

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой СЦР
_____ Л.Э. Панкратова
« ____ » _____ 2018 г.

САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Выпускная квалификационная работа бакалавра
по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение
(по отраслям)
профилю подготовки «Сервис»
профилизации «Туризм и гостиничный сервис»

Идентификационный код ВКР: 319

Исполнитель:
студентка группы ТГС-413

А.А. Шаркова

Руководитель:
доцент кафедры социологии и
социальной работы,
канд. социол. наук

О.И. Власова

Нормоконтролер:
ст. преподаватель кафедры
социологии и социальной работы

В.С. Куимов

Екатеринбург 2018

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа выполнена на 58 страницах, содержит 40 источников литературы, а также 2 приложения на 12 страницах.

Ключевые слова: ТУРИЗМ, САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА, СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЫ.

Объектом работы является самостоятельный туризм как вид туризма.

Предметом работы выступают проблемы функционирования самостоятельного туризма.

Цель работы – проанализировать проблемы функционирования самостоятельного туризма.

Работа посвящена анализу проблем развития самостоятельного туризма. Во введении раскрыта актуальность темы, степень её научной разработанности, практическая значимость работы, дана общая характеристика использованных в работе методов анализа и сбора эмпирической информации, сформулированы цели, задачи, определён объект и предмет дипломной работы.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты самостоятельного туризма, а именно раскрыты понятие, виды, особенности данного вида туризма, проанализированы современные ресурсы, помогающие самостоятельному путешественнику и раскрывается экономическая выгодность для самостоятельного туриста.

Вторая глава представляет собой практическое исследование, посвященное оценке самостоятельного туризма молодежью города Екатеринбурга.

Третья глава посвящена методической разработке по теме выпускной квалификационной работы.

В заключении подведены итоги работы, сформулированы ключевые выводы, обозначены перспективы дальнейших исследований по данной теме.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	6
2. САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ ЕКАТЕРИНБУРГА	26
3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ «ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА».	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	55
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – Программа исследования	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – Анкета исследования	61

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования данной темы связана с развитием самостоятельного туризма и популярностью данного вида туризма среди молодежи. Аудитория самостоятельных путешественников стремительно растёт, поэтому появляется необходимость изучения этой аудитории, что бы можно было разработать рекомендации их привлечения.

При изучении видов туризма, мы должны учитывать существование самостоятельного туризма и влияние его на рынок турагентств. С каждым годом благодаря развитию интернет ресурсов эта аудитория увеличивается и необходимо привлекать этот сегмент рынка. В настоящее время активно развиваются информационные технологии, появляются новые сервисы и платформы, помогающие туристу существенно экономить на проживании и трансфере, а это основные затраты туриста. Пока эта аудитория еще не такая большая т.к. о существовании таких сервисов мало кто знает, но это вопрос времени ведь туризм занимает важную роль в жизни каждого человека независимо от его достатка и нельзя забывать о том, что в условиях сегодняшней экономической ситуации люди стремятся экономить. Тур фирмы должны понимать, как это функционирует и найти способы привлечения аудитории самостоятельных путешественников.

Степень разработанности проблемы: существенный вклад в исследование самостоятельного туризма внесли А.Ю. Александрова, В.Е. Арифеев, Ю.П. Грицак, В.А. Лепешкин, О.Т. Лойко, В.В. Мошняга, Е.Л. Писаревский, Т.В. Рябова, и др. Проблемами туризма занимались Е.А. Джугазова, К.В. Старастенко, В.Н. Якунин. Индивидуальный туризм рассмотрен в работах А.П. Дуровича, Е.Н. Ильнина, В.Г. Шубаева и др.

Цель выпускной квалификационной работы – проанализировать проблемы функционирования самостоятельного туризма.

Объект исследования – самостоятельный туризм как вид туризма.

Предмет исследования – проблемы функционирования самостоятельного туризма.

В соответствии с поставленной целью в работе решаются следующие задачи:

1. Проанализировать теоретические подходы к изучению самостоятельного туризма.
2. Представить самостоятельный туризм в оценках молодежи Екатеринбурга.
3. Разработать методическую разработку по теме «Теоретические подходы к изучению самостоятельного туризма».

Эмпирическая база: в работе использован такой метод исследования как анкетный опрос. В ходе исследования было опрошено 50 респондентов. Опрашивалась молодежь города Екатеринбурга с целью выявления их отношения к самостоятельному туризму. Анализ результатов исследования анализ научно-методической литературы по теме исследования и результаты других исследований.

Практическая значимость: результаты исследования могут быть полезны для туристских предприятий для большего понимания интересов молодого потребителя. Опираясь на результаты исследования, туроператоры могут разрабатывать турпакеты, отвечающие интересам молодежи, это позволит привлечь данную аудиторию. Также были разработаны рекомендации для турфирм.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Имея длительную историю, туризм до сих пор не получил однозначного определения и по-разному трактуется не только отдельными специалистами, но и туристскими организациями. Как сложное социально-экономическое явление он недостаточно изучен и трудно поддается количественной оценке. В научной литературе по вопросам туризма отсутствует однозначное его определение. Но, несмотря на различие формулировок, все авторы включают в понятие «туризм» туристские потребности и мотивации, особенности поведения туристов, их пребывание вне постоянного местожительства, экономические отношения, складывающиеся между туристами и производителями товаров и услуг, взаимодействие сферы туризма с окружающими природной, экономической и другими макросредами¹. Широкое распространение среди специалистов получило сущностное определение туризма, предложенное Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма. Согласно ему, туризм есть «совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы». Сегодня под термином туризм понимается путешествие за пределы постоянного места жительства с любой целью кроме заработка и смены постоянного места жительства, а также удовлетворение общественных потребностей (рекреационных, деловых, политических, образовательных и др.), связанных с необходимостью перемещения в пространстве масс людей². В статье 1 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм определяется как временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без

¹Буйленко В.Ф. Туризм: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс. 2011. С. 56.

²Арефеев В.Е. Введение в туризм: учебное пособие для студентов географического факультета. Барнаул: АГУ, 2002. С. 153.

гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания¹.

Туризм можно классифицировать в зависимости от целей и мотивации туриста, сюда относится спортивный, рекреационный, лечебный, учебный, религиозный, экскурсионный и т.д. Виды туризма определяют по характеру маршрута, например, пеший, автомобильный, конный, горнолыжный, водный и т.д. Формы туризма выделяют по характерным отличительным признакам таким как организация путешествия, состав участников, сезонность, таким образом, в структуре туризма самостоятельный туризм занимает место в формах туризма и относится к организационной форме туризма².

В условиях изменений экономики и стремительного развития технологий появляются новые способы организации путешествий, в частности речь идет о самостоятельном туризме. Туризм различают на организованный и самостоятельный. В отличие от первого понятия, строгого определения самостоятельного туризма нет. Это связано с тем, что еще не так давно самостоятельный туризм определялся, как путешествие с использованием активных способов передвижения, организуемых туристами самостоятельно. Но сегодня, однозначного определения этому термину нет, и авторы дают разные названия и определения этому явлению. Самостоятельный туризм (также самодеятельный, независимый, свободный, «дикий» туризм) — это путешествие, совершаемое с полным или частичным отказом от услуг туроператоров и трагентов, но в большинстве случаев не подразумевает полного отказа от использования туристических (не агентских) услуг. Грицак Ю.П. определяет самостоятельный (неорганизованный) туризм как специфический вид общественной туристской деятельности, осуществляемый

¹Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)

²Зеленин А.А. Туристская деятельность: сущность, виды туризма, особенности организации // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 2. С. 277.

на добровольной самостоятельной (любительской) основе¹. При его организации путешественник самостоятельно формирует маршрут своего путешествия, а также выбирает и приобретает все его составляющие (билеты, проживание, питание, экскурсии и т. д.)². В законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» даётся определение: туризм самостоятельный – туризм, организуемый туристами самостоятельно³. А. Ю. Александрова применяет понятие «неорганизованный туризм», который представляет собой путешествия, организованные самими туристами, без участия туристского предприятия. Туристы при этом самостоятельно разрабатывают маршрут путешествия, определяют объекты посещения, количество ночевок и оплачивают только туристские услуги (проживание, питание и т.д.) во время их приобретения⁴. О.Т.Лойко считает, что неорганизованные туристы не связаны никакими взаимными обязательствами с разного рода посредниками — общественными организациями или туристскими фирмами. Они путешествуют на принципах самостоятельности и самообслуживания⁵. Т.В.Рябова и Е.В.Эртман в статье «Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма» применяют понятие «самостоятельный туризм», под которым понимают специфический вид туристской деятельности, в рамках которой турист формирует туристский продукт самостоятельно, в соответствии с собственными желаниями, мотивами и потребностями посредством приобретения отдельных элементов своего путешествия. На наш взгляд понятие «самостоятельный туризм» является наиболее приемлемым для обозначения данного явления.

¹Грицак Ю.П. Организация самодеятельного туризма: Учебное пособие для студентов специальности «туризм». Харьков: Экограф, 2008. С. 13.

²Самостоятельный туризм. Электронный словарь Академик [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://test.academic.ru/dic.nsf>

³Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)

⁴Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник 2—е изд. перераб. и доп. Москва: КНОРУС, 2010. С. 270.

⁵Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие. Томск: ТПУ, 2007. С. 120.

Понятие самостоятельного туризма схоже с понятием индивидуального туризма, поэтому необходимо развести эти два термина. Важно понимать, что они не являются синонимами, а это два разных вида туризма, которые имеют различные друг от друга характеристики¹. Главное отличие этих двух видов туризма заключается в том, что индивидуальный туризм предполагает обращение в турфирму за формированием немассового тура, это значит, что турфирма полностью составляет тур, учитывая предпочтения туриста, получая по итогу пакет услуг в который входит не только проживание и питание, но и экскурсии, бронирование билетов, транспорта и доп. услуг. Другими словами, турист не формирует самостоятельно свой тур, а позволяет это сделать турагенту. Самостоятельный туризм предполагает полный или частичный отказ от услуг турфирмы, т.е. при самостоятельном формировании тура, даже при обращении в турфирму за отдельными услугами турист не получает пакет услуг. Индивидуальный туризм может считаться связующим звеном между организованным и самостоятельным формированием тура т.к. имеет черты и того и другого вида, однако это разные понятия, которые необходимо различать.

Самостоятельные туристы сами выбирают и разрабатывают маршруты своих путешествий. Самостоятельность является высшей формой социальной активности, это «внутреннее самовыражение личности, группы». Самостоятельный туризм объединяет на добровольных началах любителей пешеходных, спелеологических, велосипедных, автомобильных, горных и других походов разной квалификации. Исторически путешествия появились раньше, чем массовый туризм, получивший развитие в XX в. До возникновения массового туризма любое путешествие могло считаться самостоятельным. В настоящее время можно разграничить массовый рынок путешествий, реализуемых как готовый продукт, и рынок самостоятельных путешествий (или независимых путешествий — independent travels). Массовый туризм

¹Рябова Т.В. Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма // Сервис. 2016. № 3. С. 9.

предполагает, что путешествие осуществляется в рамках тура, организованного туроператором. Сформированное туроператором путешествие (или туристский продукт) включает в себя комплекс услуг по перевозке, проживанию, экскурсионному обслуживанию и т. д., предоставляемых туристу за определенную цену. Самостоятельное путешествие включает в себя те же самые составляющие, однако эти составляющие приобретаются туристом не в комплексе (то есть не как единый туристский продукт), а по отдельности.

Популярность самостоятельного туризма начала возрастать в конце XX — начале XXI вв¹. Росту популярности самостоятельных путешествий способствует развитие интернет-технологий (онлайн бронирование, электронный билет, различные Веб-форумы о самостоятельных путешествиях и т. п.), которые позволяют быстро находить необходимую информацию и покупать составляющие путешествия².

Как в организованном, так и в самостоятельном туризме можно выделить классификацию. Основным фактором, позволяющим классифицировать путешествие по видам туризма можно выделить мотивацию человека т.е. цель, которая побудила человека осуществить путешествие.

- Туризм с целью отдыха. Данный вид заключается в кратковременном или более продолжительном отдыхе с целью физического или психологического восстановления организма. Кроме того, к этой группе относится и курортный отдых, при котором для лечения или восстановления сил используются природные свойства почвы, климата и морской воды.

- Туризм с целью изучения культуры. Туризм, ориентированный на познание чужой культуры, подразделяется на познавательный и паломнический. Познавательный туризм охватывает собой посещение исторических, культурных или географических достопримечательностей.

¹ Макаренко С.Н. История туризма: учебное пособие. Таганрог: ТРТУ. 2003. С. 31.

² Якунин В.Н. Виды туризма: историография проблемы // Россия – Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Вып. 1. Самара. 2016. С. 240.

Туристы, путешествующие с познавательной целью, чаще всего интересуются социальными и экономическими отношениями посещаемых ими стран. Целью паломнического туризма является посещение мест, имеющих особое религиозное значение.

