

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет географический

Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. геогр. наук, доц.

 М. А. Жулина

«27» июне 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

**АТЛАС ОБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ**

**АМСТЕРДАМА**

Автор бакалаврской работы	18.06.2018	 А. А. Фомина
Обозначение бакалаврской работы	БР-02069964-43.03.02-11-18	
Направление подготовки 43.03.02 туризм		
Руководитель работы		
канд. геогр. наук, доц.	18.06.2018	 В. М. Кицис
Нормоконтролер		
преподаватель	16.06.2018	 А. И. Кусерова

Саранск  
2018


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет географический  
Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. геогр. наук, доц.

 М. А. Жулина

«27» июня 2018 г.

**ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ**

Студент Фомина Алёна Алексеевна

1 Тема Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама

Утверждена приказом № 21-с от 10.01.2018 г.

2 Срок представления работы к защите 27.06.2018 г.

3 Исходные данные для научного исследования – теоретические источники, источники сети Интернет, исследования автора

4 Содержание бакалаврской работы

4.1 Теоретические аспекты изучения туристской привлекательности туристских объектов

4.2 Характеристика Амстердама и его объектов туристской привлекательности

4.3 Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама

Руководитель работы

Задание принял к исполнению

09.04.18



В. М. Кицис

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит: 77 страниц, 50 рисунков, 38 использованных источников.

ТУРИЗМ, ТУРИСТСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, ТУРИСТСКИЙ ОБЪЕКТ, ТУРИСТСКИЙ СПРОС, ТУРИСТСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, АМСТЕРДАМ, АТЛАС.

Объект исследования – объекты туристской привлекательности.

Цель работы – создать атлас объектов туристской привлекательности Амстердама.

В процессе работы использовались анализ, синтез, описание, обобщение, системный подход, картографический метод.

В результате исследования составлен атлас объектов туристской привлекательности Амстердама.

Степень внедрения. По заказу ООО «Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий»» выполнена выпускная квалификационная работа на тему «Разработка атласа объектов туристской привлекательности Амстердама». По результатам исследования получен акт внедрения ВКР в деятельность Студии.

Область применения: материал данной выпускной квалификационной работы может применяться в туристских агентствах. Это повысит эффективность их деятельности в связи с увеличением потока туристов в Нидерланды.

Эффективность – исследование будет способствовать изучению туристов объектов туристской привлекательности г. Амстердама.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Теоретические аспекты изучения туристской привлекательности туристских объектов	7
1.1 Сущность туристской привлекательности туристских объектов	7
1.2 Структура туристской привлекательности территории	14
2 Характеристика Амстердама и его объектов туристской привлекательности	22
2.1 Характеристика Амстердама	22
2.2 Характеристика объектов туристской привлекательности города	25
2.2.1 Мосты Амстердама	25
2.2.2 Необычные отели Амстердама	30
2.2.3 Необычные предприятия питания	36
2.2.4 Необычные музеи Амстердама	40
2.2.5 Необычные памятники Амстердама	50
2.2.6 Амстердам для детей	55
3 Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама	60
3.1 Методические особенности создания атласа	60
3.2 Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	71
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	74

## ВВЕДЕНИЕ

Привлекательность – это свойство вызывать восхищение, притягивать к себе особыми качествами, свойствами. Понятие аттрактивности является основным и определяющим при исследовании потоков людей. Но чтобы привлечь туристов, они должны быть информированы об объектах, которые будут им интересны. В связи с этим актуальность исследования обусловлена тем, что для привлечения туристов в ту или иную дестинацию необходимо создание новых форм информирования потенциальных клиентов, одной из которых является создание различных необычных атласов.

Объект исследования – объекты туристской привлекательности.

Предмет исследования – формирование атласа объектов туристской привлекательности Амстердама.

Цель работы – создать атлас объектов туристской привлекательности Амстердама.

Поставленная цель определила решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты изучения туристской привлекательности туристских объектов;
- охарактеризовать объекты туристской привлекательности Амстердама;
- составить атлас объектов туристской привлекательности Амстердама.

В соответствии с намеченной целью и задачами исследования были использованы следующие методы научных исследований: анализ и синтез, описание, обобщение, системный подход, картографический метод.

