государством, и была построена по инициативе губернатора Кемеровской области А.Г. Тулеева. Часовня была названа в честь святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. В музее представлены уникальные образцы истории и культуры шорцев и телеутов, коренного населения Кемеровской области. Культура проведения праздников стала неотъемлемой частью музея-заповедника за многие годы его работы. Музей-заповедник «Томская писаница», в течении всего года реконструирует и проводит различные праздники и обряды, такие как Масленица, Пасха, Братчина-пир, Рождество, Пасха.

Экомузей-заповедник «Тюльберский городок»

Каждый год музей-заповедник актуализирует сибирский народный календарь, проводя на своей территории театрализованные мероприятия. Самыми значительными праздниками в календаре, которые проводит экомузей-заповедник, можно назвать Сретенье, Святки, Иван Купала, Спиридон-Солнцеворот, Масленица и Медовый Спас, а также День этнографа и Международный день эколога.

Для воспроизведения обрядов коренных жителей Сибири в экомузее «Тюльберский городок» используется метод фиксации, один из основных методов актуализации нематериального наследия. Для этого на территорию экомuzeя приглашаются коренные народы-носители традиций (шорцы и телеуты). Несмотря на это, главным методом актуализации является научно-обоснованная реконструкция, так как для использования предыдущего метода очень сложно найти носителей культуры и традиций. Используя научную

литературу и полевые материалы, сотрудники экомuzeя реконструируют обряды и праздники.

Учитывая вышесказанное, наглядно видно, что духовное наследие этносов Западной Сибири, которое представлено в музеях под открытым небом на территории Кемеровской области, включает в себя не только культуру и традиции коренного населения, но также историю мировых религий. В связи с тем, что, в настоящее время, религиозный туризм в России переживает период динамичного развития, важность вклада в этот вид туризма музеев под открытым небом Кемеровской области постоянно возрастает.

Усилия квалифицированных сотрудников музеев по актуализации нематериальных культурных ценностей играет особую роль в обществе, так как решает исследовательские, образовательные и культурно-познавательные задачи.

1.3.3. Проблемы фондовой деятельности в этнографических музеях под открытым небом Западной Сибири

Создание музеев под открытым небом, на сегодняшний день, по мнению многих исследователей, является самой актуальной задачей культурной политики современного общества.

Согласно классификации, которая существует на сегодняшний день в музееведении, среди музеев под открытым небом выделяются на основе доминантного признака сохраняемого исторического и культурного наследия выделяются:

- скансены;
- средовые, которые хранят недвижимые объекты;

- экомuzeи, сохраняющие среду в развитии и использующие объекты, которые являются культурным наследием, по первоначальному предназначению.

Деятельность средового музея направлена на музеефикацию природной и историко-культурной среды, а также нематериальных, движимых и недвижимых объектов совместно с населяющими эту территорию людьми, которые осуществляют на ней виды деятельности.

Подобным типом музея в Западной Сибири можно считать историко-культурный музей-заповедник «Шушенское».

Скансены – это музеи, которые созданы из памятников, которые привезли из разных мест. Среда, в музеях подобного типа, моделируется искусственно. Музей-заповедник «Томская Писаница», этнографический комплекс «Кезек» и архитектурно-этнографический музей «Тальцы» можно отнести к данному типу музеев.

Экомuzeи создаются для комплексного обеспечения сохранности, изучения, восстановления и публичного представления ансамблей природного наследия, духовных и материальных ценностей в их традиционной и исторической среде размещения. Экомuzeй «Тазгол», который расположен на территории, которую исторически населяли шорцы, сполна отвечает таким требованиям.

На сегодняшний день существует несколько проблем, которые связаны с фондовой деятельностью музеев под открытым небом:

- отсутствуют законодательно утвержденные документы, которые обозначают типы предметов в музеях, которые составляют основу фондов музеев под открытым небом;
- непонятно, как включить транслоцированные и недвижимые фонды в музейный фонд;

- также существует проблема, связанная с созданием интерактивного фонда, который включается в структуру праздников и обрядов, проводящихся в музее [15].

Согласно «Инструкции по учету и хранению музейных ценностей, находящихся в государственных музеях СССР» 1985 года, действующую на сегодняшний день, можно выделить следующие группы памятников, которые подходят для этнографических музеев под открытым небом:

- документальные и художественные материалы;
- фотоматериалы, которые имеют документальное значение;
- вещественные памятники;
- археологические материалы, которые нашли случайно либо добыли в результате раскопок.

Учет подобных памятников в музеях под открытым небом ведется образом, аналогичным музею других типов. Все подлинные памятники включаются в состав основного фонда, а деятельность по их учету ведется согласно Инструкции от 1985 года.

В стране увеличивается количество музеев под открытым небом и перед музейными специалистами возникают проблемы, которые связаны с фондовой и исследовательской деятельностью.

Возникает необходимость в разработке и принятии нормативной документации, которая будет регламентировать фондовую деятельность музеев под открытым небом, так как музеи данного типа считаются оптимальной формой для сохранения различного наследия.

ГЛАВА 2. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЭТНИЧЕСКОЙ ПЛОЩАДКИ В Д. ШАНДА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1. Организационная структура Управления по культуре ГМР

Полное наименование: Управление культуры администрации Гурьевского муниципального района.

Сокращенное название: Управление культуры администрации ГМР.

Управление культуры является отраслевым структурным подразделением администрации Гурьевского муниципального района и органом управления для подведомственных учреждений культуры. Управление культуры осуществляет исполнительные, распорядительные и контрольные функции в сфере культуры Гурьевского муниципального района. Учредителем Управления культуры Гурьевского района является муниципальное образование Гурьевский муниципальный район. Собственником имущества, закреплённого за Управлением культуры на праве оперативного управления, является муниципальное образование Гурьевский муниципальный район. В своей деятельности Управление культуры руководствуется Конституцией РФ, Законодательством РФ, законами Кемеровской области, инструкциями и распоряжениями Департамента культуры и национальной политики Кемеровской области, Уставом Гурьевского муниципального района, правовыми актами органов местного самоуправления Гурьевского муниципального района [16].

Деятельность Управления культуры направлена на обеспечение функционирования и развития культуры на территории Гурьевского муниципального района, обеспечение и защиту конституционного права граждан РФ на культурную жизнь.

Юридический адрес Управления культуры администрации ГМР - 652780, Кемеровская обл., г. Гурьевск, ул. Коммунистическая, 21.

Фактический и почтовый адрес – 652780, Кемеровская обл., г. Гурьевск, ул. Коммунистическая, 21.

Электронная почта: kultura-gur@mail.ru

Сайт Управления культуры администрации ГМР: <http://uk-guryevsk.kmr.muzkult.ru/about/>

Телефон/факс: (38-463)- 5-05-85/ (38-463)- 5-06-53

Режим работы круглогодичный: с понедельника по пятницу с 08:00 до 17:00, обед с 12:00 до 13:00, суббота, воскресенье – выходной.

Прием граждан по понедельникам с 14:00 до 17:00.

Высшим должностным лицом Управления культуры является начальник, назначаемый на должность распоряжением главы Гурьевского муниципального района. Начальник Управления культуры, согласно штатному расписанию, имеет заместителей.

В состав Управления культуры администрации ГМР входит несколько подразделений: информационно-методический отдел, отдел материально-технической базы, централизованная бухгалтерия[16].

Подведомственными учреждениями выступают: школы искусств, дома культуры. Среди них – «Сельский Дом Культуры» д. Шанда, в котором находится этническая площадка, построенная в 2011 году.

Этническая площадка, после сооружения, была подарена администрации Гурьевского муниципального района, и, в настоящее время, входит в управление по культуре района.

Специалиста, в обязанности которого входит следить за состоянием площадки и ее развитием, Управление культуры не имеет.

Организационная структура этнической площадки небольшая. В ее состав входит - заведующий филиалом, организатор экскурсии, руководитель клубного формирования, руководитель кружка декоративно-прикладного творчества, художественный руководитель.

Таким образом, видно, что этническая площадка нуждается в новом кадровом сотруднике, обязанности которого связаны с развитием и продвижением этнической площадки.

2.2. Общие сведения об этнической площадке в д. Шанда Кемеровской области

Одной из достопримечательностей Гурьевского района является деревня Шанда (на телеутском – Шаанды). Она находится на территории Гурьевского муниципального района Раздольного сельского поселения.

Долгое время деревня была включена в состав Малосалаирского сельского совета Беловского района. Бачатские телеуты - тюркоязычный малочисленный народ, сохранивший этническое своеобразие и самосознание только в пределах нескольких населенных пунктов Беловского района, поселках Беково, Заречное, Новобачаты, Черта, небольшом поселке Шанда Гурьевского района и в пригородном поселке Телеуты в Заводском районе города Новокузнецка.

Численность их составляет около двух тысяч человек. В быту сохраняется телеутский разговорный язык тюркской группы. По переписи населения 2010 года в деревне проживает 198 человек (91 мужчина, 107 женщин) [17].