- **Общественный туризм.** В качестве общественного туризма выступают поездки с целью посещения родственников, знакомых, друзей (в международной терминологии известен как *visiting friends and relatives - VFR*), а также клубный туризм. Клубный туризм отличается тем, что путешествующие сознательно интегрируются в группы. Объединение в группы происходит при наличии интересующей людей развлекательной или спортивной программы.

- **Спортивный туризм.** К спортивному туризму относятся поездки с целью активного участия в спортивных мероприятиях, а также поездки, которые носят пассивный характер участия в спортивных соревнованиях¹.

- **Экономический туризм** - поездки, совершаемые из профессионального и коммерческого интереса: посещение бирж, выставок, ярмарок и т.д.

- **Конгрессовый (политический) туризм** подразделяется на дипломатический туризм, участие в конгрессах, а также туризм, связанный с политическими событиями и мероприятиями.

Иногда необходимость конкретизации туризма по его формам возникает в связи с различной длительностью путешествий (продолжительные и непродолжительные путешествия). В этом случае в качестве основного критерия такой классификации выбран срок пребывания в путешествии. Если путешествия различаются по такому внешнему критерию, как длительность пребывания, то можно сказать, что эти путешествия относятся к различным формам туризма. Существует много возможностей, позволяющих выделить формы туризма по внешним критериям: по происхождению туристов; по

¹*Гананольский В.И.* Туризм и спортивное ориентирование: учебник для институтов и техникумов физической культуры. Москва.: Физкультура и спорт, 1987. С. 62.

организационной форме; по длительности пребывания в путешествии; по возрасту; по транспортным средствам; по времени года или сезону. На первый взгляд может показаться, что между формами и видами туризма нет большого различия. В обоих случаях путешествия группируются исходя из определенных точек зрения. Разница состоит в том, что виды туризма различаются по мотивации путешествующих, т.е. по внутренним факторам, а формы туризма – по внешним причинам и воздействиям, что очень важно для менеджмента¹.

- Формы туризма в зависимости от происхождения туристов. В зависимости от происхождения путешествующих, туризм подразделяется на внутренний и международный. В данном случае слово «происхождение» относится не к национальности или месту рождения человека, а к его месту жительства и работы.

- Формы туризма в зависимости от его организации (организованный, неорганизованный, самостоятельный, индивидуальный)². В зависимости от форм организации различают паушальный (предоставление комплекса услуг за одну стоимость) и индивидуальный туризм. Паушальный тур - это стандартизированный, предварительно организованный комплекс туристских услуг. Самостоятельный тур имеет те особенности, что турист организует и осуществляет его самостоятельно. Подобные туры называются также одиночными, но это не означает, что нужно путешествовать в одиночку, ведь путешествовать можно и семьей, и при этом путешествие называется одиночным.

- Формы туризма в зависимости от длительности пребывания. Очень важной классификацией форм туризма является их классификация в зависимости от продолжительности пребывания. Продолжительность путешествия относится ко времени, которое затрачивается туристом в ходе поездки или пребывания в посещаемом месте или стране. Продолжительные

¹Карпова Г.А. Классификация в туризме: практика и методология // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 2. С. 64.

²Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник. Москва: Федеральное агентство по туризму. 2014. С. 23.

путешествия, как правило, дополняются непродолжительными поездками. К непродолжительным поездкам относятся транзитные поездки, однодневные поездки и кратковременный туризм. Транзитный туризм – это остановки туристов по пути следования к месту назначения. Однодневный туризм – это туры продолжительностью в световой день: они не предполагают остановки на ночлег. Особенно важная форма непродолжительного туризма – кратковременный туризм. Кратковременный туризм включает в себя деловой туризм и поездки на выходные дни¹. Независимо от того, совершаются поездки в деловых или личных целях, средняя их продолжительность составляет 2-4 дня, т.е. они включают минимально один, максимально - три ночлега.

- Формы туризма в зависимости от возраста путешественников. При классификации форм туризма учитывается также возраст путешественников. По возрастной шкале определены следующие группы туристов: дети, путешествующие со своими родителями; молодежь (туристы в возрасте 15-24 лет); относительно молодые, экономически активные люди в возрасте 25 - 44 лет; экономически активные люди среднего (45 - 64 лет) возраста (путешествуют, как правило, без детей); пенсионеры (65 лет и старше).

- Формы туризма в зависимости от транспортных средств. В зависимости от транспортного средства, используемого для перемещения туристов из одного места в другое, различаются следующие формы туризма: авиатуризм, автобусный, железнодорожный, автомобильный и морской.

- Формы туризма в зависимости от времени года. В зависимости от времени года различается зимний и летний туризм. Сезонная классификация форм туризма показывает колебания спроса на туристские услуги в течение года. Время, в которое совершается максимальное количество поездок, называется туристским сезоном, период спада путешествий - межсезоньем. Туристские сезоны в разных регионах могут не совпадать.

Особые разновидности самостоятельного туризма:

¹Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. Санкт-Петербург: Герда. 2007. С.240.

- Автостоп — перемещение между городами на попутном транспорте без оплаты;
- Автотуризм — путешествие на своём или арендованном автомобиле¹;
- Бэкпэкинг — путешествие, осуществляемое любыми доступными способами за минимальные деньги (как правило, за счёт отказа от услуг туроператоров и предпочтения дешёвых способов перемещения и проживания);
- Букинг - путешествие, которое организуется самостоятельно, т.е. без привлечения туроператоров и использования их услуг, в таком случае человек оформляет визу, покупает билеты - самостоятельно, а отель бронирует через специальный интернет-сервис типа hrs.com;
- Велотуризм — путешествие на велосипеде;
- Социальные сети для самостоятельных путешественников и бэкпэкеров такие как Hospitality Club, CouchSurfing и др., члены которых предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий².

Представим основные характеристики самостоятельного туризма:

1. Главной характерной чертой является свобода выбора. Турист самостоятельно выбирает место путешествия, его маршрут, количество дней нахождения, способы передвижения и размещения, типы питания и экскурсионного обслуживания.

2. Самостоятельный турист имеет возможность создавать программу собственной поездки, выбирая наиболее желаемые, отражающие его интересы объекты посещения в рамках поездки. Поэтому вариативность маршрута и содержания программы путешествия можно рассматривать в качестве следующей особенности самостоятельного туризма³.

¹Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие. Ростов-на-Дону: Феникс. 2008. С. 152.

²Савин Д.А. Специальные виды туризма учебное пособие. Ярославль. 2013. С. 13.

³Алексеев А.А. Что такое самодеятельный или спортивный туризм // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2013. № 3. С. 139-141.

3. Использование современных интернет технологий. Основным объективным фактором, повлиявшим на стремительное развитие самостоятельного туризма, стало внедрение информационных технологий и телекоммуникаций. Технологии лежат в основе систем бронирования. Благодаря технологиям, человек, имея доступ в интернет, может получить информацию по всем видам услуг, в том числе, по турпакетам, средствам размещения, авиаперевозкам, а также аренде автомобилей. В режим «онлайн» переносятся все основные задачи, которые ранее осуществлял представитель турфирмы: выбор продукта или отдельных услуг, бронирование, предоплата, оплата, аннулирование, перебронирование¹.

4. Стремление к эксклюзивной, интересной программе путешествия. Т.В.Рябова и Е.В.Эртман отмечают, что помимо развития технологий импульсом для роста количества самостоятельных туристов стали недостатки массового пакетного турпродукта, предлагаемого турфирмами-посредниками (программы могут быть стандартизированы, перегружены). Включение эксклюзивности в программу тура, как правило, приводит к существенному повышению его стоимости, вследствие чего снижается доступность такого продукта для туристов.

5. Так же на наш взгляд, переход к массовому самостоятельному планированию тур поездок был вызван появившимся недоверием населения к туроператорам. В июле–сентябре 2014 г. произошла череда банкротств ведущих компаний. Разорение стало беспрецедентным явлением в истории современного российского туризма. В результате, многие российские туристы были вынуждены перестать пользоваться услугами турфирм и начать организовывать свой отдых самостоятельно. Кроме того, как показывает анализ зарубежных и отечественных публикаций, на рынке туризма наблюдается

¹Мошняга В.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. № 3 (9). С. 23.

тенденция изменения поведения потребителей в сторону большей самостоятельности и независимости от туристских предприятий¹.

Несмотря на положительные стороны самостоятельного туризма, все — таки существует ряд проблем, который вызывают сложности. Основными проблемами для самостоятельных туристов являются вопросы медицинской страховки и здоровья, визовые формальности, вопросы безопасности за границей. Однако тенденцией последнего десятилетия стало активное развитие самостоятельного туризма т.к. при таком способе организации у туристов имеется самостоятельность и независимость от турагентства, они могут экономить, а также расширяется спектр направлений отдыха. Таким образом, самостоятельный способ организации туризма позволяет детально спланировать путешествие, исходя из личных предпочтений, а также сделать это самостоятельно без посредников и переплат.

Совсем недавно под самостоятельным туризмом понимался активный или походный вид туризма², но сегодня в законодательстве рамки этого понятия расширились и под самостоятельным туризмом понимают путешествие организованное без услуг тур агентов или только частичное использование их услуг. Поскольку мы рассматриваем современное состояние самостоятельного туризма нельзя не сказать о том, что большую роль в этом играют информационные технологии, а именно социальные сети и интернет ресурсы – сервисы, помогающие современному туристу³. Способов для организации самостоятельного туризма в условиях современного мира очень много. Рассмотрим более подробно последние способы, позволяющие существенно экономить на проживании и трансфере такие как CouchSurfing и BlaBlaCar.

¹*Рябова Т.В.* Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма // Сервис. 2016. № 3. С. 4.

²*Константинов Ю.С.* Детско-юношеский туризм: учеб. -метод. пособие. 2-е изд., стер. Москва: ФЦДЮТиК, 2008. С. 21.

³*Ветитнев А.М.*, Социальные сети: новые возможности для управления организациями туристско-рекреационного комплекса // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 1-17. С. 57.

CouchSurfing – это одна из крупнейших гостевых сетей, существующая в виде онлайн-сервиса. Объединяет более 14 миллионов человек в более чем 200 тыс. странах и территориях. Члены сети предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий и организуют совместные путешествия. Основателями данного проекта являются Кейси Фентоном, Даниэлем Хоффером, Себастьяном Ле Туаном и Леонардо Бассани да Сильвейрой. Сайт основан в 2004 году, но в России только сейчас начинает набирать популярность. Исследования показывают, что 44% хотя бы слышали об этом сервисе, 36% готовы останавливаться у незнакомцев во время путешествия и 51% пока еще не готов принимать у себя гостей т.е. быть хозяевами. Тем не менее зарубежный опыт показывает, что это хорошая альтернатива традиционному размещению в гостиницах или хостелах. Внутри этой системы не принято платить деньгами за проживание, но при этом принято благодарить своего хоста. Хост – это человек принимающий у себя дома путешественников. В качестве благодарности может выступать уборка помещения, сувенир из своего города, угощения и т.д. Сегодня CouchSurfing – это не просто сайт, для удовлетворения потребности в размещении во время путешествия, это некое объединение по интересам¹. Так же большим плюсом является то, что турист может узнать о новой культуре и языке, обменяться опытом во многих сферах жизни и обсудить международные проблемы с разных точек зрения. Не говоря уже о том, что лучше всего о новом городе и его достопримечательностях расскажет житель этого города. Минусом же может выступать вопрос безопасности. Надо сказать, что во время путешествия, каким бы способом не перемещался турист и где бы не заселился существует масса рисков. Команда CouchSurfing серьезно подошла к вопросу безопасности и разработала свои рекомендации: первое, что рекомендуют разработчики – это тщательно просматривать всю имеющуюся информацию, просмотреть профиль и отзывы других участников. Вторая рекомендация – это доверять своим инстинктам, если человек или профиль кажутся небезопасными, то стоит выбрать другого

¹*Couchsurfing* [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.couchsurfing.com>

пользователя. Иметь запасной вариант и предварительно ознакомиться с культурой населения. И самая главная просьба – это оставлять честные отзывы о профиле после своего опыта, независимо от того каким он был. По мимо рекомендаций так же идет работа по совершенствованию сайта в вопросе безопасности. Например, сайт имеет систему верификации имени, адреса пользователей и в некоторых случаях номер банковской карты, а также систему поручений, где создатели сайта выступают как доверенные лица.

