

ФГОБУ ВО «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»

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

ВАРИАНТ I

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

1. Концепция устойчивого развития туризма – это ...
 - А) модель развития, которая удовлетворяет потребности сегодняшнего поколения туристов, не вредя при этом будущим поколениям
 - Б) управление потоками туристов в национальных парках и заповедниках
 - В) развитие экологического и сельского туризма на международном и национальном уровне
 - Г) привлечение стабильного потока в страну иностранных туристов
 - Д) принцип выборочности в развитии туристской инфраструктуры

2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2019-2025 годы)» предполагает использование ... подхода.
 - А) базового
 - Б) туристского
 - В) кластерного
 - Г) компетентностного
 - Д) инвестиционного

3. Масштабный туристский проект «5 морей и озеро Байкал» НЕ включает в себя создание всесезонных курортов на побережье ... моря:
 - А) Японского
 - Б) Каспийского
 - В) Черного
 - Г) Белого
 - Д) Азовского

4. Условия приобретения туроператором блоков мест/номеров в средствах размещения с полной или частичной предоплатой на определенный период времени (сезон) – это ...
 - А) комитмент
 - Б) элотмент
 - В) аренда
 - Г) бронь
 - Д) предварительная заявка

5. Регион, в котором находится музей-заповедник деревянного зодчества «Малые Корелы»:
 - А) Мурманская область
 - Б) Архангельская область
 - В) Вологодская область

- Г) Республика Карелия
- Д) Республика Коми

ОТВЕТЫ

- 1-А**
- 2-В**
- 3-Г**
- 4-А**
- 5-Б**

Критерии оценки:

Тестовая часть (максимум 10 баллов) – по 2 балла за каждый правильный ответ тестовой части.

Практико-ориентированная часть

Краснодарский край – главная житница России и регион с огромным потенциалом для гастрономического туризма. На 2025 год край производит 35% российского винограда, большое количество фруктов и овощей. Краснодарский край – единственный регион России, где производят чай в промышленных масштабах. На территории работают более 90 винодельческих хозяйств, многие открыты для туристов. Кубанская кухня уникальна – это сплав казачьих, русских и адыгских традиций. В регионе проводятся гастрономические и винные фестивали, ярмарки, другие гастрономические события.

Летний сезон 2025 года в Краснодарском крае ознаменовался устойчивым ростом интереса к гастрономическому и этнотуризму, которые власти региона определили как одно из приоритетных направлений. За последние два года число посетителей виноделен удвоилось, а в текущем году ожидается не менее миллиона туристов, желающих познакомиться с местными винодельческими традициями.

Регион имеет развитую туристскую инфраструктуру благодаря курортам Черноморского побережья. Гастрономический и этнотуризм вышли на новый уровень, став не просто летним явлением, а полноценным драйвером экономического и культурного развития региона. Этот формат отдыха объединяет людей разных возрастов, расширяет возможности для внутреннего и внешнего туризма и делает Краснодарский край узнаваемым на туристской карте страны.

Однако гастрономический туризм пока недостаточно представлен как самостоятельное направление. Местные производители не всегда готовы принимать туристов, не достаточно организованных гастрономических маршрутов, не хватает квалифицированных гидов.

Разработайте стратегию развития гастрономического туризма в Краснодарском крае по следующим направлениям:

6. Разработайте 2 тематических гастрономических маршрута по краю. Опишите ключевые точки каждого маршрута, обоснуйте выбор объектов посещения (за каждый из предложенных маршрутов при полной детализации и обосновании – по 5 баллов, если гастрономические 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).

7. Предложите 2 новых гастрономических события или фестиваля, которые могли бы проводиться в межсезонье. Разработайте концепцию, укажите целевую аудиторию и предполагаемое место проведения каждого (за каждое из предложенных событий/фестивалей при полном описании концепции, целевой аудитории и места

проведения с обоснованием – по 5 баллов; при частичном описании концепции, нечеткой формулировке целевой аудитории и неполном обосновании места проведения – 3 балла; при минимальном обосновании и указании целевой аудитории и места проведения – 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

8. Предложите и охарактеризуйте 2 мастер-класса или образовательных программы для туристов в рамках гастрономической тематики. Обоснуйте востребованность этих программ (за каждую из предложенных программ/мастер-классов при полной характеристике и обосновании востребованности – по 5 баллов, если программы/мастер-классы указаны, но характеристика программы и обоснование востребованности частичные, неполные – по 3 балла; если указаны только сами образовательные мероприятия, но нет описания программ и обоснования их востребованности – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

9. Предложите 2 механизма вовлечения фермеров, виноделов и рестораторов в гастрономический туризм. Как мотивировать их быть более открытыми для туристов? (предложенные механизмы должны быть не только перечислены, но и обоснована их целесообразность, эффективность; за каждый механизм вовлечения при полном обосновании – по 5 баллов, если механизм вовлечения указан, но обоснование частичное, неполное – по 3 балла; если механизм вовлечения указан, но нет обоснования – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