Старинное поселение телеутов обладает интересной историей и оригинальным культурным обликом. Сегодня Шанда является одним из очагов сохранения и развития национальной культуры коренных жителей Кузбасса.

В 2003 году в деревне Шанда был образован хореографический телеутский фольклорный коллектив "Айас". Его руководитель Есина Маргарита Хакимовна.

А с 2011 года в деревне действует интерактивная экспозиция – этническая площадка «Телеусткая юрта», организованная и построенная местными жителями и предпринимателями, представителями этого малочисленного народа.

Этническая площадка представляет собой культовые языческие святые места и предметы, которые почитались древними телеутами: культовое место поклонения духам – хозяевам местности – Обо. Это каменная гора с деревянными черенками, повязанные цветными лентами. Ставилось Обо на возвышенностях, на пересечениях дорог, где шло пересечение земной энергии. Хозяева обо - это духи умерших шаманов, предков или божества небесного происхождения.

Бурханистский жертвенник - Курее. Сооружение для проведения обрядов поклонения верховным божествам Ульгеню- небесному отцу, Эрлику- хозяину подземного царства, Учкургустану - божеству срединного мира. Где соединяется Эрлик и Ульгень.

Поминальный комплекс «Кезер-таш» (резанный камень). Устанавливались такие комплексы в честь великих воинов. На этих памятниках руническим письмом были отражены подвиги героев.

Юрта - своего рода живой этнографический музей, где гости могут не только увидеть предметы быта и национальную одежду, но и услышать народные песни, попробовать национальные блюда, познакомиться с яркой и самобытной культурой телеутского народа.

Дерево желаний «Сомо» - сооружение из берез, с целью поклонения духам предков и духом природы. По древнему телеутскому поверью, исполнение самого сокровенного желания ждет того, кто повяжет ленту на священной березе СОМО.

На ее базе организуются экскурсии, театрализованные представления, презентации национальной кухни. Еще одним очагом поддержания национальной культуры является деревенская библиотека. Этническая площадка стала одной из видных достопримечательностей Гурьевского района и считается среди телеутов новым "местом силы". Здесь часто проходят

этнографические практики студентов гуманитарных факультетов сибирских вузов [17].

Этническая площадка, после сооружения, была подарена администрации Гурьевского муниципального района, и, в настоящее время, входит в управление по культуре района. На сегодняшний день, ежемесячное содержание этнической площадки и хореографического коллектива, организация праздников, конкурсов и этнографических практик студентов полностью финансируется из бюджета муниципального района.

В данной работе планируется развития этнической площадки в двух направлениях – расширение спектра услуг и продвижение в соцсетях. Далее будут проведены исследования, которые докажут необходимость в этих направлениях развития.

2.3. Программа исследования востребованности этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

2.3.1. SWOT-анализ этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Целью SWOT-анализа является сопоставление сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями этнической площадки д. Шанда Кемеровской области.

Сильные и слабые стороны описывают внутреннюю среду организации, то есть то, на что организация может повлиять. Возможности и угрозы – это влияния внешней среды на деятельность [18, с.15].

Необходимо сопоставить сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами. И использовать их для реализации возможностей и преодоления угроз внешней среды, а также использовать благоприятные факторы для минимизации слабых сторон и усиления преимуществ компании. SWOT-анализ можно оформить в виде таблицы:

Таблица 1. SWOT-анализ этнической площадки д. Шанда Кемеровской области

Сильные стороны: - большая территория - историческая ценность - квалифицированные экскурсоводы, носители телеутской культуры	Слабые стороны: - невыгодное расположение - недостаточно развитая туристская инфраструктура - нехватка собственных средств - слабая активность администрации ГМР - недостаток информации о существовании этнической площадки
---	---

Продолжение таблицы 1.

<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none">- расширение спектра услуг- продвижение в системе Интернет- активная поддержка со стороны предпринимателей- рост муниципальных доходовотсутствие ближайших конкурентов	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none">- отсутствие интереса у инвесторов- уменьшение финансирования со стороны администрации- слабая посещаемость туристами
--	--

SWOT – анализ помог определить наиболее важные и сильные стороны этнической площадки д. Шанда Кемеровской области, которые помогут уменьшить влияние слабых сторон на ее деятельность и, воспользоваться возможностями и защититься от возможных угроз.

Проанализировав сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы внешней среды, можно сформулировать следующие рекомендации по совершенствованию деятельности этнической площадки д. Шанда Кемеровской области:

- проводить активную и масштабную рекламную кампанию, направленную на широкое привлечение потенциальных туристов;
- расширять спектр предоставляемых услуг;
- разработать мероприятия, направленные на привлечение инвесторов для развития этнической площадки.

2.3.2. Сравнительный анализ туристских аттракций Кемеровской области с этническим направлением

Так как этническая площадка д. Шанда Кемеровской области является участником рынка туристических услуг, а именно, предоставляет услуги внутреннего туризма и организации этнического направления в туризме, следует сравнить предприятие с другими предприятиями в Кемеровском регионе.

Для достижения поставленной цели был проведен мониторинг компаний, являющихся игроками рынка туристических услуг внутреннего туризма и организации этнического направления в туризме в Кемеровской области.

Этнографические жилища «Монгольские юрты»

- находится на территории Музея-заповедника «Томская писаница», от Кемерово 50 км
- официальный сайт: <http://www.gukmztp.ru/index2.html>
- социальные сети: Вконтакте - 7736 подписчика, в среднем 30 лайков, 5 перепостов, проводятся розыгрыши; Одноклассники - 4841 друзей, в среднем 200 классов, 10 перепостов, почти каждый день публикуется новая запись; Facebook - 2693 подписчика, в среднем 5 лайков, 1 перепост; Twitter - читатели 39, твиты 94; Instagram - 2327 подписчика, в среднем 150 лайков.

Шорский экомузей «Тазгол»

- находится на территории Шорского национального парка, от Таштагола 40 км
- официальный сайт: <http://www.shorskynp.ru/>
- социальные сети: Вконтакте – 85 друзей, в среднем 2 лайка, 0 перепостов, публикации обновляются два раза в месяц; Одноклассники – 61 друзей, в среднем 10 классов, 1 перепост, раз в неделю публикуется новая запись;

Facebook - 259 подписчиков, в июле 2016 года активность сообщества пропала;
Twitter – читатели 8, твиты 111.

Этническая площадка в д. Шанда Кемеровской области

- находится на расстоянии от Белово (проживает 73 тыс. чел.) 20 км, от Гурьевска (население 23 тыс. чел.) 10 км

- официального сайта нет

- социальные сети: Вконтакте – созданы две группы, в одной – 108 подписчиков, в среднем 5 лайков, 0 перепостов, публикации обновляются три раза в месяц; в другой - 12 подписчиков, последняя активность в мае 2014 года, Одноклассники – участников 66, раз в неделю публикуются записи

Для наглядности сравнительный анализ можно оформить в виде таблицы:

Таблица 2. Сравнительный анализ (местоположение, продвижение в сети Интернет)

<i>Критерии</i>	<u>Этнографические жилища «Монгольские юрты»</u>	<u>Шорский экомuseum «Тазгол»</u>	<u>Этническая площадка в д. Шанда КО</u>
<i>удаленность</i>	от Кемерово 50 км	от Таштагола 40 км	от Гурьевска 10 км
<i>официальный сайт</i>	http://www.gukmztp.ru/index2.html	http://www.shorsky.np.ru/	нет
<i>страницы в социальных сетях</i>	Vk - 7736 подписчика ОК - 4841 друзей Facebook - 2693	Vk – 85 друзей ОК - 61 друзей Facebook – 259 подписчиков	Vk - две группы: 108 и 12 подписчиков ОК – 66

Продолжение таблицы 2.

	подписчик Instagram – 2327 подписчика		участников
--	---	--	------------

Немаловажно провести сравнение таких критериев, как услуги и партнеры. Помимо ночевки в юртах за 2000 рублей в сутки за 4х человек, «Томская писаница» предлагает пешеходные, интерактивные и речные экскурсии; лекции и консультации научных сотрудников музея; конные прогулки, планетарий, катание на снегоходах, санях, на ледяных горках, на упряжках маламутов; прокат велосипедов, катера, квадроциклов. На территории также есть всевозможные аттракционы, кафе и стоянка для автомобилей. Партнеров «Томской писаницы» насчитывается около 42, среди которых: RiverPlazaHotel«Томь», КемГУ, Русское радио Кемерово, Телеканал «СТС-Кузбасс», Компания вкусного питания «Подорожник», Туристская фирма «Континет-тур», ОАО «Кемеровоэлектромонтаж» [19].