Следующий сервис набирающий популярность, которым пользуются самостоятельные путешественники это BlaBlaCar. BlaBlaCar – крупнейшее сообщество попутчиков, площадка, объединяющая водителей и пассажиров, которым по пути. Команда службы поддержки пользователей, современные web и мобильные решения, быстро растущее сообщество пользователей – всё это делает BlaBlaCar уникальной платформой эффективных и экономных путешествий для миллионов пользователей по всей Европе, России и Украине¹. Основателями данного проекта являются Фредерик Мазелла, Франсис Наппез, Николя Брюссон. Общество с ограниченной ответственностью «Комьюто Рус» разработала платформу для совместных поездок. Целью данной платформы является предоставление водителям, следующим в определенном направлении, возможности установления связи с пассажирами, следующими в том же направлении, для выполнения совместной поездки и, соответственно, разделения связанных с поездкой расходов, а также возможности осуществить поиск и получить доступ к информации об автобусных поездках, опубликованной профессиональными организациями-перевозчиками, оказывающими услуги по перевозке. Платформа представляет собой сетевую онлайн-платформу, на которой пользователи могут искать объявления в целях ознакомления с деталями поездки и, в случае необходимости, забронировать место в предложенном автомобиле, направив соответствующий запрос пользователю, опубликовавшему объявление о совместной поездке на платформе, или получить контактную информацию об организации-

¹BlaBlaCar [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.blablacar.ru>

перевозчике для осуществления заказной поездки. Как и CouchSurfing разработчики BlaBlaCar позаботились о безопасности своих пользователей и разработали рекомендации как для пассажира, так и для водителя. Так же существует фильтр и опция «Только для женщин» с помощью которой женщинам, которые испытывают дискомфорт с незнакомыми мужчинами, предлагаются только пользователи и водители женского пола. Система безопасности существенно не отличается от системы CouchSurfing, для обеспечения своей безопасности необходимо внимательно ознакомиться с профилем, просмотреть отзывы о нем, познакомиться с участниками до самой поездки если представляется такая возможность, и написать отзыв по окончании поездки.

«Лоукостеры» (от англ. low-cost carrier, low-cost airline) – бюджетные авиакомпании, использующие бизнес-модель «низкие издержки – низкие цены». Пионером лоукост - модели стала в 1971 г. американская «Southwest Airlines». В Европе первые недорогие перевозчики появились в середине 1990-х гг. в Великобритании и Ирландии, когда происходило дерегулирование воздушного пространства на территории Европейского союза¹. Все составляющие бизнес-модели лоукостеров в совокупности обеспечивают существенную экономию авиакомпании на прямых и косвенных издержках, увеличивают оборот самолетов, позволяют получать дополнительную прибыль от наземной сервисной деятельности. Для туристов привлекательно прежде всего высокую надежность самолетов лоукостеров. За все время существования не было зафиксировано ни одного происшествия с человеческими жертвами. Средний возраст самолетов авиакомпании «Ryanair», к примеру, составляет 3 года, самолетов «AirBerlin» – 5 лет. Для сравнения, средний возраст самолетов российской гражданской авиации (по оценкам «МинТранса») – 18 лет. Лоукостеры сформировались в Европе в течение последних десятилетий, когда у людей появилась устойчивая потребность в частых, но не продолжительных

¹Э.Н. Мансуров. Европейские бюджетные авиаперевозчики: история, бизнес – модель в туризме // Географический вестник: туризм и краеведение. 2010 №3. С 12.

путешествиях¹. Европейцы хотели путешествовать быстро, эффективно и дешево, что и породило новый вид авиакомпаний – лоукостеров. Раньше потребитель выбирал авиакомпанию по таким факторам, как уровень комфорта, время вылетов, удобство стыковочных рейсов, наличие бонусных программ. Цена не являлась ключевым моментом выбора, так как разница в ценах компаний была не значительная. С появлением лоукостеров у пассажира появилось право выбирать по ценовому фактору: лететь дешево, но без сервисного обслуживания, либо дорого, но с полным набором услуг. Низкие цены – главное преимущество пассажира лоукостеров. Цена, в соответствии с законом спроса, определяет величину спроса на локальном рынке по следующему принципу: чем ниже цена, тем выше спрос, и наоборот. Стоимость индивидуального путешествия на рейсах лоукостеров может быть в разы меньше стоимости группового тура с обычным перелетом или местным чартерным рейсом. Отмечая явную туристскую привлекательность лоукостеров, нельзя не сказать о недостатках. Главный состоит в том, что данные авиакомпании не несут полной юридической ответственности перед туристом в случае невылета или задержки рейса. Договор оказания услуг составляется таким образом, что в случае отмены рейса возвращается лишь стоимость полета, а случае отказа от поездки не возвращается вообще. Оперативная помощь клиенту в покупке нового авиабилета может быть затруднена, так как в день вылета цена авиабилетов на лоукостеры зачастую не ниже FSC (топливного сбора) компаний. Кроме того, планируя такой тур, практически невозможно заложить средние затраты на перелет, поскольку цены у лоукостеров подвержены частому изменению в течение сезона. В нашей стране авиакомпании, близкие по бизнес-модели с лоукостерами, появились пять лет назад. Однако набрать обороты дешевых перевозок им мешают огромные затраты на топливо – до 70% издержек (в Европе 22–28%), а также позиция государства, считающего низкие цены демпингом и «защищающего»

¹Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва: Издательский центр «Академия», 3-е изд. 2010. С. 128.

российские авиакомпании от посягательств дешевизной на российского туриста. Тем не менее, уже в конце августа 2009 г. очередная российская авиакомпания (после «SkyExpress» и «RedWings») объявила себя «лоукостером». Авиакомпания «Авианова» соединила московский «Внуково» с Ростовом, Сочи, Краснодаром, Самарой, Набережными Челнами. Бюджетные туры на основе лоукостеров – перспективное направление развития туризма, которое может стать доступным вариантом для путешественников с низкими доходами, особенно для учащейся молодежи, студентов, волонтеров, паломников и др.

Преимущества данного вида перед традиционными способами размещения и передвижения в первую очередь в экономической выгодности для туриста. Основные затраты во время путешествия уходят на жилье, сервис Коусерфинг полностью решает эту задачу тем, что люди готовы бесплатно предоставлять место у себя дома. Второй значительной системой расходов является трансфер, в этом случае Блаблакар и лоукостеры значительно помогают самостоятельному туристу сэкономить свои средства как минимум в два раза тем самым туризм становится доступнее. Помимо экономической выгодности данные сервисы направлены на общение с людьми, на знакомство с новой культурой, обычаями и языком посредством общения с местным населением, что помогает туристу еще больше проникнуться новой культурой.

Самостоятельно организуемый туризм обещает значительным экономическим потенциалам. В последние годы самостоятельная организация и осуществление путешествий становится все более популярной среди населения и превращается в заметное социально – экономические явление, но при этом в выработке стратегий бизнеса и в формировании государственных программ развития туризма феномен самостоятельного туризма не учитывается должным образом. До сих пор к данному виду туризма относятся как к вспомогательному, второстепенному, относительно организованного, массового туризма. Несомненно, организация путешествий требует определенных знаний и умений для разработки маршрута, и правильного

расчета денежных средств, однако целесообразным считается приобретение отдельных услуг у туристских посредников, облегчающих планирование, организацию и осуществлению поездки (например, бронирование билетов на транспорт, бронирование гостиницы, получение визы, информационные услуги и т.д.).

С позиции экономики в рамках «домохозяйства» происходит процесс создания «натурального продукта» для удовлетворения потребностей людей в путешествиях. Натуральный характер такого производства лишает (полностью или частично) доходов рыночных туристских посредников. Однако в процессе осуществления туристской поездки домохозяйства производят реальные расходы, формирующие доходы субъектов индустрии туризма и обслуживающей туризм инфраструктуры. Такое частное производство и потребление домохозяйств является частью общественного воспроизводства и должно восприниматься как общественно-полезное дело государственными и частными структурами¹. На протяжении нескольких лет в силу различных объективных факторов количество поездок, организуемых самостоятельно, неуклонно увеличивается. Это укрепляющаяся тенденция представляет собой реальную угрозу для профессиональных организаторов путешествий и воспринимается ими негативно. Между тем в условиях рынка единственная возможность сохранения позиций для тур фирм — это улучшение условий и качества туров, как объединенных в «пакеты», так и отдельных услуг. Конкуренция среди турфирм на отечественном рынке постепенно усиливается². Результатом этого является уход неконкурентоспособных компаний и укрепление позиций успешных предприятий. Свидетельством этого стали события, связанные с приходом на российский рынок таких транснациональных турфирм как TUI или Thomas Cook. Как следствие развития самостоятельного туризма можно выделить: сокращение клиентской

¹Лепешкин В.А. Экономический потенциал самостоятельного туризма // Научно – практический журнал Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. №2. С.73.

²Грачева О.Ю. Организация туристского бизнеса: технология создания турпродукта: учебное пособие. Москва: Туристический бизнес. 2008. С. 94.

базы массового туризма, при участии посредников, таких как туроператоры и турагент, сокращение роли турагентов и туроператоров по мере развития сектора информационных услуг для путешественников, изменение технологий обслуживания туристов и т.д. Приверженцы самостоятельно организовывать своё путешествие – это студенты вуза, т.е. молодые люди. В методических разработках специалистов ЮНВТО сказано, что для возрастной группы «молодые люди 15-24 года» присущи путешествия не в составе семьи, а в одиночестве или в группе сверстников, они обладают ограниченными материальными ресурсами и их поездки носят познавательный характер. Тем не менее, студенты вузов - достаточно многочисленная категория населения, и полученные данные об их предпочтениях при выборе варианта отдыха могут, с определенными оговорками, быть распространены на «генеральную совокупность» - население страны в целом. Таким образом, в среднем на 1 «организованного» внутреннего российского туриста приходится 7,2 туристов «само организованных» («самостоятельных»). Это очень важный показатель для исследования проблем самостоятельного туризма и выработки практических мер по развитию туризма в стране. Его можно назвать «коэффициентом кратности» объемов самостоятельного туризма относительно организованного внутреннего турпотока. Проведенное исследование также показало, что в ходе всех совершенных поездок респонденты истратили в среднем 32,2 тыс. руб. на одного путешествующего. Причем отдых туристов, организованных составил в среднем 30,6 тыс. руб., а туристов самостоятельных - 18,4 тыс. руб., т.е. в 1,7 раза меньше. Если учитывать «Коэффициенты кратности», сумма доходов индустрии туризма от самостоятельного туризма в 4 раза превышает доходы от туризма организованного¹. Эти цифры говорят о существенном значении самостоятельного туризма для экономики и его значительном неиспользованном экономическом потенциале, что должно кардинальным образом изменить отношение к самостоятельному туризму. В

¹Российский туризм – чаще, старше и мобильнее. Результаты всероссийского опроса исследовательского холдинга «Рамир» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://romir.ru>

ряде поездок респонденты путешествовали в составе семьи или группы друзей (знакомых). В среднем на одного путешествующего респондента приходилось 4,1 попутчика. Причем при покупке путевки в турфирме респонденты как правило путешествовали с родителями (членами семьи), и среднее количество путешествующих родственников составило 3,3 чел. на 1 респондента. При самостоятельной организации путешествия респонденты также путешествовали с родственниками, но чаще - с друзьями и знакомыми, при этом средний размер компании был больше, чем путешествующей семьи. Наиболее интересными городами для самостоятельных путешественников являются: Санкт – Петербург, Москва, Сочи, Нижний Новгород, Владимир, Ярославль, Казань, Тверь, Астрахань, Екатеринбург, Самара, Курск, Воронеж, Челябинск, Псков, Смоленск, Рязань, Ростов-на-Дону, Волгоград, Саратов.

Остановимся на позитивных моментах самостоятельного туризма. Структура расходов самостоятельного туриста существенно отличается от структуры приобретаемого пакетного тура. Принципиальное отличие - отсутствие «маржи» туристского посредника, а также наличие «натуральных» (бесплатных) услуг, «производимых» членами коллектива, прежде всего по управлению автотранспортным средством и самостоятельному приготовлению пищи. Кроме существенной экономии средств, плюсами самостоятельной организации и осуществления поездки являются: подбор индивидуального маршрута и выбор только нужных услуг, свобода передвижения и отсутствие жесткого, «обязывающего» графика путешествия, неформальный коллектив, образованный на добровольной основе, возможность большего «погружения» в туристскую деятельность и т.д.

Таким образом, самостоятельный туризм обладает значительным экономическим потенциалом. На долю самостоятельно организованного (самостоятельного) туризма приходится порядка 80% внутреннего турпотока, в оставшихся 20% туризма, организованного примерно 20% - поездки по

индивидуальным турам¹. Значение самостоятельного туризма для решения социально-экономических задач развития нашей страны постоянно растет. Самостоятельный туризм в системе классификации туризма относится к организационной форме туризма. Начал набирать популярность в конце двадцатого века и предполагал активный, спортивный вид отдыха, но со временем это понятие расширяет свои рамки и к самостоятельному туризму уже относится не только активный отдых, а любое путешествие, организованное туристом самостоятельно. Самостоятельный туризм имеет много плюсов, положительно влияет на экономику туристских предприятий, которые оказывают услуги размещения и питания и набирает свою популярность за счет развития интернет-ресурсов.

¹ Российский туризм – чаще, старше и мобильнее. Результаты всероссийского опроса исследовательского холдинга «Рамир» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://romir.ru>

2. САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ОЦЕНКАХ МОЛОДЕЖИ ЕКАТЕРИНБУРГА

В основном потребителями самостоятельного туризма является молодежь. Поэтому в мае 2018 года было проведено исследование, направленное на оценку самостоятельного туризма молодежью города Екатеринбурга. Общее число респондентов составило 50 человек. Главным критерием отбора респондентов являлось наличие опыта самостоятельных путешествий. В опросе приняли участие только те респонденты, которые совершали самостоятельное путешествие.