Новизна выпускной квалификационной работы состоит в том, что были собраны и классифицированы необычные объекты туристской привлекательности Амстердама, которые нанесены на карты.

Теоретическая значимость ВКР заключается в систематизации сведений о туристской привлекательности территории, представленных в научной литературе. Множество авторов используют различные определения к понятию «туристская привлекательность», а также к оценке аттрактивности территории.

Исходя из этого, обобщение имеющегося материала имеет важное теоретическое значение.

Практическая значимость данной работы выражается в том, что созданный автором работы «Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама» создан по заказу туристского агентства г. Саранска «Ветер странствий» и будет использоваться в его деятельности.

*Теоретической базой исследования* являются труды российских и зарубежных учёных: Ю. Ю. Казанцев, В. В. Славин, О. Л. Тетенькина, С. Фрольченко, М. Портер и других, а также интернет-источники.

Производственной базой исследования являлась Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий».

Апробация темы исследования. Отдельные положения работы были доложены на научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов ФБГОУ ВО «НИ МГУ им. Н. П. Огарёва». Опубликовано по теме ВКР две статьи: «Нидерланды: развитие туризма и его роль в экономике страны» в электронном журнале «Современные проблемы территориального развития» (2017, № 3) и «Уникальные объекты туристской привлекательности Амстердама» в сборнике научных трудов по материалам XVI Международного междисциплинарного форума молодых ученых «Наука и общество: технико-технологические, экономические, социокультурные и международные аспекты» 15 марта 2018 г., Санкт-Петербург. По итогам форума награждена дипломом III степени в номинации «Лучшая научная статья по направлению «Туризм, культура и спорт».

Поставленные цели и задачи определяют *структуру исследования*, которая состоит из введения, 3 разделов основной части, заключения, списка использованных источников, включающего 38 наименований.

# **1 Теоретические аспекты изучения туристской привлекательности туристских объектов**

## **1.1 Сущность туристской привлекательности туристских объектов**

В соответствии с Федеральным Законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» «туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» [10].

Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики, содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития; определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности; формирует представление о стране, благоприятной для туризма; осуществляет поддержку и защиту туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

В экономической литературе весьма популярно понятие «туристская привлекательность», однако, к сожалению, до настоящего времени еще не существует единого подхода к определению его сущности как самостоятельной экономической категории. Данное выражение воспринимается как очевидное, а общепринятой профессиональной трактовки этого понятия не выработано. В связи с этим многочисленные выражения: «необходимо повысить туристскую привлекательность» или «сравнительно высокая туристская привлекательность региона», являются в некоторой степени необоснованными и могут трактоваться по-разному. Привлекательность – это свойство вызывать восхищение, притягивать к себе особыми качествами, свойствами. В научной литературе, посвя-

щенной туристской деятельности, отмечается, что понятие аттрактивности является основным и определяющим при исследовании потоков людей. Территория привлекательна в том случае, если она имеет туристские ресурсы (природные, прежде всего – экологически чистые, историко-культурные и социально-экономические), а также высоко развитую материально-техническую базу, насыщенную инфраструктурой, и обладает удобным транспортно-географическим положением и доступной о ней информацией.

Туристская привлекательность бывает часто изменчива и может меняться в зависимости от многих факторов, которые влияют на привлекательность туристской территории. Именно к ним относится наличие современной материально-технической базы туризма, в частности новейших гостиничных комплексов, специализированных заведений с соответствующим ассортиментом услуг, которые они производят, и др.

Туристская привлекательность подразумевает подход, который основан на зависимости между возможными и существующими элементами и туристским спросом. Можно сказать, что туристская привлекательность – это функция взаимодействия предложения и спроса. Привлекательность на самом деле позволяет оценить влияние территориальных внутренних сил (поставки предложения) на внешние силы (спрос), и наоборот, так как есть последовательная обратная связь. Подразумевается, что туристской привлекательностью в качестве измерительного прибора системы туризма, возможно лучше выразить отношения между «возможным» и уже «существующим», так же как и между «существующим» и «потребляемым».