Шорский экомузей «Тазгол» предлагает следующий набор услуг: экскурсии (на вертолете, тематические); сопровождение государственным инспектором (в целях безопасности); эколого-просветительских семинаров, научных конференций и слетов; экологические экспедиции, лагеря, практики, в том числе для студентов и школьников; рекреационные услуги (домики, бани, дрова, уголь); прокат спортивного, рыболовного, туристического оборудования и снаряжения; прокат транспортных средств, предоставление мест стоянок; научно-исследовательские работы, работы по мониторингу природных комплексов и объектов; проведение профессиональных фото-видео съемок, мероприятий по любительскому и спортивному рыболовству. Партнерами Шорского экомузея являются - КемГУ, Экоцентр "Заповедники", Департамент по охране животного мира Кемеровской области, музей этнографии и природы Горной Шории [20].

Услуги этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области: экскурсии (возможность примерить национальную одежду, попробовать национальную еду); выступление телеутских хореографических и вокальных коллективов; мастер-классы по лепке. Этническая площадка финансируется из бюджета администрации ГМР.

Для наглядности также оформим сравнительный анализ в виде таблицы:

Таблица 3. Сравнительный анализ (услуги, партнеры):

<i>Критерии</i>	<u>Этнографические жилища «Монгольские юрты»</u>	<u>Шорский экомузей «Тазгол»</u>	<u>Этническая площадка в д. Шанда Кемеровской области</u>
<i>услуги</i>	пешеходные, интерактивные и речные экскурсии; конные прогулки, планетарий, катание на упряжках маламутов; прокат велосипедов, катера, квадроциклов; автостоянка, кафе;	экскурсии (на вертолете, тематические); эколого-просветительские семинары, домики, бани, дрова, уголь; проведение профессиональных фото-видео съемок,	экскурсии (возможность примерить национальную одежду, попробовать национальную еду); выступление телеутских хореографических и вокальных коллективов; мастер-классы по лепке
<i>партнеры</i>	около 42	около 14	финансируется из бюджета администрации ГМР

Проведенный анализ этнической площадки д. Шанда Кемеровской области пока показал худший результат. А также анализ помог выявить слабые стороны предприятия. Это говорит о том, что у этнической площадки есть большие перспективы для развития и большое поле для деятельности.

В качестве стратегии рекомендуется дифференциация. Цель стратегии: создание и развитие новых услуг на территории этнической площадки, привлечение инвесторов, а также привлечение новых туристов, в том числе и за пределами Кемеровской области. Достоинством этой стратегии является безопасность площадки до тех пор, пока потребители лояльны к ней [21, с.224].

А сохраняться эта лояльность должна за счет качественного сервиса, масштабной рекламной компании и привлечения новых туристов, а также расширения ассортимента предлагаемых услуг. Также, с целью развития и повышения конкурентоспособности этнической площадки, рекомендуется уделить внимание разработке мероприятий и условий, направленных на привлечение инвестиций для развития этнической площадки.

Сравнительный анализ помог определить наиболее важные и сильные стороны этнической площадки д. Шанда Кемеровской, а также, отметить ее недостатки в сравнении с другими предприятиями в данной отрасли.

2.3.3. Опрос жителей близлежащих городов/поселков о существовании этнической площадки в д. Шанда методом стихийного отбора

Для того чтобы узнать насколько жители соседних городов и поселков проинформированы о существовании этнической площадки и есть ли среди них те, кто бы посещал её хотя бы раз, был проведен метод стихийного отбора [21, с.224].

Данный опрос проводился в здании АБК Бачатского угольного разреза филиала ОАО «УК Кузбассразрезуголь» в п.г.т. Бачатский.

На этом предприятии работают люди из близлежащих городов и посёлков, находящихся неподалеку от д. Шанда. В опросе приняли участие 47 человек (35% мужчин и 65% женщин) в возрасте от 25 до 55 лет. 85% людям было задано 3 вопроса, остальным 15% было предложено ответить на 5 вопросов. *(Результаты опроса см. приложение А)*

Из проведенного опроса следуют выводы:

1. Большая часть опрошенных не информирована о существовании этнической площадки в д. Шанда, но им бы было интересно побывать в подобном месте.

2. Большинство людей, которые знали о площадке, просто проезжали мимо нее, не посетив ее.

3. Малая часть, которая посетила этническую площадку, рекомендовали бы ее другим людям.

4. Значительная часть опрошенных, которая побывала на площадке, хотела бы расширить спектр оказываемых услуг. Больше процентов людей склонялись к открытию кафе – 70%, к открытию контактного зоопарка – 20%.

Таким образом, можно сделать вывод, что жители близлежащих городов не информированы о предоставляемых услугах этнической площадки и об ее существовании в целом.

2.3.4. Экспертное интервью с методистом Управления по культуре ГМР относительно посещаемости и планирования развития деятельности этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Тема интервью: Экспертное интервью с заведующей информационно-методическим отделом Управления культуры Гурьевского муниципального района Ларченко Ингой Викторовной.

Объект интервью: Заведующая информационно-методическим отделом Управления культуры Гурьевского муниципального района Ларченко Инга Викторовна.

Предмет интервью: Проблемы развития этнической площадки д. Шанда Кемеровской области.

Гипотеза интервью: В силу того, что телеуты являются малочисленным народом России и Кемеровской области в частности, необходимо обеспечить условия для сохранения культуры, истории и традиций данной народности путем развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области. *(Текст интервью см. приложение Б)*

Цель интервью: Получить экспертное мнение по поводу основных проблем в развитии этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области.

Задачи интервью:

1. Выяснить, какие услуги предоставляет этническая площадка туристам.
2. Определить основную целевую аудиторию этнической площадки.
3. Узнать о финансовом положении этнической площадки.
4. Уточнить о роли интернет ресурса в продвижении этнической площадки.

Благодаря полученному интервью я узнала, что основная часть целевой аудитории – это школьники и студенты со всей области. Финансовое положение этнической площадки оставляет желать лучшего.

Денежные средства, полученные от деятельности площадки, уходят на коммунальные услуги и заработную плату сотрудникам, поэтому этническая площадка нуждается в инвестировании.

Услуги, предоставляемые площадкой, не разнообразны, следовательно, необходимо введение новых. Также из интервью была получена информация об Интернет-ресурсе. Группами в соцсетях никто не занимается, активность в них не наблюдается.

2.4. План развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

2.4.1. Направления развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Ознакомившись с предприятием и этнической площадкой, изучив предоставляемые услуги, взяв экспертное интервью и проанализировав полученную информацию, можно сделать вывод, что для дальнейшего развития этнической площадки, которое необходимо для сохранения и поддержания культуры и традиций малочисленного народа России, рекомендуется привлекать дополнительные инвестиции.

От правильной организации и подготовки мероприятий по привлечению инвесторов на развитие этнической площадки будет зависеть, в целом, ее будущее в ближайшей перспективе, ввиду возможного сокращения финансирования со стороны муниципального бюджета.

Из всего вышеперечисленного следуют вывод, что этническую площадку в д. Шанда Кемеровской области необходимо развивать в двух направлениях.

В первом направлении планируется расширить спектр услуг путем открытия контактного зоопарка и точек общепита. Так как основная часть целевой аудитории состоит из школьников и студентов, им было бы интересно увидеть вживую, а также покормить домашних сельскохозяйственных животных - коз, кроликов, овечек, барашек, жеребят, гусей, уток и т.д. На территории этнической площадки нет ни одного кафе или продуктового киоска, поэтому открытие точки общепита необходимо для развития этнической площадки.

Для всего этого будет необходимо привлекать частные инвестиции, так как в перспективе, возможно, уменьшение финансирования из муниципального

бюджета. Организацию работы по привлечению инвесторов можно разбить на несколько этапов, таких как:

- проведение анализа потребностей
- составление инвестиционного меморандума
- определение круга потенциальных инвесторов
- презентацию для инвесторов и переговоры с ними

От правильной организации работы с инвесторами будет зависеть дальнейшая судьба развития этнической площадки в ближайшем будущем [22, с.496].

Исходя из проведенного анализа потребностей, следует решение об открытии контактного зоопарка и кафе.

На следующем этапе нами будет составлен инвестиционный меморандум, который будет содержать в себе кратко резюме площадки, описывать предлагаемые услуги, а также содержать информацию о возможности для развития на этой площадке. Инвестиционный меморандум будет предлагаться всем потенциальным инвесторам для изучения.

Параллельно с составлением инвестиционного меморандума будет определяться круг потенциальных инвесторов. Затем будет необходимо обсудить все плюсы и минусы и взаимодействия с каждым инвесторами.

После того, как круг потенциальных инвесторов будет определен, необходимо подготовить презентацию для этих инвесторов. После чего, презентация показывается каждому из определённых инвесторов, и обсуждаются все вопросы взаимодействия с ними.

На следующем этапе необходимо провести переговоры с теми инвесторами, которых заинтересовала наша презентация. После проведения успешных переговоров и заключения контрактов о сотрудничестве, инвесторы

приступают к своей работе по расширению спектра предлагаемых услуг на этнической площадке.