В опросе приняли участие 50% мужчин и 50% женщин. Распределение респондентов по возрасту – это один из важных показателей данного исследования т.к. объектом исследования выступает отношение молодежи Екатеринбурга к самостоятельному туризму. По данному параметру ситуация выглядит следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Распределение молодежи по возрасту (в % к числу опрошенных)

Возраст	Проценты
Меньше 20 лет	8
20-25 лет	44
26-35 лет	42
36 лет и старше	6

Из таблицы 1 видно, что доминирует возрастная группа в возрасте от 20 до 25 лет. В ходе исследования учитывался такой аспект как социальный статус респондентов. Выявление рода занятий респондентов позволило учесть возможности клиента, в зависимости от статуса в обществе (таблица 2).

Таблица 2

Социальный статус респондентов (в % к числу опрошенных)

Социальный статус	Проценты
Специалист	38
Студент, учащийся	24
Самозанятый	10
Рабочий	8

Можно сделать вывод, что большинство респондентов являются специалистами и студентами, что свидетельствует о в первом случае наличии дохода, а во втором случае о том, что самостоятельно путешествуют в основном молодёжь из-за желаниа сэкономить. О желаниии сэкономить нам может сказать следующий показатель касающейся материального положения респондентов.

Для более точного представления о финансовых возможностях опрашиваемых, респондентам было предложено самостоятельно оценить свое материальное положение (таблица 3).

Таблица 3

Социальный статус респондентов (в % к числу опрошенных)

Материальное положение	Проценты
Есть возможность удовлетворить практически все материальные потребности	8
Испытываю затруднения только с крупными покупками, такими как: квартира, машина, дача.	46
Денег хватает на основные потребности: питание, жилье, одежда.	46

Из таблицы 3 следует, что основная часть респондентов не имеют большого дохода и могут удовлетворить только основные потребности, и часть респондентов которые имеют возможность удовлетворить все свои потребности и испытывают затруднения только с крупными покупками. На третьем месте – респонденты, чье материальное положение позволяет удовлетворить все материальные потребности, но это малый процент респондентов. Этим мы еще раз подтверждаем вывод, что большая часть путешественников, которые самостоятельно организуют свой отдых, делают это с целью экономии. Это дополнительно подтверждает максимальные количество ответов в графе о том, что является приоритетным при организации отдыха (таблица 4).

Таблица 4

Приоритеты самостоятельного туриста при организации отдыха (в % к числу опрошенных) *

Приоритеты при организации отдыха	Проценты
Имеющийся бюджет средств	80
Климат	48
Возможность самостоятельно составлять программу отдыха	48
Гарантия безопасности	34
Возможность общения	32
Комфорт	32
Отзывы туристов о выбранном месте	32

* Сумма процентов более 100, т.к. респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответов

Подавляющее большинство респондентов ответили, что главным при самостоятельной организации путешествия является бюджет средств. Климат так же играет важную роль для респондентов. Почти половина респондентов выделили для себя такой показатель, как возможность самостоятельно составлять программу отдыха, что может служить причиной отказа от услуг турфирмы т.к. массовый туризм им не интересен, а индивидуальная разработка тура стоит дорого. Стоит отметить, что гарантия безопасности тоже является важным показателем, этот пункт выбрали почти половина респондентов.

На вопрос, какой отдых предпочитают молодые туристы большинство ответили, что путешествие, организованное самостоятельно, т.е. молодежь Екатеринбурга предпочитает самостоятельный туризм (таблица 5).

Таблица 5

Предпочтения молодежи города Екатеринбурга в чем? (в % к числу опрошенных)

Вид туризма	Проценты
Организованный самостоятельно	68
Организованный турфирмой	18
Затрудняюсь ответить	14

Малая группа респондентов ответили, что предпочитают отдых, организованный турфирмой. Это связано с тем, что основная часть респондентов не имеет большого дохода, что было показано в таблице 3, и с

тем, что преобладающая часть самостоятельных туристов считают, что самостоятельный туризм дешевле, чем организованный турфирмой, что показано в таблице 6.

Таблица 6

Стоимость самостоятельного туризма в сравнении с организованным турфирмой (в % к числу опрошенных)

Стоимость самостоятельного туризма	Проценты
Однозначно дешевле, чем в турфирме	36
Скорее дешевле, чем в турфирме	20
Одинаковая стоимость	16
Скорее дороже, чем в турфирме	12
Однозначно дороже, чем в турфирме	2
Затрудняюсь ответить	14

Далее респондентам был задан вопрос о том, какие страны они посетили самостоятельно, подавляющее большинство респондентов самостоятельно путешествуют по российским городам (84%), треть респондентов ответили, что путешествовали самостоятельно по европейским странам (таблицы 7).

Таблица 7

Страны, которые посетили самостоятельные туристы (в % к числу опрошенных) *

Страны	Проценты
Россия (путешествую по городам России)	84
Европейские страны	34
Страны бывшего СНГ	26
Страны восточной Азии	10

Самостоятельные туристы чаще всего путешествуют по городам России, Европейским странам и странам бывшего СНГ, это связано с тем, что благодаря современным сервисам, помогающим туристу, внутри страны можно совершать бюджетные путешествия. Удивительно то, что при небольшом доходе респондентов, большая часть из них путешествуют самостоятельно несколько раз в год, что можно увидеть из таблицы 8. Почему удивительно? Вполне объяснимо, но Вы не объясняете

Таблица 8

Частота путешествий самостоятельных туристов (в % к числу опрошенных)

Частота совершаемых путешествий	Проценты
Несколько раз в год	32
Один раз в год	26
Реже чем раз в год	10
Раз в два года	10
Раз в пять лет	6
Более 6 лет	2
Затрудняюсь ответить	14

Следующий важный вопрос был связан со сложностями, с которыми сталкивались самостоятельные туристы (таблица 9). Благодаря этому можно понять, что не устраивает самостоятельных путешественников и выявить, что может предложить турфирма, чтобы заинтересовать эту аудиторию.

Таблица 9

Трудности при подготовке к путешествию (в % к числу опрошенных) *

Трудности	Проценты
Не хватало денег	32
Не совпадали отпуска с друзьями/ знакомыми	30
Никаких трудностей	30
Нахватает любого рода информации	28
Незнание языка	22
Не могли определиться с местом отдыха	18
Не смогли подсчитать необходимый бюджет	14
Проблемы с визой	10
Незнание культурных особенностей	8

В таблице 9 показано, что основной проблемой был бюджет, треть респондентом ответили, что не хватало материальных средств. Следующей распространённой сложностью стало согласование свободного времени с друзьями и родственниками и нехватка любого рода информации, но у многих самостоятельных туристов не возникало никаких трудностей при подготовке к путешествию. Также респондентам был задан вопрос – возникали ли у них проблемы во время самостоятельного путешествия и большинство ответили, что никаких проблем не возникало, однако у некоторых респондентов возникали проблемы с неудовлетворительными условиями проживания и организацией своего досуга.

Подавляющее большинство респондентов положительно оценивают свой опыт организации самостоятельного путешествия, что можно увидеть в таблице 10.

Таблица 10

Опыт организации самостоятельного путешествия (в % к числу опрошенных)

Степень оценки опыта	Проценты
Полностью положительный	42
Больше положительный, чем отрицательный	46
Больше отрицательный, чем положительный	6
Затрудняюсь ответить	6

Ни один респондент не оценил свой опыт самостоятельного путешествия как полностью отрицательный, в таблице показано, что у 88% положительный опыт. На вопрос, при каких обстоятельствах самостоятельные туристы обратятся в турфирму многие ответили, что сделают это, если им предложат горящий тур (табл. 11), другие ответили, что обратятся в турфирму если им надоест самостоятельно планировать свой отдых, чуть меньше респондентов ответили, что обратиться для оформления визы и бронировании билетов. Незначительное количество респондентов ответили, что, если будут больше зарабатывать, что говорит о том, что самостоятельный туризм популярен не только ради экономии. Сами себе противоречите. До этого сто раз сказали, что основная причина - экономия

Таблица 11

Обстоятельства, при которых самостоятельные туристы обратятся в турфирму (в % к числу опрошенных) *

Обстоятельства	Проценты
Если предложат горящий тур	62
Если надоест самостоятельно планировать путешествие	30
При оформлении визы, бронировании билетов	24
Если буду больше зарабатывать	14
Затрудняюсь ответить	6

Также в разделе другое были даны ответы: «если пойму, что это намного дешевле», «при нехватке времени, для организации путешествия», «ни в

каких». То есть для турфирм самый простой способ привлечь молодежь Екатеринбурга горящими турами, а также предоставляя информацию о туристических местах.

Стоит выделить вопросы, связанные с информативностью, использованием и оценкой современных сервисов, помогающих самостоятельным туристам. Первое, что стоит сказать, это то, что только четырем процентам опрошенных незнакомы такие понятия как CouchSurfing, BlaBlaCar, Booking.com, лоукостеры, система фортуны, что говорит о высокой информативности молодежи Екатеринбурга о современных сервисах, помогающих самостоятельному туристу (таблица 12).

Таблица 12

Знание современных сервисов (в % к числу опрошенных) *

Обстоятельства	Проценты
CouchSurfing	50
BlaBlaCar	88
Booking.com	72
Лоукостеры	36
Система фортуны	20
Нет знакомого понятия	4

Почти все респонденты знают о существовании выше перечисленных сервисов. Из них 74,5% не просто знают, но и пользуются данными сервисами, более того 37,8% пользовались специализированными сайтами 6 раз и более, что можно увидеть из таблицы 13.

Таблица 13

Количество раз пользования сервисами CouchSurfing, BlaBlaCar, Лоукостеры (в % к числу опрошенных)

Количество раз	Проценты
6 и более	37,8
4-5 раза	10,8
2-3 раза	16,2
Один раз	35,1

Это говорит о том, что данные сервисы не просто интересны с точки зрения получения нового опыта, но и переходят в некую привычку у некоторых

респондентов. Что касается оценки молодежи Екатеринбурга данных сервисов, респондентов опрашивали о трех наиболее популярных сайтах таких как CouchSurfing, BlaBlaCar, Booking.com. Самым популярным сервисом среди респондентов оказался BlaBlaCar (таблицы 14).

Таблица 14

Сервисы, которыми пользуются самостоятельные туристы (в % к числу опрошенных) *

Обстоятельства	Проценты
CouchSurfing	25,5
BlaBlaCar	53,2
Booking.com	42,6
Лоукостеры	17
Система фортуны	6,4

Из таблицы видно, что наиболее популярным сервисам является BlaBlaCar и туристы активно им пользуются, что говорит о том, что данный сервис уже может составить конкуренцию традиционным видам передвижения.

Большинство респондентов оценивают опыт пользования сервисами как положительный, что можно увидеть в таблице 15, а это значит, что данные ресурсы составляют весомую конкуренцию традиционным способам размещения и передвижения во время путешествия.

Таблица 15

Оценка современных сервисов (в % к числу опрошенных)

Уровень оценки	CouchSurfing %	BlaBlaCar %	Booking.com %
Положительный	37,1	50	50
Удовлетворительный	5,7	22,2	16,7
Негативный	2,9	2,8	-
Не пользовался	37,1	19,4	22,2
Затрудняюсь ответить	17,1	5,6	11,1

Примечательно то, что ни один респондент не оценил опыт пользования сервисом Booking.com как негативный. Однако немало респондентов еще не пользовались данными сервисами.

Также респондентам были заданы вопросы, связанные с безопасностью и чувством тревожности. В данном случае ответы разделились почти поровну, больше половины туристов не ощущали чувство тревожности, а меньшая часть

респондентов ответила, что испытывала такое чувство, с чем это было связано можно увидеть в таблице 16.

Таблица 16

Чувство тревожности во время самостоятельного туризма

(в % к числу опрошенных) *

С чем связано чувство тревожности	Проценты
С поиском жилья	46,2
С поиском транспорта	30,8
С недоверием к людям	42,3
С нехваткой материальных средств	19,2
С климатическими условиями	23,1
С экзотическими болезнями	3,8
С незнанием иностранного языка	23,1
С незнанием культурных особенностей	7,7

Почти половина респондентов считают, что самостоятельный туризм опаснее, чем организованный турфирмой, одна треть респондентов ответили, что самостоятельный туризм опасен в той же степени, как и организованный. Что говорит о том, что точно сказать нельзя какой туризм считается опаснее. На вопрос связанный с тем, ощущали ли респонденты чувство тревожности за время самостоятельного путешествия выяснилось, что ответы поделились почти поровну. В меньшинстве оказались респонденты, которые ощущали чувство тревожности, большая половина респондентов чувствовали себя комфортно за время самостоятельно организованного путешествия, что говорит о том, что однозначно сказать нельзя какой вид туризма является спокойнее самостоятельный или организованный. Из таблицы видно, что чувство беспокойство в большинстве случаев было связано с недоверием к людям, с поиском жилья и транспорта.