По мнению большинства авторов, уровень туристской привлекательности обусловлен степенью выраженности природно-климатических или иных конкурентных преимуществ. Привлекательность может рассматриваться как с точки зрения туриста, так и жителя или инвестора данной территории.

Кроме того, как подчеркивает Ю. Ю. Казанцев, степень туристской привлекательности территории достаточно сложно изменить с помощью изъятия



каких-либо составляющих этой территории, в виду невозможности нарушения целостности исследуемой территории [6, с. 10].

Повышать привлекательность региона необходимо с помощью маркетинга. Мероприятия маркетинга основываются на создании и развитии общего признания положительного образа данной территории. Из этого следует, что понятие «туристская привлекательность» имеет тесную связь с таким понятием как «имидж региона».

Имидж региона – набор убеждений, мнений и наблюдений людей, которые возникли по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, политических, морально-психологических и других особенностей дестинации. Исключительность и экономический механизм туризма включают в себя два компонента:

- 1) заинтересованность путешественников (туристов);
- 2) характеристику данной территории.

Туристское предложение зачастую выражается другим определением, используемым в научной экономической литературе – туристский потенциал, под которым понимают, как правило, некоторую совокупность условий, возможностей и средств, которая создает возможность для формирования туристского продукта, а также для осуществления соответствующих туров [5].

Трудность идентификации понятий «туристское предложение» и «туристский потенциал» заключается в том, что когда оцениваются туристские ресурсы и инфраструктура региона происходит анализ существующих и возможных условий формирования предложений. Так как ресурсы условно подразделяются на существенные и возможные, то к существенным относится туристское предложение, а к возможным относится туристский потенциал. Туристская привлекательность, в отличие от туристского потенциала, который является составной частью предложения, связывает предложение и спрос на рынке туристских продуктов и услуг.

Схематично соотношение понятий «туристская привлекательность» и «туристский потенциал» представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Соотношение понятий «туристский потенциал» и «туристская привлекательность» [5]

Из рисунка 1 можно увидеть, что туристская привлекательность состоит из взаимодополняемых компонентов. Чем выше спрос у туристов, тем больше должно быть туристских предложений, сформированных на базе туристского потенциала, чтобы привлекательность региона была интересна туристам. Предложения, в свою очередь, должны быть уместны, и соответствовать вкусам общества, чтобы не получилось, что туристы не заинтересованы в данных предложениях, и чтобы спрос не падал.

В результате туризм, как корневое понятие, помогает более точно определить категорию «туристской привлекательности». В большей степени это понятие относится к сфере экономики и рассматривается в рамках маркетинговых и экономических дисциплин. Однако социологический подход позволяет раскрыть содержание и характеристику феномена туризма и его затрагивающей дефиниции «туристской привлекательности» более глубоко. В частности с позиций социологии управления, туристская привлекательность региона – это цель и результат социально-управленческой деятельности индивидуальных и коллективных социальных субъектов [30].

Говоря о туристской привлекательности, также важно учитывать наличие многих субъектов, попадающих в так называемое «поле зрения» субъектов управления и формирования туристской привлекательности. Этими субъектами могут выступать [30]:

1) *конкретный индивид* (турист, посетитель, рекреант). В первую очередь представленность той или иной территории важна для отдельно взятого человека, индивида. В данных отношениях конкретный человек, исходя из собственных личных потребностей, мотивов и ценностей, формирует самые разнообразные эстетические, культурно-познавательные запросы. Такие запросы формируют направленность личности на поиск целей и тематики путешествий, создают особый круг информационных запросов, предваряющих поход или поездку, возможно даже выбор места жительства. При этом, несмотря на то, что государственные, общественные или коммерческие структуры в основном ориентируются в формировании тех или иных предложений на целевую аудиторию (группу), именно конкретный человек оценивает их усилия;

2) *отдельный микросоциум* (целевая группа, семья). Групповые потребности являются проявлением ощущений, знаний и представлений больших или малых групп об удовлетворяющем их уровне и качестве жизни в том или ином регионе, на той или иной территории. Трудность определения свойств таких потребностей связана с условностью выделения этих групп. Выбор критерия классификации группы может определить принципиальное отличие одного культурно-рекреационного предложения от другого. Например, выделение молодежного сегмента позволяет определить культурно-рекреационное предложение как систему активного отдыха, включающего широкие коммуникативные контакты. И наоборот, определение такого сегмента как «население города» создаст необходимость сформировать предложение рекреации «выходного дня», где одним из условий станет рассредоточенность, снижение интенсивности контактов. Особой группой-потребителем становится семья, которая проявляет устойчивую направленность в использовании туристских ресурсов в культурно-познавательных, воспитательных и оздоровительных целях с учетом интересов своих детей.