10. Предложите 2 источника финансирования проектов по развитию гастрономического туризма. Обоснуйте свой выбор (за каждый указанный источник финансирования с полным обоснованием его выбора – по 5 баллов, если источник финансирования указан, но обоснование частичное, неполное – по 3 балла; если источник финансирования указан, но нет обоснования – по 1 баллу; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

Челябинская область – один из крупнейших промышленных регионов России с богатой индустриальной историей. Здесь расположены предприятия металлургии, машиностроения, оборонной промышленности. Во время Великой Отечественной войны Челябинск был Танкоградом – городом, который «ковал победу». На территории области сохранились уникальные памятники промышленной архитектуры, работают музеи при предприятиях. В последние годы появился интерес к промышленному туризму со стороны школьников, студентов и зарубежных гостей. Важным фактором роста сферы промышленного туризма стало активное вхождение в систему малых и средних предприятий.

Популярность промышленного туризма в Челябинской области возрастет с каждым годом. Большую роль в этом играют предприятия, в том числе металлургические, которые развивают экскурсионные маршруты. Регион демонстрирует качественный переход от единичных экскурсий на промышленные предприятия к системному использованию промышленного туризма как эффективного инструмента решения стратегических задач.

Однако промышленный туризм все еще находится в начальной стадии развития: многие предприятия закрыты для посещения по соображениям безопасности и коммерческой тайны, в отдельных локациях недостаточно развита инфраструктура для приёма туристов, недостаточно подготовленных экскурсоводов для проведения промышленных экскурсий.

Разработайте направления развития промышленного туризма в Челябинской области по следующим аспектам:

11. Разработайте 2 меры по обеспечению безопасности туристов на действующих промышленных предприятиях. Как сделать посещение безопасным, не останавливая производство? (каждая мера безопасности должна быть обоснована, в этом случае каждая мера оценивается на 5 баллов, при частичном обосновании – на 3 балла; если мера указана, но нет обоснования – на 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

12. Обоснуйте выбор 2 различных целевых аудиторий для промышленного 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 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. Предложите 2 аргумента, которые убедят руководство промышленных предприятий принять туристов. Какие выгоды получит завод от промышленного туризма? (каждый аргумент должен иметь полное обоснование выгод для предприятия, в этом случае каждый аргумент оценивается на 5 баллов; при частичном обосновании – на 3 балла; если аргумент указан, но не обоснован – на 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

14. Предложите 2 эффективных способа продвижения промышленного туризма Челябинской области на рынке туристских услуг. Обоснуйте свой выбор (за каждый способ продвижения с полным обоснованием – 5 баллов; при частичном обосновании – 3 балла; если указан только способ продвижения, а обоснования нет – 1 балл; если предложения отсутствуют – 0 баллов).

Критерии оценки:

Практико-ориентированная часть (всего максимум 90 баллов, за каждое задание максимум 10 баллов):

6 задание. За каждый из предложенных маршрутов при детализации и обосновании – 5 баллов, при частичном (неполном обосновании), отсутствии детализации – по 3 балла; при отсутствии обоснования выбора объектов на маршрутах – по 1 баллу; при отсутствии предложений – по 0 баллов.

7 задание. За каждое из предложенных событий/фестивалей при полном описании концепции, целевой аудитории и места проведения с обоснованием – 5 баллов, при частичном обосновании – 3 балла; при отсутствии обоснования – 1 балл; при отсутствии предложений – 0 баллов.

8 задание. За каждую из предложенных программ/мастер-классов при обосновании востребованности – 5 баллов, при частичном (неполном обосновании) – по 3 балла; при отсутствии обоснования – по 1 баллу; при отсутствии предложений – по 0 баллов.

9 задание. За каждый механизм вовлечения при обосновании – 5 баллов, при частичном (неполном обосновании) – по 3 балла; при отсутствии обоснования – по 1 баллу; при отсутствии предложений – по 0 баллов.

10 задание. За каждый источник финансирования при обосновании – 5 баллов, при частичном (неполном обосновании) – по 3 балла; при отсутствии обоснования – по 1 баллу; при отсутствии предложений – по 0 баллов.

11 задание. За каждую меру безопасности с обоснованием – 5 баллов, при частичном обосновании – 3 балла; при отсутствии обоснования – по 1 баллу; при отсутствии предложений – 0 баллов.

12 задание. За каждую целевую аудиторию с описанием подходящих форматов экскурсий – 5 баллов, при неполном описании – 3 балла; при минимальном описании – 1 балл; при отсутствии предложений – 0 баллов.

13 задание. За каждый аргумент с полным обоснованием выгод для предприятия – 5 баллов, при частичном обосновании – 3 балла; при отсутствии обоснования – 1 балл; при отсутствии предложений – 0 баллов.

14 задание. За каждый способ продвижения с обоснованием – 5 баллов, при частичном обосновании – 3 балла; при отсутствии обоснования – 1 балл; при отсутствии предложений – 0 баллов.

Максимальное итоговое количество баллов – 100 баллов