Также интересным оказалось факт, что несмотря на то, что большинство респондентов предпочитают самостоятельный туризм, на вопрос о том, какой вид туризма предпочитают их знакомые, большая часть ответила, что организованный турфирмой (таблица 17)

Организация отдыха знакомых (в % к числу опрошенных)

Организация отдыха	Проценты
Почти все мои знакомые предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых	6
Почти все мои знакомые предпочитают обращаться в турфирмы	62
Затрудняюсь ответить	32

Из таблицы 17 мы видим, что большинство людей для организации отдыха предпочитает обращаться в турфирму, это связано с тем, что интернет-ресурсы для туристов только недавно начали активно развиваться в России и в обществе еще существует недоверие к современным технологиям.

Обобщая результат, можно представить портрет самостоятельного путешественника Екатеринбурга. Это молодой человек в возрасте от 20 до 35 лет, имеющий небольшой достаток. По социальному статусу, это чаще всего студенты и рабочие, не состоящие в официальных отношениях и не имеющие детей. Предпочитающие путешествовать на самолете, поезде или автомобиле. Проживающие чаще всего в хостеле и предпочитают питаться данные путешественники в столовых и фаст-фуд. Также некоторые путешественники пользуются специализированными сервисами для самостоятельных туристов и путешествуют несколько раз в год.

На основе исследования можно выделить следующие проблемы, с которыми сталкиваются самостоятельные путешественники:

1. Гарантии безопасности. Прежде всего, отсутствуют гарантии, которые предоставляют организаторы поездок «организованным» подопечным туристам. При самостоятельном туризме выше степень риска возникновения неблагоприятных последствий, меньший уровень защищенности и личной безопасности.

2. Качество услуг, предоставляемых в рамках тура, обговаривается в договоре, имеющем юридическую силу. Именно турфирма и другие «коллективные» структуры стоят на страже интересов туриста. Самостоятельный турист вступает в «индивидуальные» отношения с

предприятием (учреждением) индустрии туризма и с его отдельными работниками. Профессиональные знания и опыт, наличие деловых и личных связей позволяют организаторам туризма формировать продуманный маршрут и качественную программу экскурсионного и прочего обслуживания.

3. Достоверность информации. Для самостоятельного туриста доступна информация общего плана, которой бывает недостаточно для организации «идеальной» поездки¹.

4. Активность. Самостоятельный туризм по определению не может быть «пассивным» туризмом и предполагает дополнительные усилия от путешественника.

5. Отсутствие заинтересованности в самостоятельном туристе турпредприятий. Предприятия и учреждения индустрии туризма не всегда воспринимают самостоятельный туризм как интересное в экономическом плане явление, некоторые по-прежнему обслуживают только туристские группы. Зачастую административные территориальные и отраслевые органы управления придерживаются такой же точки зрения.

6. Информация, имеющаяся в Интернете о местах (пунктах), по которым был проложен маршрут, неинтересная и неактуальная, а часто - и не достоверная, много устаревших фактических данных. Может присутствовать информация о уже не существующих маршрутах

7. Недостаточно информационных сервисов для самостоятельных туристов и почти отсутствуют доступные аудиогиды.

8. Сложности возникают между взаимоотношениями туриста с владельцами индивидуального жилья, сдаваемого туристам в аренду, а также с операторами таких объектов недвижимости (риэлтерские фирмы и индивидуальные предприниматели).

9. Недостаточно развита система дорожных указателей, облегчающих путешествие туристам, путешествующим на автомобиле.

¹Боголюбов В.С. Системные факторы и связи самоорганизации в туристических центрах крупных городов // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 2. С. 160-164.

10. Условия проживания. Исследование также показало, что самостоятельные туристы зачастую не удовлетворены условиями проживания и организацией досуга.

Другие исследователи тоже подтверждают, что у самостоятельных туристов часто возникают проблемы, связанные с незнанием менталитета горожан, нюансов транспортной системы или особенностей города, о которых не писалось в интернете¹. Всеми этими минусами самостоятельного туризма может воспользоваться турфирма. Турфирма имеет менеджера владеющего актуальной информацией и который предоставит всю необходимую информацию о стране. При обращении туриста в турфирму заключается договор, в котором прописываются все обязанности и риски. Также у туристов есть некая гарантия безопасности, например, при утере документов или если туристы становятся жертвами краж. В этой ситуации агентство не оставляет их один на один с проблемой и помогает с обращением в официальные структуры (для чего зачастую требуется знание языка и местных особенностей). Также стоит отметить, что системы бронирования не отвечают почти ни за что. Двойное снятие денег с карты, перепродажа номеров, отсутствие брони — всё это становится личными проблемами туристов. Нередко туристы, оставшись без помощи надежного турагентства, оказываются в затруднительных ситуациях.

Одной из главных проблем является отсутствие какой бы то ни было информации — многие недальновидные лица отправляются в путь неподготовленными соответствующим образом. А, учитывая то, что многие вещи в процессе самостоятельной туристической поездки приходится делать без посторонней помощи, многие вопросы оказываются трудноразрешимыми².

¹Старостенко К.В. Развитие активного туризма в России: проблемы и перспективы // Среднерусский вестник общественных наук. 2011. №2. С. 183-185.

²Джуджугазова Е.А. Актуальные проблемы изучения туристских ресурсов РФ на основе применения современных информационных технологий: монография. Москва: Издательство 2012. 92 с.

Иногда стоимость проживания в гостиницах оказывается дороже, чем цена за номер в отеле, забронированном туристической фирмой. Это объясняется приоритетами гостиниц: большая часть отелей сотрудничает с туристическими компаниями на основе договоров и обслуживать индивидуальных клиентов предпочитает в последнюю очередь (да и к тому же по ценам, выше договорных).

На основе исследования мы разработали рекомендации для турфирм по привлечению молодежи города Екатеринбурга.

1. Повысить эффективность использования потенциала самостоятельного туризма можно по нескольким направлениям. В настоящее время в нашей стране туристские посредники, а также предприятия туристической индустрии, непосредственно осуществляющие обслуживание туристов, не до конца понимают серьезность происходящих изменений на рынке услуг для туристов и очень медленно вносят серьезные изменения в методы своей работы. Туристские посредники, с одной стороны, должны выявлять спрос и предлагать интересные «единичные» услуги для туристов, самостоятельно планирующих и организующих свои путешествия, а, с другой стороны, повышать привлекательность комплексных туров (пакетированных услуг) на основе существенного роста эффективности различных сторон своей деятельности (экономической, управленческой, продуктовой, технологической, ценовой и т.п.).

2. Предприятия и учреждения индустрии туризма, непосредственно обслуживающие туристов, должны осознать, что самостоятельные туристы уже сегодня составляют значительный, коммерчески интересный сегмент потребителей (а в перспективе значение самостоятельного туризма будет неуклонно возрастать), но обслуживание этих розничных клиентов носит специфический характер, а это, в свою очередь, требует внесения соответствующих изменений в различные стороны их деятельности.

3. Основная проблема состоит в организации массового потока самостоятельных туристов посредством повышения эффективности

маркетинговой деятельности. Органы отраслевого управления и местные органы власти, ответственные за развитие въездного и внутреннего туризма, должны не только заниматься проблемами «организованного туризма», но и всемерно содействовать развитию самостоятельного туризма, поскольку это реально влияет на увеличение туристского потока, способствует усилению конкуренции в индустрии туризма (и, как следствие, ведет к повышению качества услуг и снижению цен на услуги как для туристов, так и для других потребителей), содействует реализации прав и свобод граждан¹. Изменения в объекте отраслевого государственного управления, вызванные ускоряющимся развитием самостоятельного туризма, должны сопровождаться адекватными изменениями в общих подходах и в конкретных методах воздействия на индустрию туризма в интересах социально-экономического развития страны.

4. Общими проблемами современной статистики являются: отсутствие точных сведений по въездному потоку и достоверных данных по внутреннему турпотoku, отсутствует определенность относительно показателей объема услуг для туристов и их доли в ВВП страны. Соответственно, нет определенности относительно количественных параметров самостоятельного туризма.

5. Услуги размещения - одна из основных услуг для туристов. Однако в настоящее время статистика изучает деятельность только «коллективных средств размещения». Есть необходимость проведения системного исследования индивидуальных средств размещения, также используемых для предоставления услуг размещения для туристов (и других категорий потребителей). Корпоративная статистика (например, статистика обращений к Интернет-ресурсам) в случае ее добровольной публикации также может использоваться для изучения процессов, протекающих в индустрии туризма (в качестве дополнительного источника информации).

¹LiveJournal Организованный туризм против самостоятельного путешествия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://chipstone.livejournal.com>

б. Самостоятельный туризм обладает значительным экономическим потенциалом. На долю самостоятельно организованного туризма приходится порядка 80% внутреннего турпотока, в оставшихся 20% туризма, организованного примерно 20% - поездки по индивидуальным турам. Значение индивидуального туризма для решения социально-экономических задач развития нашей страны постоянно растет. И эту энергию, этот значительный потенциал необходимо использовать, для чего нужны совместные усилия.

Таким образом для привлечения самостоятельных туристов, турфирмам необходимо начать предлагать услуги по разработке доступных оригинальных индивидуальных туров. Так же в турфирмах часто появляются горящие туры, которые интересны этой аудитории, и появляется необходимость оперативно доносить эту информацию до потребителя, этого можно достигнуть через социальные сети такие как Вконтакте, Facebook.com, или Instagram. Турфирмам необходимо обратить внимание на внутренний туризм, так как исследование показало, что 84% молодежи Екатеринбурга путешествуют внутри России, а в Екатеринбурге очень мало турфирм, предлагающих туры по России. Также массовые туры не предполагают размещение в хостелах, а этот способ размещения активно развивается и существует в каждом городе. Многие самостоятельные туристы во время путешествия не могли организовать свой досуг и некоторые ответили, что им было скучно, турфирма может взять на себя обязанности предлагать отдельно дополнительные услуги по продаже экскурсионной программы в которые могут входить не только экскурсии, но и интересные маршруты и места, которые стоит посетить, которая не будет связана с продажей пакетного тура, а будет предлагаться отдельно. Все больше развивается интернет – технологии и молодежь охотно пользуется сервисами, разработанными для туристов, возможно турфирмам стоит активно развивать продажи через интернет, через свой сайт. Также стоит задуматься о разработке онлайн конструктора для туриста, в котором он самостоятельно сможет сформировать свой пакет. Автоматизированное обслуживание, при котором человек, имея доступ в Интернет, может, не выходя из дома и не обращаясь к

посредникам, самостоятельно в режиме реального времени (онлайн) «сконструировать» тур по своему индивидуальному желанию, составить маршрут, выбрать услуги, забронировать и оплатить их. Такая технологическая возможность, метод и процедура называются динамическим пакетированием (dynamic packaging): потребитель сам составляет индивидуальный пакет услуг, выбирая рейсы, отели, аренду автомобиля и т.д., вместо того чтобы выбирать и бронировать уже готовый, разработанный туроператором турпакет¹. Тенденция к облегчению выбора и бронированию туруслуг самим клиентом в режиме онлайн развиваться и в будущем будет активно применяться туристами².

Сегодня активно развивается интернет магазины и турфирмы не должны отставать от этой тенденции. На сегодняшний день в мире много стран, в которых большая часть путешествий бронируется через онлайн-системы. В их число входит: Германия, Канада, Австралия, Великобритания, Китай, страны Южной Америки. Пути развитие онлайн-туризма как в России, так и по всему миру носят одинаковый характер. С момента появления интернет-туризм набирал рост по двум направлениям: отраслевое, то есть сначала появилась возможность бронировать самолеты, затем отели, затем поезда, затем автобусы и географическое, которое заключается в выборе стран. Главное в работе онлайн-туризма — понять, чего хотят потребители, и правильно удовлетворить их потребность в поиске и бронировании онлайн-путешествий. С развитием электронного туризма в первую очередь преимущества имеет потребитель. Так как появилась возможность обладать всей полнотой информации о поездках: цена, направления, отели, способы передвижения, предоставляемые услуги, экскурсии и другие составляющие туристского пакета. Также отметим, что с развитием онлайн-туризма появились поисковые системы, которые помогают решить не только основную задачу поиска тура, но, и наделены дополнительными функциями по демонстрации отеля, авиаперелета,

¹Мошняга В.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. № 3 (9). С. 22.

²Абдель В.Э. Влияние современных технологий на развитие электронного туризма: учебное пособие. Казань: КНИТУ, 2016. С. 102

возможностью бронирования прямо из системы, поиск экскурсий и развлечений. Данные поисковые системы разработаны для самостоятельного путешествия туристов и для работы с туристскими агентствами.

Однако технологизация человеческой жизни приведет к ощущению недостатка человеческого общения и человеческого контакта в туристском обслуживании. В результате сам туризм станет главным и самым доступным средством компенсации недостатка человеческого общения.

Поездка через турагентство — это экономия времени на подбор тура/отеля/страны/курорта и т.п. Кроме бронирования агентства помогают в оформлении виз, переводов и других документов. Это колоссальная экономия уже не только времени, но и нервов. Плюсом является возможность купить всё для поездки в одном месте. Еще важен человеческий фактор: насколько турист готов и отдает себе отчет в том, сколько работы ему предстоит сделать, чтобы забронировать полный пакет услуг.

