

ФГОБУ ВО «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»

ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА ШКОЛЬНИКОВ «МИССИЯ ВЫПОЛНИМА. ТВОЕ
ПРИЗВАНИЕ – ФИНАНСИСТ!» ПО ПРЕДМЕТУ ТУРИЗМ 2025-2026 уч. года

ВАРИАНТ II

Тестовая часть (за каждый правильный ответ дается по 2 балла):

1. Перечень предоставляемых услуг, посещаемых объектов показа и досуговых мероприятий, сформированный в определенной последовательности, с указанием времени, места и условий обслуживания – это ...

- А) программа обслуживания туристов
- Б) технологическая инструкция (в туризме)
- В) технологическая карта туристского путешествия
- Г) туристский маршрут
- Д) туристский продукт

2. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» в России был запущен в ... году

- А) 2019
- Б) 2020
- В) 2021
- Г) 2022
- Д) 2023

3. Понятие «овертуризм» означает ...

- А) чрезмерную туристскую нагрузку на территорию, приводящую к негативным последствиям для местного населения и природы
- Б) организацию дополнительных туристских программ и маршрутов для увеличения доходов от туризма
- В) туризм в высокий сезон
- Г) превышение стоимости тура над бюджетом туриста
- Д) модель туризма с завышенными ценами на услуги для максимизации прибыли туроператоров

4. Приоритетный вид туризма в перспективном туристском укрупненном инвестиционном проекте «Кавказ» - это ... туризм.

- А) детский
- Б) оздоровительный
- В) паломнический
- Г) культурно-познавательный
- Д) железнодорожный

5. Основной фортификационный элемент объекта ЮНЕСКО «Цитадель, Старый город и крепостные сооружения Дербента», ...

- А) Старый город
- Б) Мечеть Джума
- В) Священное кладбище Кырхляр
- Г) Цитадель Нарын-кала
- Д) Мавзолей Тути-Беке

Практико-ориентированная часть

Республика Алтай занимает лидирующие позиции в Сибирском федеральном округе в сфере туризма. Ежегодно поток туристов в Горный Алтай увеличивается: в 2024 году он вырос на 5% и составил 2,7 млн человек, в 2025 году этот показатель увеличится еще на 5-7%. Регион обладает уникальными природными ресурсами. Объектом охраны ЮНЕСКО стала территория более 16 000 квадратных километров на стыке Центральной Азии и Сибири. В нее входят Алтайский биосферный заповедник и буферная зона Телецкого озера, Катунский биосферный заповедник и буферная зона горы Белуха, а также природный парк «Зона покоя Укок».

Регион характеризуется высоким биоразнообразием, здесь обитают редкие виды животных (снежный барс, алтайский аргали и др.), сохранились уникальные экосистемы. Республика Алтай традиционно привлекает любителей активного отдыха и экотуризма.

В последние годы в Республике Алтае развивается инфраструктура – идет строительство дорог, отелей, ресторанов и других объектов. Инвестирование в туристские комплексы этой местности может стать основой для дальнейшего развития бизнеса, подразумевая создание новых рабочих мест и привлечение дополнительных инвестиций. В республике создаются новые экотропы общей протяженностью 83 км (с перспективой расширения до 178 км), ведется благоустройство стоянок, мест отдыха и информационных щитов в природных парках. Разработаны познавательные-прогулочные и познавательно-туристские маршруты.

Однако стихийное развитие туризма приводит к деградации природных территорий: замусоривание туристских стоянок, вытаптывание растительности, беспокойство диких животных, незаконная рубка леса. Популярные места (долина реки Чулышман, Мультиинские озёра, окрестности Белухи) страдают от перегрузки в летний сезон. Местное население не всегда получает выгоду от туризма, туристская инфраструктура развита слабо.

Разработайте стратегию устойчивого развития экологического туризма в Республике Алтай по следующим направлениям:

6. Предложите 2 механизма регулирования туристской нагрузки на особо уязвимые природные территории. Как ограничить количество посетителей, не снижая привлекательность региона? (каждый механизм регулирования туристской нагрузки должен иметь обоснование; указание каждого механизма регулирования туристской нагрузки при наличии полного обоснования оценивается по 5 баллов, при неполном обосновании – по 3 балла; если предложен только сам механизм регулирования, а обоснование этого выбора минимально – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

7. Разработайте и предложите 2 программы экологического просвещения для туристов. Как донести важность бережного отношения к природе Алтая? Какие форматы лучше использовать? (необходимо обосновать выбор программ экологического просвещения, охарактеризовать их, а также обосновать предлагаемые форматы; за каждую программу экологического просвещения с характеристикой, описанием форматов и обоснованием – по

5 баллов; если программы указаны, но их обоснование и характеристика неполные, а форматы обоснованы частично – по 3 балла; если предложены только сами программы, но нет или их характеристики, или предлагаемых форматов – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