Деньги, которые будут необходимы для организации мероприятий по привлечению инвесторов, будут запланированы в бюджет Гурьевского муниципального района на 2019 г. Работы по организации кафе и контактного зоопарка планируется завершить до конца 2019 года.

В другом направлении планируется заниматься продвижением этнической площадки в соцсетях, таких как: Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Faisebook. Были выбраны именно эти платформа, так ка они являются самыми популярными в России на 2018 год. По данным опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) лидером стала социальная сеть «ВКонтакте». Далее - Одноклассники (19%), Instagram (14%), Google (7%), Facebook и Мой мир (по 4%), Twitter и Живой журнал (по 1%) [23].

Таким образом, развитие этнической площадки рекомендуется проводить в двух направлениях - увеличение спектра предлагаемых услуг и продвижение площадки в сети Интернет для увеличения посещаемости.

2.4.2. Продвижение этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области в сети Интернет

Для продвижения этнической площадки будем использовать одни из самых эффективных способов продвижения товаров и услуг в сети Интернет – поисковую оптимизацию и продвижение в соцсетях (SMM) [24].

Продвижение в соцсетях имеет ряд преимуществ:

- таргетинг – каждый пользователь в соцсети индивидуален. У него есть определенный набор интересов и предпочтений. При помощи таргета можно выделить нужную аудиторию с определенными критериями. Например, по местоположению, по возрасту.

- широкий выбор инструментов продвижения – прямая реклама или скрытые упоминания о своей группе или аккунте, продвижение через соцсети или приложения.

- низкая стоимость рекламы – если сравнить ее с телевизионной рекламой или рекламой в печатных СМИ

- наличие обратной связи – существует доступ к просмотру комментариев подписчиков, их отзывам. Получая такие данные, можно правильно скорректировать стратегию дальнейшего продвижения группы. [25].

Там, где есть плюсы, всегда существуют и минусы. В продвижении в соцсетях можно выделить следующие:

- отсутствие мгновенных результатов

- необходимость постоянной своевременной работы. Оставляя без активности свою страницу в соцсетях на пару или, в некоторых случаях, на один день, теряются подписчики. Поэтому необходимо каждый день следить и усовершенствовать свой аккаунт.

- невозможность рассчитать точный бюджет рекламной кампании. Всё зависит от реакции подписчиков на группу, в один месяц может быть большой приток новых пользователей, в другой месяц может быть никого. Соответственно, реклама создается по ситуации.

- необходимость в постоянном мониторинге стратегий продвижения. То, что сегодня было интересно людям, завтра уже может оказаться никому не нужно [26].

Исходя из опроса ВЦИОМ, который был прописан ранее, были выбраны три самые востребованные социальные сети в России – это ВКонтакте, Одноклассники, Instagram.

Группа ВКонтакте и в Одноклассниках уже существуют, поэтому будем заниматься их продвижением. А профиль в Instagram необходимо создать с нуля.

Общее количество участников в группе ВКонтакте – 108 человек, в Одноклассниках – 66, что само по себе довольно мало. От этого числа посещаемость страницы в среднем составляет 1-2 человека в день, что говорит о неактивности участников группы. На посты на стене очень редко кто-то реагирует. Из всех публикаций, отвечают на 2% из них. Возможность самостоятельных публикаций на стене пользователям закрыта, этого делать не стоит, так как в данный момент количество подписчиков менее чем достаточно для активной группы. Любому человеку проще написать на стене в группе то, что он хочет, безусловно, по теме, чем просить разрешения у администратора страницы. В альбомах группы ВКонтакте «Телеутская этническая площадка д. Шанда» представлено небольшое количество фотографий юрты, а также альбом – доспехи. В группе в Одноклассниках с фотографиями ситуация складывается в лучшую сторону. Количество фото – 1376, количество альбомов – 37. Подробно расписаны различные мероприятия и конкурсы, проведенные на площадке. Но это совсем не показатель активно посещаемой страницы.

Анализируя данные группы, можно сделать вывод, что группы нужно продвигать следующим образом:

- создать оптимальное и интересное информационное наполнение сообщества (новости, обсуждения, опросы, фото и видеоматериалы)
- повысить активность участников группы при помощи грамотного администрирования

- налаживание контакта с другими группами, схожими по интересам
- постоянно обновлять информацию на страницу

По данным ОК, на начало года посещаемость сайта достигла 71 млн пользователей, при этом возраст 50% аудитории — до 35 лет активные молодые люди. Основная часть целевой аудитории Вконтакте и Одноклассниках будут молодые люди в возрасте от 15 до 45 лет. Среди них - школьники старших классов, студенты, учителя, преподаватели и родители.

Существует огромный выбор рекламирования своей группы, она может быть платной или бесплатной. В нашем случае, мы будем использовать вариант без дополнительных вложений, так как бюджет Гурьевского муниципального района не рассчитан на это.

План мероприятий по продвижению группы в соцсетях Вконтакте «Телеутская площадка д. Шанда» и Одноклассников «СДК Шанда»:

1. Добавить новую вкладку «Обсуждение». На данный момент в группах нет контакта с аудиторией, что пагубно влияет на ее активность. Поэтому будет добавлена вкладка «Обсуждение», где будут прописаны следующие темы: «Отвечаем на ваши вопросы», «Любимое место на этнической площадке?», «Что бы Вы еще хотели видеть на территории площадки?», «Ваши отзывы и предложения». Тем самым мы получим обратную связь с нашими подписчиками.

2. Добавить полезные ссылки на страницу. Ссылки на соцсети, где есть наша группа Одноклассники, Instagram. А также интересные ссылки на группы с этническим направлением, музеи, фестивали или на новостные страницы. Обязательно будет подписка на паблики о SMM, для того, чтобы быть в курсе новинок в продвижение.

3. Публиковать на стене страницы разнообразный контент. Это необязательно тематические новости, будут добавляться интересные факты в

стране или мире, юмористические публикации, а также поздравления с различными праздниками.

4. Проводить опросы с подписчиками. Каждую неделю будут публиковаться опросы, чтобы аудитория могла повлиять на процветание площадки. Будут создаваться вопросы и варианты ответов, которые выбирают подписчики. Тем самым мы будем прислушиваться к мнению аудитории.

4. Проводить различные розыгрыши, Giveaway. Варианты проведения розыгрышей будут разнообразны: необходимые условия участия (подписка на группу, отметка друзей, репост розыгрыша на свою страницу), рассказ о самой смешной истории из своей жизни или победитель в номинации «самое необычное фото природы в Кемеровской области». В виде подарков будут представлены: бесплатные билеты на экскурсии, приобретение сувениров, участие в мастер-классах.

5. Делать публикации в других группах (бесплатно). Был проведён мониторинг самых активных групп в городах Кемеровской области и соседних областей. Главным условием было - предоставление возможности бесплатно публиковать информацию об этнической площадке в д. Шанда. Среди таких групп оказались: Пульс 42| Кузбасс, Объявления Кемерово Топки, GESHBUS - Туры по Сибири, Клуб путешественников Тур42.Ру, ~Белово~, Туристическая База отдыха "Рассвет", Томская Писаница.

6. Участвовать во взаимопиарах. Будут публиковаться информация об этнической площадке или о проведение конкурсов в группах, схожих с нашей по активности, таких как: Студия традиционного этнического танца "Перепляс, Мастерская этнических барабанов Павла Тимофеева, Этнические подарки и сувениры ручной работы, Этническая деревня "Танынаут", Теленнет калык(Телеуты), Телеуты Регион 42. А также наша группа будет участвовать в различных дискуссиях в этих или других пабликах.

7. Добавлять каждый день Stories. «Истории» будут видны в новостной ленте нашей аудитории, а также она будет показана в ленте «рекомендовано» у друзей наших подписчиков. Stories будут публиковаться каждый день в виде фото или видеоматериалов.

8. Проводить статистику за неделю. Отслеживать посещаемость и активность группы необходимо. Будет просматриваться статистика за 7 дней. Сколько человек подписались, отписались; сколько было просмотров той или иной публикации; в какое время дня больше всего активности. Исходя из полученной статистики, будут сделаны выводы, в каких моментах нужно заострить внимание при продвижении нашей группы и исправить нужные ошибки.

Для наглядности план мероприятий был оформлен в виде таблицы (см. Приложение В).

Благодаря данным мероприятиям, мы повысим активность аудитории и привлечем новых подписчиков с Кемеровской области и соседних областей.

Как было прописано ранее, страницы в Instagram этническая площадка не имеет, поэтому мы создадим ее. Для начала пропишем несколько правил по оформлению аккаунта в Instagram:

1. Аватар. Фото должно быть на светлом фоне и вызывать положительные эмоции. Фото отражает всю суть аккаунта. Название на аватаре должно быть читабельно.