Нередко потребности группы или личности носят форму «отложенного спроса», когда нереализованный интерес к определенному виду рекреации не угасает, а наоборот поддерживается в межличностном общении или питает активный информационный поиск. Реален и другой феномен, когда потребность в

путешествии или в определенном виде рекреации существует в латентной форме, так как опирается на неосознанные культурные традиции. Поэтому в социальных группах очень востребованы художественные и научные произведения о путешествиях, продукты массового спроса (компьютерные игры, модные атрибуты), которые связаны с темой приключений в удаленном мире. Отсюда появляется двойственность: ценность путешествия различна в оценке стоимости тура и цены впечатлений;

3) *общество в целом*. Общественные рекреационные потребности во многом определены социально-экономическими характеристиками и ценностными установками данного общества, связанными с оценкой собственного развития. Поэтому в современном мире актуальность вопроса о том, кто в большей степени выигрывает от вклада экономических и организационных ресурсов в физическую рекреацию и развитие культуры отдыха и путешествий, определяется без особых дискуссий. Общество в целом, а также государство в частности глубоко заинтересованы в том, чтобы рекреация была эффективна. Свободное время в этой связи рассматривается как часть социального времени, в оптимистическом варианте направленного на воссоздание и улучшение физического и культурного состояния общества в целом и его отдельных членов в частности. При этом свобода перемещения и разнообразие видов доступных путешествий составляют культурную конкурентоспособность общества.

Туристская привлекательность региона имеет в своей основе опору на социальный институт туризма и осуществляемые им функции. Поэтому, со стороны субъектов управления, она должна иметь особое значение, интегрируя в себе взаимосвязи, взаимозависимости, взаимодействия всех социальных слоев и групп, предопределяя, в опосредованной форме, значимые социальные процессы и перемены, являясь относительно самостоятельной социальной индустрией, участвующей в общественных отношениях, стратификационной динамике и социальной мобильности.

На сегодняшний день настоятельно требуется определение основных взглядов на управление и формирование туристской привлекательности, обос-

нование основополагающих принципов этой деятельности, поскольку это в значительной мере влияет на развитие туризма в регионе (стране, дестинации).

В целом, картина воздействия на сферу туризма может быть представлена в двух вариантах [30]:

1. Стихийное развитие туризма, на принципах саморегуляции.
2. Обеспечение устойчивого развития туризма с помощью активизации и внедрения эффективных механизмов государственного регулирования.

Очевидно, что более правильным и эффективным является именно второй вариант, когда наиболее оптимальным считается долгосрочное планирование на общегосударственном уровне, в условиях того, что отрасль туризма в целом не является полностью сформированной и может сильно пострадать от «сиюминутных» политических соображений. Для такого развития сферы туризма необходимы научно-обоснованная организация программно-целевого управления, соответствующее кадровое обеспечение отрасли и т. п.

Главным фактором в развитии любого общества является наличие особых средств и методов обеспечения динамичного развития, чем, несомненно, является управление.

Опыт и практика многих стран, различные исследования ученых говорят о том, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой.

Большинство ученых приходят к выводу, что туризм должен планироваться государственными органами управления, местной администрацией и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе. Именно государству отводится приоритетная роль в развитии сферы туризма.

На сегодняшний день сформировались своеобразные модели управления в сфере туризма. Условно их можно разделить на три группы [30]:

1. Либеральная – полное отсутствие центральной государственной туристской администрации, в связи с чем объекты туристской отрасли функционируют на принципах самоорганизации, в полной свободе и на основе принципов ры-

ночной экономики; применима в условиях, когда в развитии туризма не видится особая надобность, объекты туризма и без особого воздействия функционируют на достаточно высоком и эффективном уровне (пример, США).