8. Предложите 2 объекта экологичной туристской инфраструктуры, необходимых региону. Обоснуйте выбор, укажите принципы их размещения (за каждый предложенный объект инфраструктуры при наличии полного обоснования выбора и принципов размещения – по 5 баллов, если объекты экологичной туристской инфраструктуры предлагаются, но при этом обоснование неполное или не обоснованы принципы размещения – по 3 балла; при указании объектов с минимальным описанием, обоснованием – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

9. Предложите 2 способа вовлечения местных жителей в экотуризм. Как сделать так, чтобы местное население стало партнёром в развитии туризма? (каждый из указанных способов должен быть обоснованным и актуальным; за каждый способ вовлечения местного населения при полном обосновании – по 5 баллов, если способ вовлечения местных жителей в экотуризм указан, однако обоснование частично – по 3 балла; при отсутствии обоснования – 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

10. Предложите 2 финансовых механизма, которые направят часть доходов от туризма на охрану природы и поддержку местных сообществ (каждый из предложенных финансовых механизмов должен иметь обоснование; каждый механизм при наличии полного обоснования оценивается по 5 баллов; если финансовый механизм указан, но обоснование частичное, неполное – по 3 балла; предложение финансового механизма при отсутствии обоснования – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – по 0 баллов).

Туризм в Тверской области демонстрирует устойчивый рост, что подтверждается официальными данными и рейтингами. Регион входит в топ-30 национального рейтинга туристической привлекательности (25-е место по итогам начала 2025 года), а туристский поток за последние годы увеличился почти в два раза: с 1,5 млн. до 2,9 млн. человек.

Территория Тверской области обладает уникальным и многоплановым ресурсом для развития военно-патриотического туризма. Её военно-исторический ландшафт формировался на протяжении столетий. Наиболее значимый пласт связан с событиями Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. В частности, в период с января 1942 по март 1943 года на территории области проходила Ржевско-Вяземская битва, характеризующаяся исключительной продолжительностью, напряжённостью и масштабом потерь. Материальные свидетельства этих событий превращают регион в обширный «музей под открытым небом». Этот аутентичный историко-мемориальный комплекс обладает высокой степенью достоверности и эмоционального воздействия, обеспечивая неизгладимое впечатление на посетителей и способствуя глубокому личностному осмыслению трагических и героических страниц отечественной истории.

В связи с 80-летием Победы в Великой Отечественной войне, особое внимание в регионе уделено патриотическим мероприятиям. Среди них фестиваль «С верою в Россию» (Вышневолоцкий округ), «За родником – белый храм» (Кимрский округ), военно-исторический фестиваль «Тверская застава» (Тверь), фестиваль «Новоторжский рубеж» (Торжокский район) и др.

Однако военно-патриотический туризм пока не стал драйвером развития региона. Маршруты недостаточно активно интегрируются в федеральные туристские маршруты и образовательные программы, недостаточно развита сопутствующая туристская инфраструктура в зонах концентрации военно-исторических объектов, слабо развита система продвижения, недостаточна круглогодичная событийная программа патриотической направленности и др.

Разработайте стратегию развития военно-патриотического туризма в Тверской области по следующим направлениям:

11. Предложите 2 новых события военно-патриотической тематики для круглогодичного событийного календаря региона. События должны проходить в разные сезоны. Обоснуйте свой выбор, опишите концепцию, время и место проведения каждого события (за каждое событие с полным обоснованием, описанием концепции, времени и места проведения – по 5 баллов, если событие предложено, но обоснование и описание частичные, неполные (в т.ч. отсутствует указание времени, места проведения события) – по 3 балла; при предложении события и минимальном его описании/обосновании – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

12. Обоснуйте выбор 2 различных целевых аудиторий для военно-патриотического туризма в регионе. Какие форматы экскурсий подойдут каждой группе туристов/экскурсантов? (предложение каждой целевой аудитории должно иметь обоснование и описание подходящих форматов экскурсий; в случае полного обоснования и описания форматов экскурсий каждая целевая аудитория оценивается на 5 баллов; при неполном обосновании и описании форматов экскурсий – 3 балла; при минимальном обосновании и указании форматов экскурсий – 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

13. Разработайте 2 тематических военно-патриотических маршрута по области, которые могли бы быть интересны для молодежи. Опишите ключевые точки каждого маршрута, обоснуйте выбор объектов посещения (за каждый из предложенных маршрутов при полной детализации и обосновании – по 5 баллов, если военно-патриотические маршруты указаны, но ключевые точки каждого маршрута описаны частично, неполно, а также не в полной мере обоснованы объекты посещения – по 3 балла; если приведены только сами маршруты, но нет описания ключевых точек и обоснования объектов посещения – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

14. Предложите 2 способа продвижения маршрутов военно-патриотического туризма в Тверской области для молодежи. Обоснуйте выбор каналов продвижения (за каждый способ продвижения с обоснованием выбора канала для обозначенной целевой аудитории – по 5 баллов, при частичном обосновании – по 3 балла; если указан только способ продвижения, а обоснования нет – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).