2. Название аккаунта. Основное правило - простота. Человек должен легко запомнить название и потом найти вас в поиске. В идеале название должно содержать ключевые слова. Например, название города.

3. Описание. Здесь существует лимит - 150 символов, поэтому без лишних слов нужно сразу рассказать о преимуществах и зацепить человека на той стороне экрана. Прописать достоинства аккаунта, связь с Вами, призвать к

действию. Писать каждый раз с новой строки, не забывайте про EmodZ (смайлики).

4. Оформление постов. Гармонично дополнять фото или видео текстом. В тексте можно акцентировать внимание читателей на нужные вам моменты.

5. Контент. Информативный контент - информация о продукте/услуге. Развлекательный контент. Например, удачная шутка, подборка советов, опрос. Те публикации, которые заставляют пользователей улыбнуться, оставить комментарий или поделиться вашей записью. Продающий контент - это публикации, которые стимулируют пользователя совершить покупку. По количеству: 40% - информативные, 30% - развлекающие, остальное - продающие. Также публиковать рассказы о своей работе, открывайте людям интересные детали, делиться личными моментами, писать на отвлеченные темы. Необходимо быть «открытым» к аудитории, рассказывать правила, как получить ваш товар или услугу [27].

6. Текст. Абзацы выделены эмодзи. В тексте обязательно есть призыв оставлять комментарии, задавать вопросы, ставить лайк. Подписи в Instagram имеют ограниченную длину, они не должны превышать 2 200 знаков (а оптимальная длина поста 800 знаков).

7. Видео. Максимальная длительность от 3 до 60 секунд. Под видео Вы видите не только лайки, но и просмотры, что важно для Вас.

8. Фотографии. Публиковать только качественное фото. Главная ее мысль Инстаграма – визуализация. Нужно стараться придерживаться одного стиля.

Аккаунт этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области в сети Instagram:

Аватар: символ этноса

Название: Этническая площадка д. Шанда (etnointeresno42)

Описание: Первая этническая площадка в Кузбассе! Телеуты: жилье, кухня, национальная одежда.

На описание профиля нам дают меньше 150 символов, так как на только что созданной странице нет подписчиков и публикаций (*аккаунт в Instagram см. приложение Г*).

После создания аккаунта в Instagram нужно уделить внимание ее продвижению. Для этого рассмотрим несколько методов:

1. Контент и диалог с аудиторией. Отвечать на комментарии подписчиков, проводить опросы.

2. Гео-метки. При добавлении публикаций ставить отметку о геолокации.

3. Массфолловинг и масслайкинг. Массово подписываться на аккаунты других пользователей и ставить лайки.

4. Учет наилучшего времени для постинга. В будние дни после 18ч вечера, в выходные дни утром или вечером. Лучше всего выбирать не ровно 18:00 или 18:30, а 18:07 или 18:33. Это делается для того, чтобы не затеряться в общем потоке публикаций.

5. Геймификация - конкурсы, марафоны.

6. Работа с топовыми блогерами. Публикации на аккаунтах знаменитостей или блогеров вашего города или области.

7. Взаимопиар, отзывы с упоминаниями. Взаимные публикации между профилями, схожими по критериям (подписчики, активность).

8. Кросспостинг. Привязать страницы других соцсетей к страничке в Инстаграм.

9. Используйте хэштеги-рубрикаторы. После текста добавлять хэштеги, выбирать их по тебе публикации. Для того, чтобы узнать какие хэштеги являются востребованными, можно ввести запрос в поиске Google.

План мероприятий по продвижению аккаунта «Этническая площадка д. Шанда» в Instagram:

1. Публикации на странице. Это самая первая задача для развития аккаунта, так как на данный момент публикации отсутствуют. Она будет носить информационный характер, будут указаны геолокация и хэштеги. Безусловно, будет учитываться время публикации, чтобы большая часть аудитории Instagram была в сети.

2. Массфоллоving и масслайкинг. Так как на только что созданной странице отсутствуют подписчики, мы будем массово их приглашать на страницу. Рассылать запросы мы будем по местоположению, по контактам телефонной книжки, по хэштегам и «воруя» подписчиков у аккаунтов с таким же направлением, как у нас.

3. Конкурсы, розыгрыши. Таким же путем будут проводиться, что и на страницах Вконтакте и Одноклассниках. В виде подарков будут представлены: бесплатные билеты на экскурсии, приобретение сувениров, участие в мастер-классах.

4. Записывать Stories, выходить в прямой эфир. Такой же метод продвижения, что и в других соцсетях. Stories будут публиковаться каждый день в виде фото или видеоматериалов. В прямой эфир следует выходить, заранее предупредив о нем в Stories или в публикации. Также заранее будет известна тема эфира, чаще всего это будет показ достопримечательностей этнической площадки в д. Шанда, и частичный показ каких-то мероприятий или экскурсий.

5. Публикации на топовых аккаунтах. Нас интересует бесплатная реклама нашей площадки на других страницах либо на условиях взаимной рекламы.

6. Отслеживать статистику. Будет просматриваться статистика за 7 дней. Сколько человек подписались, отписались; сколько было просмотров той или иной публикации; в какое время дня больше всего активности.

Для наглядности план мероприятий был оформлен в виде таблицы (см. Приложение Д).

Таким образом, можно сделать вывод, что во всех трех соцсетях методы продвижения частично похожи друг на друга, акцент направлен на аудиторию: вовлечение, общение с ней, учитывается ее мнение и предложения, и как итог, идет постоянный контроль статистики посещаемости и активности. Для того, чтобы наша группа в соцсетях развивалась, стала активной и информативной, нужно уделять продвижению немало времени. Публикации должны быть каждый день, не говоря о рекламе. Если активность группы или аккаунта прервется на один день, то она опускается в графе «рекомендовано», а также не отображается в ленте своих же подписчиков. Вследствие чего люди теряют интерес к данной странице. Чтобы заниматься продвижением в соцсетях, необходим кадровый сотрудник, в обязанности которого будет входить продвижение этнической площадки в д. Шадна в соцсетях.

2.4.3. Привлечение инвесторов для расширения спектра услуг этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

Расширение спектра оказываемых услуг этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области будет проходить в форме государственно-частного партнерства. Для этого будут привлечены инвестиции, направленные на организацию деятельности по некоторым приоритетным направлениям развития этнической площадки [28, с.192].

На этапе подготовки мероприятий по привлечению инвесторов для развития этнической площадки мы выяснили, что приоритетными направлениями для расширения спектра предлагаемых услуг этнической площадке больше всего подойдут - организация небольшого кафе и открытие контактного зоопарка. Поэтому остановимся на этом подробнее.

Для организации питания посетителей этнической площадки и, обеспечения более комфортных условий посещения, необходимо организовать небольшое кафе на 20 посадочных мест, в котором посетители этнической площадки смогут перекусить, а также взять еду с собой в дорогу, в том числе и национальные блюда телеутов.

Примерные расходы, которые понесут инвесторы при организации кафе на территории этнической площадки, сведены в таблицу:

Таблица 4. Примерные расходы при организации кафе

<u>Наименование затрат</u>	<u>Сумма</u>
Ремонт помещения	125 000
Приобретение оборудования	240 000
Приобретение мебели	45 000
Закупка сырья и ингредиентов	50 000

Итого: 460 000 рублей.

Средний чек на одного посетителя будет примерно равен 200 рублей. Примем, что в первый год кафе будет обслуживать, в среднем, 20 человек в день. В дальнейшем количество посетителей будет расти с развитием популярности этнической площадки и контактного зоопарка на ней.

Взяты приблизительные цифры затрат на организацию небольшого пункта питания, с учетом того, что само помещение предоставляет администрация ГМР на территории этнической площадки.

Итоговая сумма затрат на организацию данного вида бизнеса может варьироваться как в большую так и в меньшую сторону, в зависимости от предпочтений инвестора и рыночной ситуации.

Для того чтобы показать потенциальным инвесторам выгоду от вложения денег в развитие этнической площадки, мы рассчитаем показатели чистого дисконтированного дохода (NPV) и внутреннюю норму доходности (IRR).

Чистый дисконтированный доход (NPV) – это сумма денежных потоков, приведенных к сегодняшнему дню.

Показатель NPV представляет собой разницу между всеми денежными притоками и оттоками, приведёнными к текущему моменту времени (моменту оценки инвестиционного проекта).

Рассчитывается по формуле:

$$NPV = -C_0 + \sum_{i=1}^n \frac{C_i}{(1+r)^i}$$

Рассчитаем дисконтированный доход инвестиционного проекта в развитие этнической площадки через 3 года при ставке дисконтирования (ключевой ставке ЦБ) 7.25 % годовых.

Таблица 5. NPV кафе

Год	Доходы проекта	Перв.инвестиции/ Расходы проекта	Чистый поток платежей	Дисконтированные платежи
0	0	460000	-460000	-460000
1	1095000	900000	195000	181818.18
2	1460000	1168000	292000	253856.48
3	2098750	1556350	542400	439670.96

Таблица 6.