3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ТЕМЕ «ПОНЯТИЕ И ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА»

Предметно – знаковые средства обучения – это дидактические средства, которые выражены знаками (формулами, буквами, словами) естественных и искусственных языков и организующие познавательную деятельность учащихся¹. К предметно – знаковым средствам обучения относятся учебная литература (УЛ) и разнообразный дидактический материал (ДМ).

Учебная литература – это совокупность письменных произведений, излагающих предметное содержание образования и организующих различные виды учебной деятельности с учетом возрастных или иных особенностей обучаемых: учебники, учебные пособия, учебно-методические пособия.

Дидактический материал – это знаковое дидактическое средство, которому передана определенная часть функций преподавателя в рамках изучения ограниченного фрагментированного объема учебной информации: карточки-задания, инструкционно-технологические карты (ИТК), опорные конспекты (ОК), рабочие тетради (РТ), педагогические программные средства (ППС), учебные кино- и видеофильмы и т.д.

В последнее время большое признание получило такое предметно – знаковое средство обучения как листы рабочей тетради. Рабочая тетрадь – это особый вид дидактических материалов призванный активизировать учебно-познавательную деятельность учащихся². В рабочей тетради, в отличие от других средств обучения, учебная деятельность специально конкретизируется.

Рабочая тетрадь обеспечивает последовательное формирование мыслительных процессов, а также способствует развитию творческого потенциала учащихся.

¹Василькова Н.А. Модель рабочей тетради студента по дисциплине «Методика профессионального обучения» // Вектор науки ТГУ. 2012. №10. С.45

²Бим-Бад Б.М. Педагогический энциклопедический словарь. Москва, 2013. С. 512

Одним из средств управления мыслительной деятельности являются листы рабочей тетради или сами рабочие тетради. В настоящее время рабочие тетради решают следующие образовательные задачи:

- 1) Закрепление понятий и терминологии;
- 2) Приобретение практических умений и навыков;
- 3) Формирование у учащихся умений и навыков самоконтроля;
- 4) Развитие творческого мышления у учащихся;
- 5) Контроль хода обучения.

Если придерживаться данной структуры при составлении рабочей тетради, то самостоятельная работа учащегося будет осмысленной. При изучении курса учащиеся имеют представление об объемах работы и о задачах, которые необходимо достичь, также учащийся должен самостоятельно планировать свою учебную деятельность и при желании выполнять задания по следующим темам. Учитывая, что для изучения и понимания темы важна самостоятельная, осознанная деятельность учащегося, листы рабочие тетради лучше всего подходят для изучения и закрепления материала.

Рабочие тетради должны активизировать познавательную деятельность обучающегося, они должны быть интересными, что бы студент был вовлечен в процесс изучения темы и направлены на умение анализировать и вычленять из текста нужную информацию. Для достижения учебных задач в рабочих тетрадях разрабатывают разные типы заданий. Учащийся должен последовательно выполнять упражнения, если он допустит ошибки преподаватель сможет вовремя их заметить и исправить. Для повышения интереса учащихся существуют разные виды заданий в рабочей тетради.

Функции рабочей тетради:

- 1) Обучающая – способствует приобретению необходимых знаний и умений.
- 2) Развивающая – способствует развитию концентрации внимания на уроке. Благодаря различным заданиям и самостоятельной работе учащиеся лучше запоминают материал.

3) Воспитывающая функция способствует приобретению аккуратности, самостоятельности и самоконтроля.

Также можно выделить виды рабочей тетради:

- Информационный вид несет в себе информацию о содержании учебного материала. Учебная информация в рабочей тетради ориентирует учащихся в содержании рассматриваемой темы. Преподаватель сам предлагает новый учебный материал.¹

- Контролирующий вид рабочей тетради применяется после изучения темы урока. Преподаватель, используя листы рабочей тетради, может видеть реальную картину знаний, определить в какой момент учащиеся допускают ошибки и исключить их.

- Смешанный вид рабочей тетради включает в себя информационный и контролирующий блоки. Информационный блок содержит в себе новый учебный материал, а контролирующий блок – задания и тесты для контроля полученных знаний и умений, а также задания для самоконтроля.

Сами задания в рабочей тетради также разделяются по видам: задания, направленные на знание терминологии, задания предполагающие развернутый ответ на вопрос, задания, направленные на работу с рисунками, задания, направленные на заполнение таблиц и схем.

Задания позволяют лучше подготовиться к контрольным точкам, способствуя лучшему запоминанию материала. Формируют знания, умения и навыки работы с разными формами заданий.

Требования к структуре рабочей тетради:

- 1) Наличие предисловия;
- 2) Задания следуют структуре и логике материала.
- 3) Преподаватель постепенно повышает уровень сложности материала².

¹Батышева С.Я. Профессиональная педагогика: учебник для студентов, обучающихся по пед. спец. напр. Москва: ЭГВЕС, 2015. С. 450

²Коменский Я.А. Великая дидактика. Москва: Книга по требованию, 2012. С. 320

- 4) Допускается присутствие информирующих таблиц и рисунков.
- 5) Логическая структура рабочей тетради зависит от цели преподавателя.
- 6) Присутствие свободного пространства для заполнения учащимся и внесения корректировок преподавателем.
- 7) Наличие контрольных вопросов по завершению пройденного материала.

Подводя итоги, рабочая тетрадь – это учебное пособие, имеющее особый дидактический аппарат, способствующий самостоятельной работе студента по освоению учебной дисциплины в аудитории и дома.¹

Листы рабочей тетради должны соблюдать такие требования как полнота изученного материала, связанность между блоками заданий, учет возраста учащихся, наличие достаточного свободного места для задания

Преимущества построения работы с помощью листов рабочей тетради:

- 1) Уже ранее мы говорили о информационном блоке рабочих тетрадей, они применяются при изучении новой темы. Листы рабочей тетради помогают изучить и закрепить новый материал.

- 2) Листы рабочей тетради отлично подходят для самостоятельного повторения и обобщения пройденной темы. Подходят для подготовки к зачетам и экзаменам т.к. позволяют вспомнить наиболее важные моменты темы. Также подходит для домашних заданий с целью закрепления материала.

- 3) Еще одним преимуществом является возможность самостоятельного изучения материала с помощью листов рабочей тетради, это приучает учащегося к самоорганизации и самоконтролю, в последствии преподаватель сможет проверить и скорректировать работу учащегося².

Существует порядок проведения урока с использованием листов рабочей тетради:

¹Привалова Е.А. Рабочие тетради как средство повышения эффективности учебного процесса: автореф. дис. канд. пед. наук. Кемерово, 2012. С. 20

²Фоминова А.Н. Педагогическая психология: учебное пособие. Москва, 2016. С. 319

1) Начинается занятие с повторения изученной темы урока. Преподаватель акцентирует внимание на основных понятиях темы.

2) Проведение небольшого предварительного опроса по лекциям, для проверки качества усвоения изученного материала.

3) Если учащиеся справляются с опросом без особых затруднений, то можно переходить к листам рабочей тетради для проверки преподавателем качества освоенной темы урока. Все задания выполняются индивидуально, что позволяет увидеть уровень знаний учащихся по пройденному материалу

4) В конце урока каждый учащийся получает оценку, которая складывается из работы на этапах повторения, опроса и на практическом этапе занятия.

По итогу нужно обратить внимание на преимущества работы с листами рабочей тетради. Это современный и удобный способ ведения урока, при котором учитываются знания каждого учащегося, можно увидеть качество освоенного материала и своевременно обратить внимание на слабо изученные моменты в теме, также можно оперативно выявить ошибки и пробелы в изученной теме. Важно, что обучающийся занимается самостоятельно, что повышает вероятность лучшего запоминания и усвоения темы. При такой форме работы у учащегося развивается творческий подход и самоконтроль.

Перейдем к разработке форм предъявления учебного материала к занятию «Теоретические подходы к изучению самостоятельного туризма». Данная рабочая тетрадь разработана для учащихся высшего профессионального образования и имеет контролирующий вид.

Рабочая тетрадь по теме «Теоретические подходы к изучению
самостоятельного туризма»

1. Дайте определение:

Самостоятельный туризм – это _____

Массовый туризм – это _____

CouchSurfing – это _____

Лоукостеры – это _____

Бэпкеинг – это _____

VlaBlaCar – это _____

2. Перечислите комплекс услуг, входящий в туристский продукт

1) _____

2) _____

3) _____

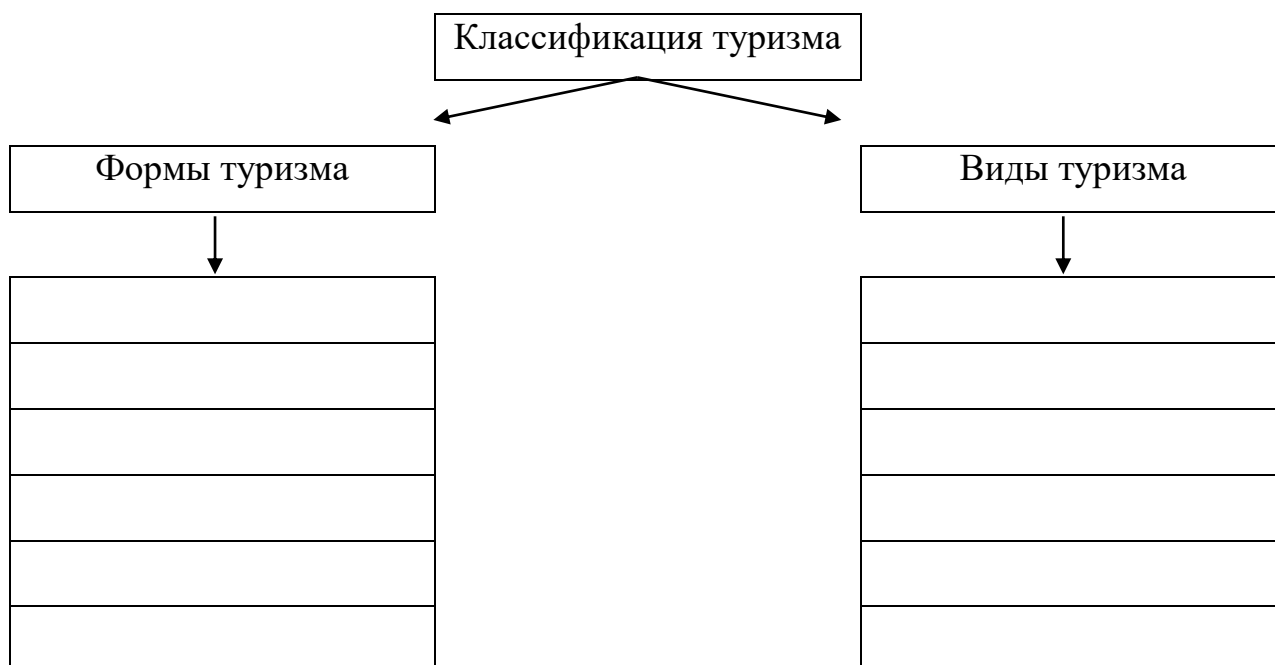
*3. Напишите, что на Ваш взгляд способствовало росту популярности
самостоятельных путешествий. (не менее трех пунктов)*

4. Заполните таблицу положительных и отрицательных сторон самостоятельного туризма

Плюсы самостоятельного туризм	Минусы самостоятельного туризма

5. Напишите, в чем разница между видами и формами туризма.