2. Авторитарная – предусматривает наличие сильной и авторитетной управленческой структуры, которая полностью руководит туристской отраслью; применяется в тех странах, где туризм является основным источником доходных поступлений в государственный бюджет (пример, Кипр, Египет).

3. Демократическая – предусматривает отдельную управленческую структуру с «экономическим» уклоном, в рамках которой и решаются вопросы туристской отрасли; применяются в тех регионах и странах, которые заинтересованы в развитии туризма и он развивается достаточно высокими темпами (пример, многие страны Западной Европы).

И какая бы модель организации системы управления в туризме не использовалась, всегда применяются государственные программы развития туризма.

## **1.2 Структура туристской привлекательности территории**

Туристская привлекательность территории формируется, прежде всего, из наличия природных и/или историко-культурных туристских ресурсов, а еще лучше в их сочетание во времени. Туристская привлекательность часто непостоянна и может меняться в зависимости от многих, влияющих на нее факторов. Прежде всего, это наличие современной материально-технической базы туризма (гостиничные комплексы), и специальные учреждения с соответствующим ассортиментом услуг.

В целом туристски привлекательной считается территория, которая пользуется популярностью у туристов и превращается в соответствующее территориальное туристское объединение в виде туристского пункта, центра, района, региона.

Для туризма на конкретной территории требуется наличие первичных и вторичных туристских ресурсов.

«Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил» [10].

Первичные туристские ресурсы включают в себя следующее [16, с. 45]:

1. Природные ресурсы (климат, ландшафт, экосистемы).
2. Культурные ресурсы (архитектурное наследие, произведения искусства, традиции).
3. Социальные ресурсы (люди и организации, которые способствуют быстрому развитию туризма в регионе и обладают финансовым капиталом, способностями, знаниями).
4. Инфраструктуру, необходимую для обеспечения туризма (энергоснабжение, водоснабжение, канализация, дороги и др.).

Кроме того, необходимо на территории наличие и вторичных ресурсов (материально-техническая база туризма) [16, с. 46]:

- сектор размещения (гостиницы, мотели, отели);
- сектор общественного питания (кафе, рестораны);
- сектор организации путешествий (агентства, организаторы);
- транспортный сектор (воздушный, водный, железнодорожный, автомобильный);
- сектор развлечений.

Природные туристские ресурсы являются важным элементом туристской привлекательности территории. В их состав входят: климат, водные ресурсы, прибрежные зоны водоемов, минеральные источники, лечебные грязи, рельеф, растительный и животный мир, национальные парки и заповедники, охотничье-рыболовные угодья, живописные пейзажи, уникальные природные объекты и тому подобное. Природная привлекательность данной территории для туристов определяется наличием следующих факторов [16, с. 47]:

- красотой ландшафта и природных объектов;
- мягкостью климата и комфортностью погодных условий;
- чистотой природных водоемов;
- благоприятной экологической ситуацией.

При таких условиях, чем более насыщена территория составными элементами природных ресурсов, тем выше удовлетворение определенных потребностей туристов и разнообразнее спектр организации различных видов туризма.

Один из главных побудительных мотивов привлекающих туристов на определенную территорию – это уникальность и необычность туристских объектов, расположенных на этой территории.

«Любой природный, культурно-исторический или иной объект будет использоваться для целей туризма лишь тогда, когда он вызывает у туристов туристский интерес и производит туристское впечатление. В результате туристы стремятся посетить данные объекты еще раз.

Туристский интерес представляет собой отношение туриста к какому-то объекту, привлекательному, ценному для него. У туриста возникает внимание, которое возбуждается чем-либо значительным, привлекательным. Он получает объективную информацию об объекте, у него формируется комплекс позитивных эмоций и происходит удовлетворение потребностей» [15, с. 94].

Объектами туристского интереса являются природные объекты, культурно-исторические объекты, технические сооружения и иные достопримечательности, которые способны удовлетворить разнообразные и постоянно меняющиеся потребности туриста.

«Туристское впечатление – это след, оставленный в сознании, душевной жизни туриста. В результате потребления туристских продуктов, знакомства с объектами туристского интереса у туриста возникает свое мнение, оценка данного объекта. В результате формируется комплекс эмоций (положительных или отрицательных), сложившиеся после знакомства, соприкосновения с кем-чем-нибудь.