	Сумма доходов	Сумма расходов	Сумма потоков
Сумма	4653750	4084350	569400

NPV = 415345.62 рублей

Так как NPV больше 0, значит доходность проекта выше нормы, заданной коэффициентом дисконтирования.

Также, рассчитаем внутреннюю норму доходности (InternalRateofReturn, IRR). Внутренняя норма доходности проекта показывает уровень рентабельности инвестиционных издержек, вложенных в проект, и вычисляется как такой коэффициент дисконтирования, при котором чистый дисконтированный доход (NPV) проекта равен нулю [29].

$$NPV = \sum_{i=0}^t C_i (1 + IRR)^{-i} = 0$$

Решение об инвестировании средств в проект принимается, если IRR больше ставки процента по долгосрочным кредитам.

Таблица 7. IRR кафе.

Лет	Доходы проекта	Перв.инвестиции/Расходы	Чистый поток платежей
0	0	460000	-460000
1	1095000	900000	195000
2	1460000	1168000	292000
3	2098750	1556350	542400

Таблица 8.

	Сумма доходов	Сумма расходов	Сумма потоков
Сумма	4653750	4084350	569400

InternalRateofReturn, IRR = 43.6844%

Вывод: Из расчета видно, что внутренняя норма доходности больше процентной ставки по долгосрочным кредитам, следовательно, инвестиции в организацию кафе будут рентабельными и имеют смысл.

Следующим направлением расширения спектра услуг будет являться организация контактного зоопарка рядом с этнической площадкой. Контактный зоопарк будет обеспечивать дополнительный поток посетителей этнической площадки и наоборот, посетители этнической площадки смогут после экскурсии посетить также контактный зоопарк.

На территории контактного зоопарка будут представляться следующие виды услуг:

- индивидуальное посещение контактного зоопарка;
- групповое посещение контактного зоопарка;
- организация детских праздников и мероприятий.

Все предоставляемые контактным зоопарком услуги будут предельно безопасны как для посетителей, так и для самих животных. Питомцами зоопарка будут исключительно неагрессивные представители фауны, а именно:

- домашняя птица (гуси, утки, курицы);

- мелкие животные и грызуны (кролики, ежи, хорьки, морские свинки);
- крупные животные (козы, овцы, свиньи, пони);

Примерные расходы, которые понесут инвесторы при открытии контактного зоопарка на территории этнической площадки, сведены в таблицу:

Таблица 9. Примерные расходы при организации контактного зоопарка

<u>Наименование затрат</u>	<u>Сумма</u>
Оборудование мест содержания животных (вольеры, клетки, скворечники и т.д.)	230 000
Система освещения и элементы декора	50 000
Хозяйственные приборы и принадлежности	20 000
Миски, кормушки	5000
Оборудование комнаты отдыха персонала	35 000
Наружная вывеска	15 000

Итого: 355 000 рублей.

Будем планировать, что билет на посещение зоопарка будет стоить 150 рублей, а также то, что в первый год работы зоопарка его будет посещать, в среднем, 20 человек в день, а затем увеличиваться на 5 человек в день с ростом популярности зоопарка. В штатном расписании будет необходимо запланировать единицу администратора и две единицы смотрителей, с заработной платой каждого в 18 000 рублей.

Рассчитаем дисконтированный доход инвестиционного проекта в развитие этнической площадки через 3 года при ставке дисконтирования (ключевой ставке ЦБ) 7.25 % годовых.

Таблица 10. NPV контактного зоопарка

Год	Доходы проекта	Перв.инвестиции/ Расходы проекта	Чистый поток платежей	Дисконтированные платежи
0	0	355000	-355000	-355000
1	1095000	1107000	-12000	-11188.81
2	1368750	1107000	261750	227557.99
3	1642500	1107000	535500	434077.80

Таблица 11.

	Сумма доходов	Сумма расходов	Сумма потоков
Сумма	4106250	3676000	430250

NPV = 295446.98рублей

Решение об инвестировании средств в проект принимается, если IRR больше ставки процента по долгосрочным кредитам.

Таблица 12. IRR контактного зоопарка

Лет	Доходы проекта	Перв.инвестиции/Расходы	Чистый поток платежей
0	0	355000	-355000
1	1095000	1107000	-12000
2	1368750	1107000	261750
3	1642500	1107000	535500

Таблица 13.

	Сумма доходов	Сумма расходов	Сумма потоков
Сумма	4106250	3676000	430250

InternalRateofReturn, IRR = 34.6226 %

Вывод: Из расчета видно, что внутренняя норма доходности больше процентной ставки по долгосрочным кредитам, следовательно, инвестиции в организацию контактного зоопарка будут рентабельными и имеют смысл.

Указав примерные суммы, которые инвесторам необходимо будет потратить на организацию точки питания и контактного зоопарка, а также просчитав возможные денежные потоки, согласно ценам на посещение, среднему чеку и затратам, которые понесут инвесторы, можно сделать вывод: что инвестирование в развитие этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области и добавления на ее территорию дополнительных услуг имеет смысл, так как будет приносить, при правильной организации, прибыль инвесторам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной дипломной работы являлась разработка плана развития этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области

В работе были рассмотрены теоретические аспекты значения «этнический туризм». В научной среде, не существует единого мнения, об определении «этнический туризм». В современном мире этнический туризм приобретает особую популярность во многих странах. Этнический туризм имеет подвиды. Наиболее близким понятием к этнотуризму можно, считать этнокультурный туризм. Далее, этнический туризм и этнотуризм подразделяются на ностальгический (генеалогический) туризм и этнографический туризм.

Этнический туризм базируется на интересе туристов к подлинной жизни народов. Современное общество привлекает изучение образа жизни различных этносов, ныне живущих и тех, что жили в далеком прошлом, интересно изучать их культуру и быт, знать историю происхождения своих предков, узнавать их традиции и обычаи [30, с.104].

В аналитической части была изучена организационная структура Управления культуры администрации ГМР и этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области. Исходя из организационной структуры этнической площадки, был сделан вывод о нехватке кадрового сотрудника, который занимался бы непосредственно развитием этнической площадки. А также были представлены общие сведения об этнической площадке в д. Шанда Кемеровской области, ее главные сооружения и памятники.

В проектной части была составлена программа исследования востребованности этнической площадки в д. Шанда Кемеровской области и разработан план ее развития.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы были проведены четыре маркетинговых исследования. Первое исследование

проводилось в виде SWOT-анализа этнической площадки. Результаты исследования показали, что сильные стороны площадки в ее большой территории, исторической ценности и в квалифицированном персонале. А слабыми сторонам являются – невыгодное расположение, недостаточно развитая инфраструктура площадки, недостаток информации об этнической площадке, слабая активность администрации.

Вторым исследованием был сравнительный анализ, выяснилось, что на рынке Кемеровской области схожие услуги по этническому направлению предоставляют 2 организации: музей-заповедник «Томская писаница» и Шорский национальный парк. Так как они находятся достаточно на большом расстоянии, они не являются нашими потенциальными конкурентами. Результаты анализа показали, что на данный момент в Интернет среде этническая площадка развита хуже двух других представленных туристских аттракций.

Третье исследование проводилось в виде опроса стихийным методом, с целью выяснить, на сколько жители соседних городов и посёлков проинформированы о существовании этнической площадки в д. Шанда. После проведенного опроса можно сделать вывод, что большая часть жителей не знает о существовании площадки, другая часть не посещала ее ни разу.

Четвертое исследование было проведено посредством интервью с экспертом в области культуры и туризма Гурьевского муниципального района. А точнее с Ларченко Ингой Викторовной – заведующей информационно-методическим отделом в Управление культуры администрации ГМР. В ходе, которого были получены ответы, что целевой аудиторией площадки являются студенты и школьники со всей области, денежные средства, полученные от деятельности площадки, уходят на коммунальные услуги и заработную плату сотрудникам, услуги, предоставляемые площадкой, не разнообразны, активность групп в социальных сетях не наблюдается.

Таким образом, проанализировав всё выше сказанное, был сделан вывод: развитие этнической площадки рекомендуется проводить в двух направлениях - увеличение спектра предлагаемых услуг и продвижение площадки в сети Интернет для увеличения посещаемости.

Деньги, которые будут необходимы для организации мероприятий по привлечению инвесторов, будут запланированы в бюджет Гурьевского муниципального района на 2019 г. Работы по организации кафе и контактного зоопарка планируется завершить до конца 2019 года. В данный момент уже создан аккаунт в социальной сети Instagram, ведется его тестирование.