6. Заполните схему классификации туризма

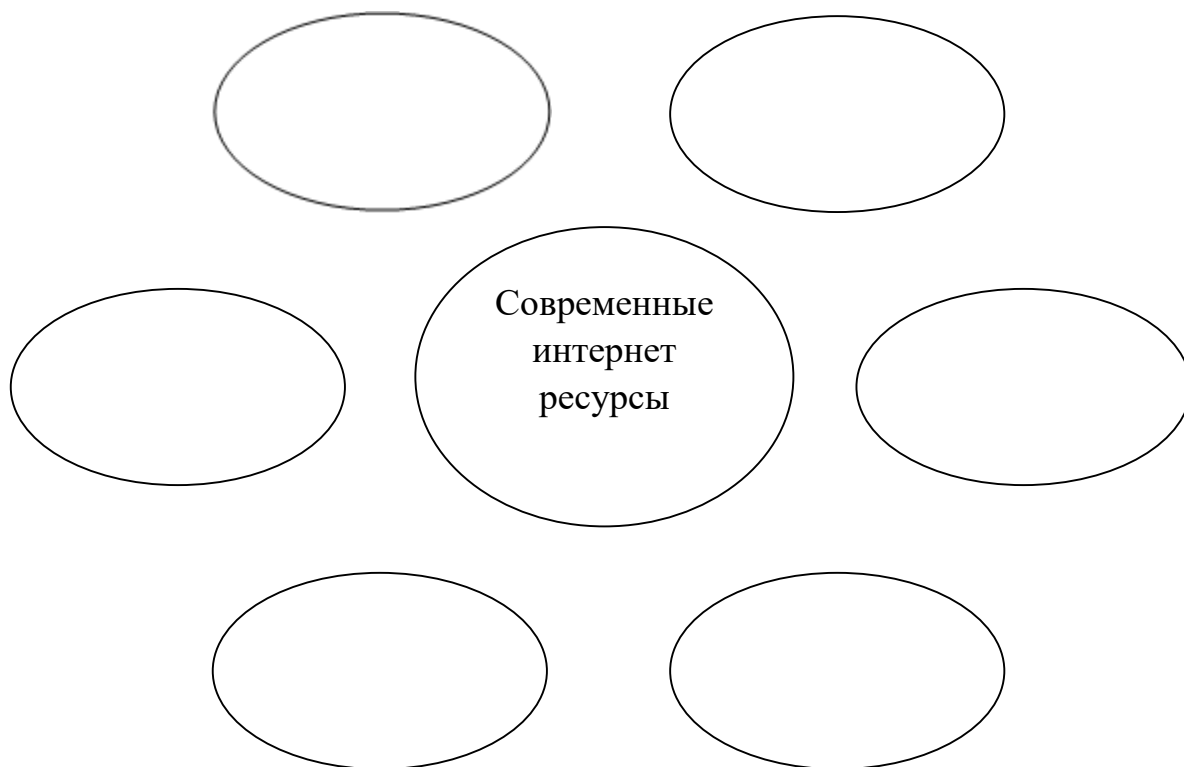


7. Заполните таблицу особых разновидностей самостоятельного туризма

Вид туризма	Характеристика
1) ...	А) Перемещение между городами на попутном транспорте без оплаты
2) Автотуризм	Б) ...
3) ...	В) Путешествие, осуществляемое любыми доступными способами за минимальные деньги (как правило, за счёт отказа от услуг туроператоров и предпочтения дешёвых способов перемещения и проживания)
4) Велотуризм	Г) ...

8. Напишите последствия развития самостоятельного туризма для турфирм

9. Заполните схему современными интернет ресурсами, которые помогают туристу самостоятельно организовать свое путешествие

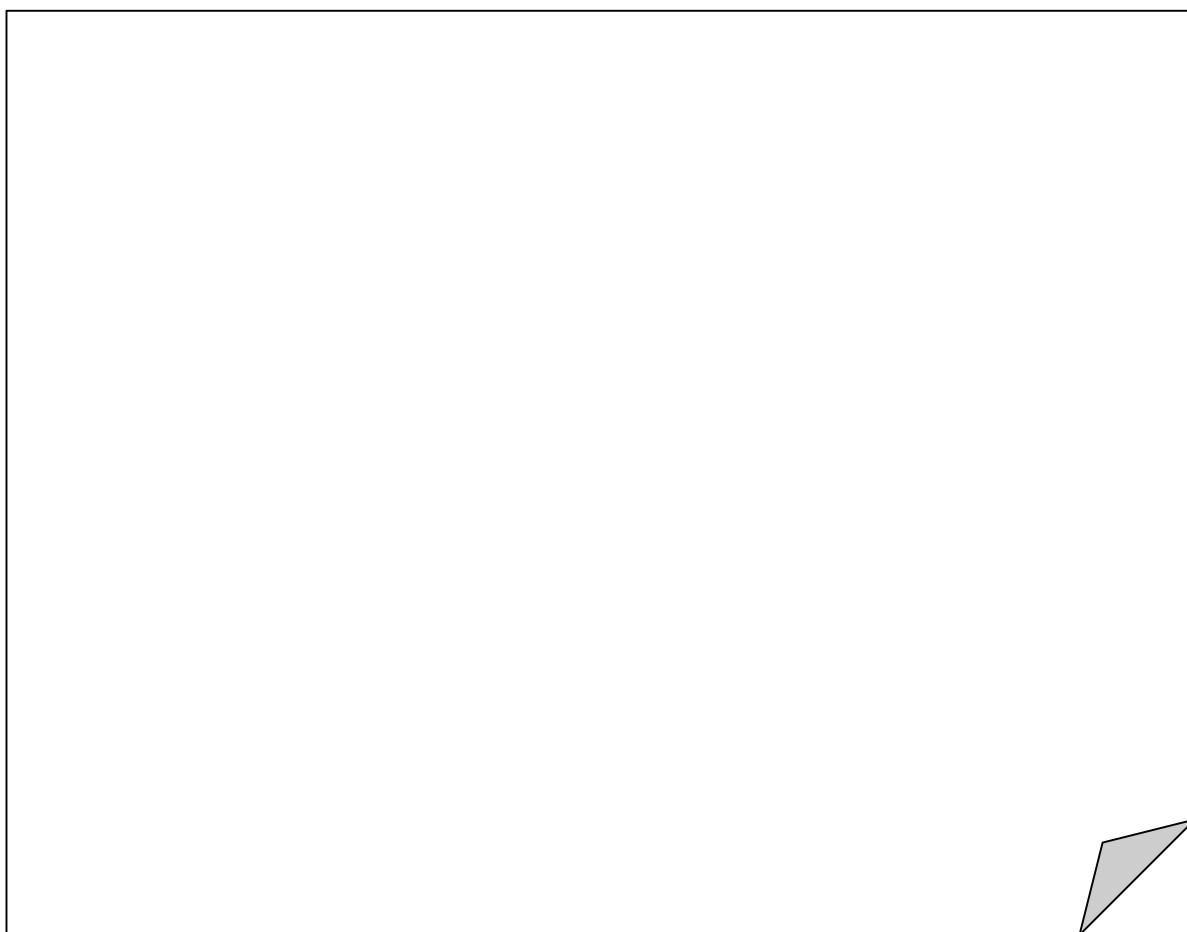


10. Заполните таблицу, охарактеризовав приведенные в первом столбике понятия

Понятие	Характеристика
Коучсерфинг	
Блаблакар	
Лоукостер	

11. Ответьте на вопрос, какая возрастная категория присуща самостоятельному туризму и как турфирмы могут привлечь эту аудиторию?

12. Творческое задание (по желанию). Разработайте идею приложения для самостоятельного туризма.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Самостоятельный туризм представляет собой относительно новое самостоятельное направление туризма, нуждающееся в изучении и практическом совершенствовании. Под самостоятельным туризмом понимают специфический вид туристской деятельности, в рамках которой турист формирует туристский продукт самостоятельно, в соответствии с собственными желаниями, мотивами и потребностями посредством приобретения отдельных элементов своего путешествия. Главными характеристиками являются: свобода выбора, создание индивидуального, уникального маршрута, использование современных интернет-технологий. Сегодня наиболее популярными видами самостоятельного туризма являются: автостоп, автотуризм, бэкпэкинг, с использованием таких интернет-ресурсов, как BlaBlaCar, CouchSurfing, Booking.

По завершению исследования цели и задачи выпускной квалификационной работы достигнуты. В ходе дипломной работы были проанализированы теоретические подходы к изучению самостоятельного туризма, понятие, виды и особенности данного вида. Также были рассмотрены современные сервисы помогающие самостоятельному туристу и проанализирована экономическая выгодность. На сегодняшний день активно развивается самостоятельный туризм, благодаря тому, что развивается интернет технологии, но индустрия туризма не обращает особого внимания на данный вид туризма, нужно понимать необходимость привлечения аудитории самостоятельных путешественников т.к. это аудитория всегда существовала и сегодня она все больше растет. Поэтому используя эмпирический метод, во второй главе было проведено исследование на тему оценки самостоятельного туризма молодежью города Екатеринбурга. Исследование включало в себя анкетный опрос респондентов в возрасте от 20 до 35 лет и включало в себя вопросы, связанные с отношением к самостоятельному туризму, знанием современных ресурсов для самостоятельного путешественника и социально –

демографические характеристики респондентов. Исследование показало, что молодежь Екатеринбурга охотнее совершает самостоятельные путешествия, чем организованные турфирмой. Молодежь знает и активно пользуется современными интернет ресурсами, разработанными для самостоятельных путешественников. Все это обусловлено экономической выгодностью самодеятельного туризма и отсутствием массовых туров, удовлетворяющих интересам молодежи. В дальнейшем были разработаны рекомендации для тур предприятий по привлечению молодежи города Екатеринбурга, а именно: предлагать разработку индивидуального тура, начать разрабатывать массовые туры, направленные на интересы молодежи, оперативно предлагать горящие туры через социальные сети, начать продавать туры онлайн через свой сайт, исследование показало, что самостоятельные путешественники часто путешествуют внутри страны, что говорит о необходимости разработок туров и развитие внутреннего туризма.

Далее был разработан методический раздел средств контроля знаний по теме выпускной квалификационной работы. Раздел содержит теоретические аспекты рабочей тетради, как предметно – знаковое средство обучения. В теоретической части представлена информация о рабочей тетради и её разработке. Разработанная рабочая тетрадь предназначена для учащихся высшего учебного заведения и имеет контролирующий вид. Данная рабочая тетрадь осуществляет контроль знаний и содержит в себе вопросы, связанные со знанием терминологии и предложенного материала из теоретической главы, учащимся предложено отвечать на вопросы, заполнять таблицы и схемы, и творческое задание по желанию.

Проведенное исследование не исчерпало тему самостоятельного туризма и поставленную проблему. Актуальными остаются вопросы, связанные с интересами самостоятельных путешественников в туризме, исследовав эту тему можно было бы начать разработку массовых туров для молодежи, также более глубокого изучения заслуживают современные приложения и сайты для самостоятельных путешественников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Абдель В.Э.* Влияние современных технологий на развитие электронного туризма: учебник / В.Э. Абдель. Казань: КНИТУ. 2016. 136 с.
2. *Александрова А.Ю.* Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. Москва: КНОРУС. 2010. 464 с.
3. *Алексеев А.А.* Что такое самодеятельный или спортивный туризм / А.А. Алексеев // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2013. № 3. С. 139-141.
4. *Арефеев В.Е.* Введение в туризм: учебное пособие для студентов географического факультета / В.Е. Арефеев. Барнаул: АГУ. 2002. 282 с.
5. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма: учебное пособие / А.В. Бабкин. Ростов-на-Дону: Феникс. 2008. 252 с.
6. *Батышева С.Я.* Профессиональная педагогика: учебник для студентов, обучающихся по пед. спец. напр. / С.Я. Батышева. Москва: ЭГВЕС. 2015. 450 с.
7. *Бим-Бад Б.М.* Педагогический энциклопедический словарь. / Б.М. Бим-Бад. Москва. 2013. 512 с.
8. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм: учебник / М.Б. Биржаков. Санкт-Петербург: Герда. 2007. 576 с.
9. *Боголюбов В.С.* Системные факторы и связи самоорганизации в туристических центрах крупных городов / В.С. Боголюбов // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 1 (60). С. 163- 169.
10. *Буйленко В.Ф.* Туризм: учебник / В.Ф. Буйленко. Ростов-на-Дону: Феникс. 2011. 416 с.
11. *Василькова Н.А.* Модель рабочей тетради студента по дисциплине «Методика профессионального обучения» / Н.А. Василькова. Вектор науки ТГУ. 2012. - №10. 45 с.

12. *Ветитнев А.М.* Социальные сети: новые возможности для управления организациями туристско-рекреационного комплекса / А.М. Ветитнев // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 1-17. С. 57-60
13. *Гананольский В.И.* Туризм и спортивное ориентирование: учебник для институтов и техникумов физической культуры / В.И. Гананольский. Москва. 1987. 211 с.
14. *Грачева О.Ю.* Организация туристского бизнеса: технология создания турпродукта: учебное пособие / О.Ю. Грачева. Москва: Туристический бизнес. 2008. 276 с.
15. *Грицак Ю.П.* Организация самостоятельного туризма: Учебное пособие для студентов специальности «туризм» / Ю.П. Грицак. Харьков: Экограф, 2008. 130 с.
16. *Джуджугазова Е.А.* Актуальные проблемы изучения туристских ресурсов РФ на основе применения современных информационных технологий: монография / Джанджугазова Е.А. Москва: Издательство 2012. 92 с.
17. *Зеленин А.А.* Туристская деятельность: сущность, виды туризма, особенности организации / А.А. Зеленин // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 2. С. 273-278.
18. *Карпова Г.А.* Классификация в туризме: практика и методология / Г.А. Карпова // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 2. С. 64.
19. *Коменский Я.А.* Великая дидактика: учебник / Я.А. Коменский. Москва: Книга по требованию. 2012. 320 с.
20. *Константинов Ю. С.* Детско-юношеский туризм: учеб. -метод. пособие. / Ю.С. Константинов. Москва: ФЦДЮТиК, 2008. 600 с.
21. *Лепешкин В.А.* «Экономический потенциал самостоятельного туризма» / В.А. Лепешкин // научно – практический журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». 2014. №2. С.69-77.
22. *Лойко О. Т.* Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / О.Т. Лойко. Томск: ТПУ. 2007. 152 с.