В заключении хотелось бы отметить и то, что благодаря проведенным мероприятиям по развитию, этническая площадка расширит спектр услуг и станет информативной в Интернет среде, тем самым даст знать о себе на региональном уровне, что даст толчок в развитии этнического туризма в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сундуев Ч.Б., Хышиктуева Л.В. Этнотуризм как одно из направлений культурно-познавательного туризма. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnoturizm-kak-odno-iz-napravleniy-kulturno-poznavatel'nogo-turizma>, свободный.- Загл. с экрана.
2. Официальный сайт. Ростуризм. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/>, свободный.- Загл. с экрана.
3. Нанакина Ю.С., Рамазанова Л.Р. Этнотуризм как новое направление туриндустрии: значение и факторы социально-экономического развития. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnoturizm-kak-novoe-napravlenie-turindustrii-znachenie-i-factory-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya>, свободный.- Загл. с экрана.
4. Старкова И.И., Мантатова А.В., Дагбаев Б.В. Особенности управления развитием этнического туризма. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-razvitiem-etnicheskogo-turizma>, свободный.- Загл. с экрана.
5. Святоха Н.Ю., Филимонова И.Ю. Подходы к классификации этнического туризма. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-klassifikatsii-etnicheskogo-turizma>, свободный.- Загл. с экрана.
6. Атаева Л.М. Традиционные и инновационные направления развития этнического предпринимательства. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-i-innovatsionnye-napravleniya-razvitiya-etnicheskogo-predprinimatelstva>, свободный.- Загл. с экрана.

7. Барлукова А. В. Классификационный статус этнического туризма // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2010. № 4(72). С. 106 – 108.

8. Сиротина И.Л., Тенхунен П.Ю., Грачёва А.Г. Этнический туризм как условие устойчивого развития региона. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskij-turizm-kak-uslovie-ustoychivogo-razvitiya-regiona>, свободный.- Загл. с экрана.

9. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

10. Сабадаш Ю.С., Гавенко Е.С. Этнокультурный туризм: особенности и перспективы развития. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnyy-turizm-osobennosti-i-perspektivy-razvitiya>, свободный.- Загл. с экрана.

11. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.

12. Официальный сайт администрации Кемеровской области. Стратегия развития туризма в Кемеровской области до 2025 года. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://visit-kuzbass.ru/documenti/Strategija_razvitija_turizma.pdf, свободный.- Загл. с экрана.

13. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. М.: Финансы и статистика. 2009. – 153с.

14. Насонов А.А., Пронина С.А. Духовное наследие этносов юга западной Сибири в деятельности музеев под открытым небом севера Кемеровской области. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/duhovnoe-nasledie-etnosov-yuga-zapadnoy-sibiri-v->

deyatelnosti-muzeev-pod-otkryтым-nebom-severa-kemerovskoy-oblasti,

свободный.- Загл. с экрана.

15. Кимеева Т.И., Пронина С.А. Проблемы фондовой деятельности в этнографических музеях под открытым небом западной Сибири. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-fondovoy-deyatelnosti-v-etnograficheskikh-muzeyah-pod-otkryтым-nebom-zapadnoy-sibiri>,

свободный.- Загл. с экрана.

16. Официальный сайт. Положение об Управление культуры администрации ГМР. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uk-guryevsk.muzkult.ru/img/upload/2843/documents/Polozhenie.PDF>,

свободный.- Загл. с экрана.

17. Экомuzeи Кемеровской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://knowledge.allbest.ru/geography/3c0b65625a3ac68b4c53a89421316c36_0.html, свободный.- Загл. с экрана.

18. Скворцова В.Н. Учебно-исследовательская работа студентов. – М.: Томский политехнический университет, 2014. – С. 14-17.

19. Официальный сайт. Историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gukmztp.ru/index2.html>, свободный.- Загл. с экрана.

20. Официальный сайт. Шорский национальный парк. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.shorskynp.ru/>, свободный.- Загл. с экрана.

21. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.

22. Дурович А.П. Маркетинг в туризме Учебное пособие. – М.: Новое знание, 2003. - 496 с.

23. Всероссийский центр изучения общественного мнения. Самые популярные социальные сети. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://360tv.ru/news/obschestvo/socialnie-seti/>, свободный.- Загл. с экрана.

24. История появления социальных сетей. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wiki.rookee.ru/socialnaya-set/>, свободный.- Загл. с экрана.

25. Продвижение «ВКонтакте»: 75 советов по раскрутке группы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/effektivnoe-prodvizhenie-vkontakte-50-sovetov-i-more-poleznykh-servisov.html>, свободный.- Загл. с экрана.

26. Глобальная сеть Интернет: история развития. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sbmtwiki.wikidot.com/wiki:globalnaa-set-internet:istoria-razvitiia>, свободный.- Загл. с экрана.

27. Блог Tilda Publishing. Продвижение в Instagram. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tilda.education/articles-instargam-promotion>, свободный.- Загл. с экрана.

28. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.: Издательский дом "Герда", 2000. - 192 с.

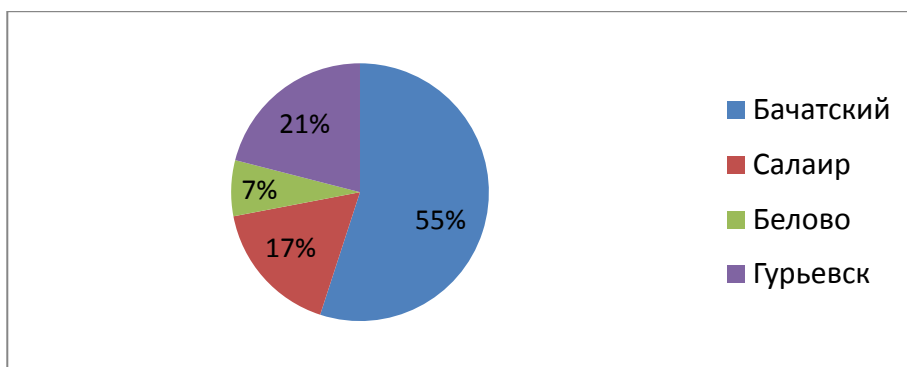
29. Калькулятор онлайн. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kalkulaator.ee/ru/chistyj-diskontirovannyj-dohod-npv>, свободный. – Загл. с экрана.

30. Артёмова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма. Учебное пособие. /Козлова В.А. – М.: ОрёлГТУ, 2005. - 104 с.

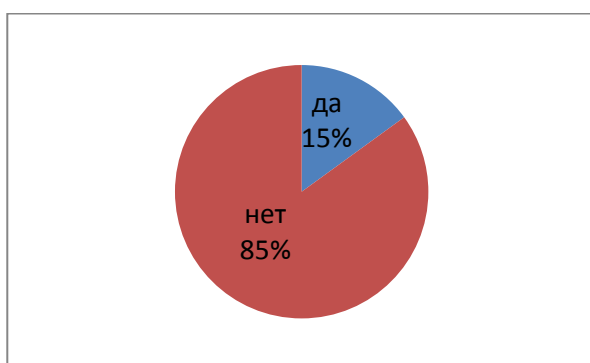
ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Результаты опроса

1. Из какого Вы города/посёлка?

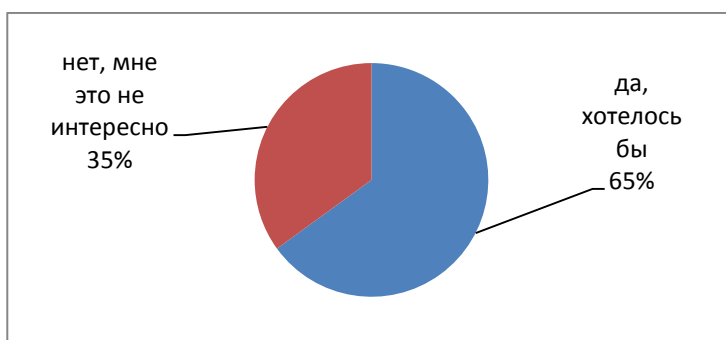


2. Знаете ли Вы о существовании этнической площадки, расположенной в д. Шанда?



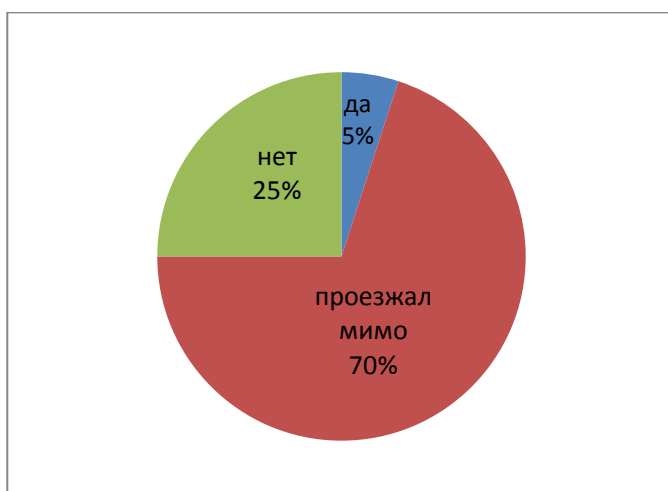
Если ответ был «нет», то:

3. Интересно ли Вам побывать на экскурсиях, где Вас познакомят с обычаями и традициям коренных жителей Кузбасса?