23. *Макаренко С.Н.* История туризма: учебное пособие / С.Н. Макаренко. Таганрог: ТРТУ. 2003. 94 с.
24. *Мансуров Э.Н.* Европейские бюджетные авиаперевозчики: история, бизнес – модель и роль в туризме / Э.Н. Мансуров // Географический вестник: Туризм и краеведение. 2010. № 3. С. 3-14.
25. *Мошняга В.В.* Основные тенденции развития туризма в современном мире / В.В.Мошняга // Вестник РМАТ. 2013. № 3 (9). С. 20—33.
26. *Новиков В.С.* Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. Москва: Издательский центр «Академия», 3-е изд. 2010. 208 с.
27. *Писаревский Е.Л.* Основы туризма: учебник / Е.Л. Писаревский. Москва: Федеральное агентство по туризму. 2014. 384 с
28. *Привалова Е.А.* Рабочие тетради как средство повышения эффективности учебного процесса: автореф. дис. канд. пед. наук / Е.А. Привалова. Кемерово. 2012. 200 с.
29. *Пряхина Е.Н.* Возможности информационных технологий в организации и совершенствовании самостоятельной работы студентов: автореф. дис. На соиск. учен. степ. канд. пед. наук (13.00.01) / Е.Н. Пряхина; Тюменский государственный университет. – Тюмень. 2016. 130 с.
30. *Рябова Т.В.* Социально-культурные аспекты самостоятельного туризма / Т.В. Рябова и др. // Сервис. 2016. № 3. 3-9с.
31. *Савин Д.А.* Специальные виды туризма: учебное пособие / Д.А. Савин. Ярославль. 2013 – 155 с.
32. *Старостенко К.В.* Развитие активного туризма в России: проблемы и перспективы / К.В. Старостенко // Среднерусский вестник общественных наук. 2011. №2. С. 183-186
33. *Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018)*

34. *Фоминова А.Н.* Педагогическая психология: учебное пособие / А.Н. Фоминова. 2-е изд. Москва. 2016. 319 с.
35. *Якунин В.Н.* Виды туризма: историография проблемы / В.Н. Якунин // Россия – Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Вып. 1. Самара. 2016. С. 240-247.
36. *Академик* электронный словарь [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://test.academic.ru>
37. *Российский* туризм – чаще, старше и мобильнее. Результаты всероссийского опроса исследовательского холдинга «Рамир» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://romir.ru>
38. *BlaBlaCar* [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.blablacar.ru>
39. *Couchsurfing* [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.couchsurfing.com>
40. *LiveJournal* Организованный туризм против самостоятельного путешествия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://chipstone.livejournal.com>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Описание проблемы: с развитием информационных технологий самостоятельный туризм получает все большее распространение, в связи с этим существует угроза снижения спроса на услуги тур фирм. В последнее время все больше появляется информационных сайтов, которые упрощают процесс формирования тура, что позволяет туристам самим планировать своё путешествие. Так же появляются специальные сервисы, которые позволяют путешествовать бесплатно, что способствует повышению интереса к самостоятельному туризму и снижению спроса на услуги тур. фирмы. Проблема заключается в угрозе снижения спроса для турфирм. Исследование позволит выявить, какими ресурсами пользуются самостоятельные путешественники, и какими способами их может привлечь турфирма.

Объект: жители Екатеринбурга в возрасте от 18 до 35 лет, у которых был опыт самостоятельной организации путешествий.

Предмет: отношение к самостоятельному туризму молодежи Екатеринбурга.

Цель: проанализировать отношение молодежи к самостоятельному туризму как виду туризма.

Задачи:

- Проанализировать частоту совершаемых самостоятельных путешествий
- Изучить мнение о стоимости самостоятельных путешествий и организованных турфирмой;
- Выявить предпочтения самостоятельных путешественников в размещении и передвижении;
- Выяснить оценки степени опасности данного вида туризма.
- Выяснить информативность молодежи о сервисах, позволяющих организовать самостоятельный тур.

- Проанализировать социально-демографические характеристики молодежи.

Интерпретация понятий

- *Туризм* - временные выезды людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев без занятия оплачиваемой деятельностью.
- *Самостоятельный туризм* - это путешествие, совершаемое с полным или частичным отказом от услуг туроператоров и турагентов, при его организации путешественник самостоятельно формирует маршрут своего путешествия, а также выбирает и приобретает все его составляющие (билеты, проживание в гостиницах, питание, экскурсии и т. д.).
- *Путешествие* - передвижение по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями.
- *Трансфер* - перевозка пассажира из условленного места к другому заранее согласованному месту.
- *Тур. фирма* - это компания, которая занимается непосредственно реализацией турпакета рядовым гражданам.
- *Тур. пакет* - это тур, включающий определенный набор туристических сервисов, формируемый в зависимости от вида и цели путешествия, а также и потребностей туристов.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

АНКЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра социологии и социальной работы

Анкета

Уважаемый респондент!

Выпускница института гуманитарного и социально-экономического образования РГППУ проводят исследование с целью выявления отношения молодежи г. Екатеринбурга к самостоятельному туризму. Ваши искренние ответы окажет нам неоценимую помощь в научном анализе этой актуальной проблемы.

Анкета анонимная, подписывать её не надо. Полученные результаты будут использоваться только в обобщенном виде.

Правила заполнения анкеты:

Внимательно прочитайте вопрос и предложенные варианты ответа. Номер того варианта, который наиболее точно отражает Ваше мнение, обведите, или допишите свое мнение в специально отведенном месте.

Заранее благодарим Вас за помощь и сотрудничество!

Екатеринбург 2018

1. Какой отдых Вы предпочитаете?

(Выберете 1 вариант ответа)

1. Организованный самостоятельно
2. Организованный турфирмой
3. Затрудняюсь ответить

2. Что является приоритетным для Вас при организации отдыха? *(не более 3-х вариантов ответа)*

1. Гарантия безопасности
2. Комфорт
3. Возможность самостоятельно составлять программу отдыха
4. Отзывы туристов о выбранном месте
5. Имеющийся бюджет средств
6. Возможность общения
7. Наличие развлекательной программы
8. Климат
9. Другое _____

3. Какие страны Вы посетили самостоятельно (не через турфирму)?
(Выберите все необходимое)

1. Россия (путешествую по городам России)
2. Страны бывшего СНГ (Беларусь, Казахстан, Армения и т.д.)
3. Европейские страны (Германия, Франция, Великобритания т.д.)
4. Страны восточной Азии (Китай, Южная Корея, Монголия, Япония и др.)
5. Другое _____

4. Сколько раз Вы организовывали свое путешествие самостоятельно?

1. Более 7 раз

2. 4-6
3. 2-3
4. Один раз
5. Свой вариант _____

5. Как часто Вы путешествуете самостоятельно?

1. Несколько раз в год
2. Один раз в год
3. Реже чем раз в год
4. Раз в 2 года
5. Раз в пять лет
6. Затрудняюсь ответить

6. Каким образом организует свой отдых большинство Ваших знакомых, родственников?

1. Почти все мои знакомые предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых.
2. Почти все мои знакомые предпочитают обращаться в турфирмы и турагентства отдыха.
3. Затрудняюсь ответить

7. С какими сложностями Вы сталкивались при подготовке к самостоятельному путешествию? *(Выберите все необходимое)*

1. Не могли посчитать необходимый бюджет
2. Не могли определиться с местом отдыха
3. Не хватало любого рода информации
4. Не хватало денег
5. Не совпадали отпуска с друзьями/супругой/супругом
6. Проблемы с Визой
7. Незнание культурных особенностей

8. Незнание языка
9. Никаких трудностей
10. Другое _____

8. Как бы Вы оценили свой опыт организации самостоятельных путешествий? *(Выберете один вариант ответа)*

1. Полностью положительный
2. Больше положительный, чем отрицательный
3. Больше отрицательный, чем положительный
4. Полностью отрицательный
5. Затрудняюсь ответить

9. Как Вы считаете, каким по стоимости должен быть отдых, организованный самостоятельно? *(Выберете один вариант ответа)*

1. Однозначно дороже, чем в турфирме
2. Скорее дороже, чем в турфирме
3. Одинаковая стоимость
4. Скорее дешевле, чем в турфирме
5. Однозначно дешевле, чем в турфирме
6. Затрудняюсь ответить

10. При каких обстоятельствах Вы обратитесь в турфирму? *(Выберете несколько вариантов ответа)*

1. Если предложат горящий тур
2. При оформлении визы/бронировании гостиницы/покупки билетов
3. Когда буду больше зарабатывать
4. Когда надоест самостоятельно планировать путешествие
5. Затрудняюсь ответить
6. Другое _____

11. Какой вид транспорта Вы выбираете чаще всего для самостоятельного путешествия? *(Выберете все необходимое)*

1. Автомобиль
2. Поезд
3. Самолет
4. Велосипед
5. Теплоход
6. Автобус
7. Пешком
8. Другое _____

12. Где Вы чаще питаетесь во время самостоятельного путешествия? *(Выберите все необходимое)*

1. Организованное питание в отеле
2. Кафе, рестораны
3. Столовые, фаст-фуд
4. Предпочитаю готовить самостоятельно
5. Покупаю в магазине
6. Другое _____

13. Где Вы чаще всего предпочитаете проживать во время самостоятельных путешествий? *(Выберете 1-2 вариант ответа)*

1. В гостинице/ отеле
2. В хостеле
3. Снимаю квартиру
4. У друзей/знакомых
5. В палатке
6. Другое _____

14. Какие проблемы возникали у Вас во время самостоятельно организованного путешествия? *(Выберите все необходимое)*

1. Предлагаемое питание не подходило для детей
2. Неудовлетворительные условия проживания
3. Было скучно
4. Плохое медицинское обслуживание
5. Плохая организация досуга
6. Не хватало общения
7. Никаких проблем не возникало
8. Какие еще? _____

15. С каким из нижеперечисленных суждений Вы согласны в большей степени?

1. Самостоятельный туризм опаснее, чем организованный турфирмой
2. Самостоятельный туризм опасен в той же степени, как и организованный турфирмой
3. Самостоятельный туризм безопаснее, чем организованный турфирмой
4. Самостоятельный туризм безопасный
5. Затрудняюсь ответить

16. Ощущали ли Вы чувство тревожности за время самостоятельного путешествия?

1. Да
2. Нет (переходите к вопросу 18)

17. С чем было связано чувство тревожности во время самостоятельного путешествия?

1. С поиском жилья
2. С поиском транспорта

3. С недоверием к людям
4. С нехваткой материальных средств
5. С климатическими условиями
6. С экзотическими болезнями
7. С незнанием иностранного языка
8. С незнанием культурных особенностей
9. Другое _____

18. Знакомы ли Вам следующие сервисы? *(Отметьте знакомые Вам понятия)*

1. CouchSurfing (Коучсерфинг)
2. BlaBlaCar (Блаблакар)
3. Booking.com (Букинг)
4. Лоукостеры
5. Система фортуны
6. Нет знакомого понятия (перейдите на 23 вопрос)

19. Какими сервисами Вы пользовались при самостоятельной организации путешествия

1. CouchSurfing (Коучсерфинг)
2. BlaBlaCar (Блаблакар)
3. Booking.com (Букинг)
4. Лоукостеры
5. Система фортуны
6. Не пользовался(-лась) (перейдите на 24 вопрос)
7. Другое _____

20. Сколько раз Вы пользовались сервисами помогающими туристу самостоятельно планировать свое путешествие (CouchSurfing (Коучсерфинг), BlaBlaCar (Блаблакар), Лоукостеры и т.д.)

1. 6 и более
2. 4-5
3. 2-3
4. 1

21. Как Вы оцениваете опыт пользования сервисом CouchSurfing (Коучсерфинг).

1. Как положительный
2. Как удовлетворительный опыт
3. Как негативный опыт
4. Не пользовался (-лась) данным сервисом
5. Затрудняюсь ответить

22. Как Вы оцениваете опыт пользования сервисом BlaBlaCar (Блаблакар).

1. Как положительный опыт
2. Как удовлетворительный опыт
3. Как негативный опыт
4. Не пользовался (-лась) данным сервисом
5. Затрудняюсь ответить

23. Как вы оцениваете опыт пользования сервисом Booking.com (Букинг).

1. Как положительный опыт
2. Как удовлетворительный опыт
3. Как негативный опыт
4. Не пользовался (-лась) данным сервисом
5. Затрудняюсь ответить

А теперь укажите некоторые сведения о себе

24. Ваш пол

1. Мужской
2. Женский

25. Ваш возраст

1. Меньше 20 лет
2. 20-25
3. 26-35
4. 36-45
5. 35 лет и старше

26. Семейное положение

1. Не женат/не замужем
2. Женат/замужем
3. Разведен/разведена
4. Вдовец/вдова

27. Есть ли у Вас дети?

1. 3 и более
2. 1-2
3. Нет

28. Какой Ваш статус?

1. Предприниматель
2. Руководитель
3. Специалист
4. Служащий
5. Рабочий

6. Пенсионер
7. Домохозяйка
8. Студент, учащийся
9. Другое _____

29. Как Вы оцениваете Ваше материальное положение?

1. Есть возможность удовлетворить практически все материальные потребности
2. Испытываю затруднения только с крупными покупками, такими как: квартира, машина, дача.
3. Денег хватает на основные потребности: питание, жилье, одежда.

Спасибо за участие!