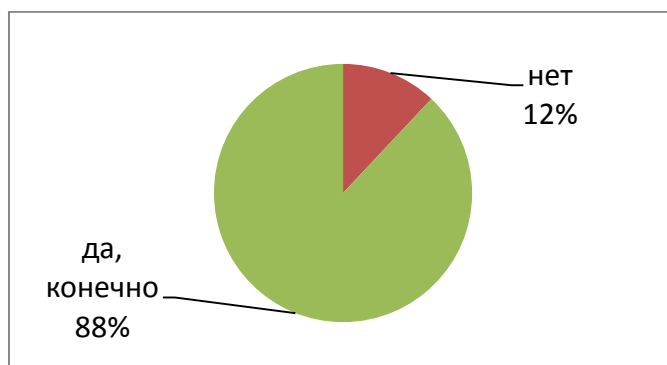


Если ответ был «да», то:

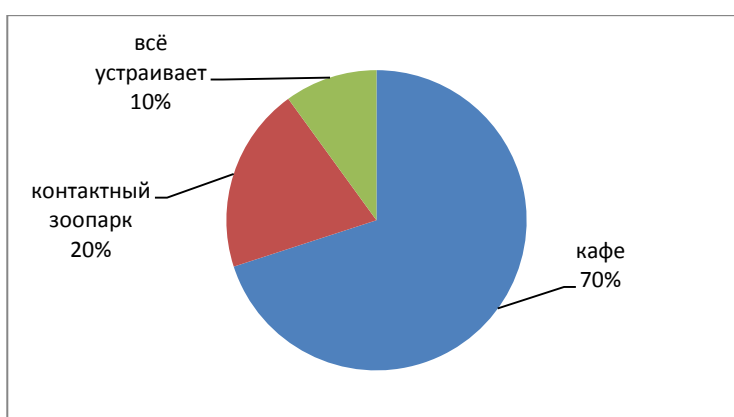
3. Приходилось ли Вам побывать там?



4. Посоветовали бы кому-нибудь посетить этническую площадку?



5. Что бы Вам хотелось еще видеть на ее территории?



Приложение Б. Интервью

Интервью с заведующей информационно-методическим отделом Управления культуры Гурьевского муниципального района Ларченко Ингой Викторовной:

В настоящее время этническая площадка в д. Шанда Кемеровской области организует экскурсии для школьников, студентов со всей области. Во время экскурсий туристам предлагают концертную программу вокальных и танцевальных телеутских коллективов. Также проводятся различные мастер-классы по лепке из глины. По завершению экскурсии всех гостей приглашают отведать национальные блюда, примерить телеутскую одежду, при желании приобрести себе на память.

На сегодняшний день деятельность этнической площадки полностью финансируется из бюджета Гурьевского муниципального района. Все деньги, которые поступают от проведения мероприятий на этнической площадке, идут на ее содержание, а также зарплату сотрудникам и коммунальные платежи.

Считаю, что интернет для продвижения нашей этнической площадки играет важную роль. На данный момент мы недостаточно развивали это направление. Сейчас имеется только одна страница Вконтакте с небольшой численностью подписчиков. Человека, ответственного за продвижение этнической площадки, в сети Интернет, к сожалению, нет.


Приложение В. Таблица. План мероприятий по продвижению группы в соцсетях Вконтакте «Телеутская площадка д. Шанда» и Одноклассников «СДК Шанда»

Добавить новую вкладку «обсуждение».	со следующими темами: Отвечаем на ваши вопросы. Любимое место на этнической площадке? Что бы Вы еще хотели видеть на территории площадки? Ваши отзывы и предложения.
Добавить полезные ссылки на страницу.	ссылки на свои страницы в других соцсетях, а также ссылки на востребованные страницы и страницы о SMM
Разнообразный контент.	новости на отвлеченную, но актуальную тему, интересные факты, юмористические публикации
Проводить опросы с подписчиками.	1 раз в неделю выбирать тему, касаемую этнической площадки, тем самым вовлекать аудиторию в процесс
Проводить различные розыгрыши, Giveaway.	разыгрывать бесплатные билеты на посещение экскурсии или приобретение сувенирной продукции телеутского народа. Главными условиями участия в розыгрыше будут: подписка на группу, отметка друзей под розыгрышем.
Делать публикации в других группах (бесплатно).	в таких пабликах, как: Пульс 42 Кузбасс, Объявления Кемерово Топки, GESHBUS - Туры по Сибири, Клуб путешественников Тур42.Ру, ~Белово~, Туристическая База отдыха "Рассвет", Томская Писаница.
Участвовать во взаимопиарах.	делать публикации в группах, схожих с нашей по количеству подписчиков и активности, а также участвовать в различных дискуссиях в других пабликах
Добавлять каждый день Stories.	сообщать тем самым о новинках на этнической площадке, а также о мероприятиях, розыгрышах

Проводить статистику за неделю.	отслеживать статистику за прошедшую неделю на вкладках «посещаемость», «охват», «активность»
---------------------------------	--

Приложение Г. Аккаунт в Instagram

etnointeresno42 ▾ 🔄 📊 👤¹ ⋮

 0 публика... 0 подписч... 0 подписки


[Продвигать](#) [Редактировать профиль](#)

Этническая площадка д.Шанда
Музей
! Первая этническая площадка в Кузбассе!
👤 Телеуты
🏠 Жилье
🍳 Кухня
👗 Национальная одежда
Gurevsk, Kemerovskaya Oblast', Russia 652642

[Позвонить](#) | [Эл. адрес](#) | [Как добраться](#)

⋮ ☰ 👤 📌

Первая информативная публикация на странице в Instagram:

 **etnointeresno42**
Гурьевск (Кемеровская область)



[Посмотреть статистику](#) [Продвигать](#)

📍 **etnointeresno42** Добро пожаловать на ПЕРВУЮ телеутскую этническую площадку в КУЗБАССЕ! 🙄
Мы предлагаем Вам:
✓ Экскурсии с возможностью примерить национальную телеутскую одежду, попробовать национальные блюда, увидеть настоящую юрту
✓ Развлекательные программы: тематические праздники, выступление национальных коллективов
✓ Мастер-классы

📌

1 отметка «Нравится»

etnointeresno42 Добро пожаловать на ПЕРВУЮ телеутскую этническую площадку в КУЗБАССЕ! 🙄
Мы предлагаем Вам:
✓ Экскурсии с возможностью примерить национальную телеутскую одежду, попробовать национальные блюда, увидеть настоящую юрту
✓ Развлекательные программы: тематические праздники, выступление национальных коллективов
✓ Мастер-классы
! А также.... на нашей территории Вы можете увидеть языческие сооружения, памятники
🐾 контактный зоопарк с сельскохозяйственными животными (козы, кролики, овечки, барашки, жеребята, гуси, утки)
🍳 кафе с русской и узбекской кухней, в меню кафе есть несколько блюд национальной кухни телеутов

Погрузись в мир телеутского народа вместе с нами... 🙄
#travel #vacation #tourist #путешествия #поход #туризм #турист #поездка #отпуск #отдых #отдыхаем #тур #путь #этническаяплощадка #телеуты #музейподоткрытымнебом #кемеровскаяобласть #сибирь #этнос #этнотуризм

6 МИНУТ НАЗАД

Приложение Д. Таблица. План мероприятий по продвижению аккаунта «Этническая площадка д. Шанда» в Instagram

1. Публикации на странице	в ней будет указана геолокация Гурьевск (Кемеровская область); прописаны самые популярные хэштеги о туризме - #travel #vacation #tourist #путешествия #поход #туризм #турист #поездка #отпуск #отдых #отдыхаем #тур #путь; узконаправленные хэштеги - #этническаяплощадка #телеуты #музейподоткрытымнебом #кемеровскаяобласть #сибирь #этнос #этнотуризм
2. Массфоллоуинг	подписки на своих друзей, путем поиска людей по геолокации, по хэштегам #кемеровскаяобласть #кузбасс #кемерово #томск #новосибирск #этническийтуризм #музей #культура #история
3. Конкурсы, розыгрыши	разыгрывать бесплатные билеты на посещение экскурсии или приобретение сувенирной продукции телеутского народа. Условия участия: подписка на группу, отметка друзей под розыгрышем, репост розыгрыша на своей странице.
4. Stories, прямой эфир	«истории» будут записываться либо утром, когда все просыпаются и едут на учебу/работу, либо вечером, когда все приходят домой. Информация о предстоящих мероприятиях, розыгрышах или просто интересные факты.
5. Публикации на топовых аккаунтах	в следующих аккаунтах: vkemerovo, belovosity, gurievsk42, kemerovo_insta и другие.
6. Статистика	отслеживать статистику за прошедшую неделю на вкладках «посещаемость», «охват», «активность»