Туристское впечатление возникает при совершении экскурсии, посещении красивых природных ландшафтов, посещении аттракционов, ресторанов, проживании в отеле и др.» [15, с. 94].

Однако для того, чтобы туристские объекты вызывали туристский интерес и положительное туристское впечатление (человек, приобретающий туристские услуги, действительно планирует или подразумевает получение положительных эмоций в процессе осуществления поездки), т. е. были реально использованы в целях туризма, необходимо доведение до туриста информации о туристских объектах, которая была бы необходима и достаточна для уверенной мотивации выбора путешествий именно в эту местность и к этому объекту.

Не каждый объект может вызывать туристский интерес. Для этого он должен быть уникальным. Уникальность – это состояние, при котором нечто или некто не похожи ни на кого-либо, ни на что другое в сравнительном контексте. Если термин уникальность используется по отношению к объекту, то чаще всего он употребим по отношению к товарному продукту, для того чтобы в целях рекламы и маркетинга выделить этот товарный продукт из ряда других продуктов или субститутов [11].

Развитие определенных видов туризма невозможно без выявления, изучения и оценки туристских ресурсов. Если выявление и описание туристских ресурсов является первичной стадией исследования, то оценка природных туристских ресурсов – ее завершающий этап.

Существует несколько подходов оценки природных туристских ресурсов. Кроме традиционных методов оценки (стоимостного и балльного), осуществляют и медико-биологический, по результатам которого можно установить зависимость физиологического состояния человека от влияния метеорологических факторов, выявить наличие благоприятных медико-биологических условий для организации отдыха, туризма, оздоровления.

Привлекательность природных туристских ресурсов определенной территории повышается при наличии экзотических, неповторимых и уникальных

природных объектов и форм ландшафта, что по-особому (в основном, положительно) влияет на психологическое состояние человека. Поэтому выявление психо-эстетической привлекательности таких территорий – важное средство определения эмоционального воздействия природных туристских ресурсов на духовную сферу жизни человека.

Историко-культурные туристские ресурсы, в том числе уникальные исторические и архитектурные памятники, также могут быть определяющими в организации туристской поездки. В Европе благодаря наличию таких объектов наибольшие доходы от их посещения получают Испания, Франция, Италия, Великобритания и Австрия, в других странах мира – Египет, Китай, Мексика и т. д.

В туризме выделяют факторы, которые влияют на развитие туризма и привлекательности регионов. Их можно разделить на две группы [16, с. 47]:

- 1) статичные факторы;
- 2) динамичные факторы.

Статичные факторы имеют неизменное во времени значение, и включают в себя рекреационно-ресурсный потенциал территории.

Динамичные факторы изменяются во времени. К ним можно отнести политическую обстановку, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические факторы.

Политическая обстановка в стране определяет все другие динамические факторы. Кризисы, политическая нестабильность, милитаризация экономики, ужесточение туристских формальностей, скачки курса валюты и т. п. – это следствия политики государства. Политическая стабильность может усиливать или ослаблять общий имидж региона и вследствие этого влиять на экономическую стабильность, или, скажем, экономическую привлекательность конкретной территории. Важным политическим фактором является проводимая государством политика в области межгосударственных и межправительственных соглашений по сотрудничеству в сфере туризма и других международных экономических связей.

Социально-демографические факторы включают возраст, занятость, наличие одиноких людей, пенсионный возраст, уровень образования, культуры и пр.

Финансово-экономические факторы – экономическая ситуация в стране, финансовая стабильность, уровень доходов населения, цены на товары и т. п.

Материально-технические факторы характеризуют состояние и возможности базы туристской индустрии – средств размещения, питания, транспорта, рекреационной сферы, торговли и др.

Большинство методик оценивания туристской привлекательности основывается на экспертных балльных оценках, хотя существуют и экономические оценки историко-культурного наследия территории. За основу таких оценок берется прямой эффект от эксплуатации объектов в виде платы за вход, экскурсионное обслуживание, а также дифференциальная рента за землю, где расположены памятники истории, культуры. Здесь важно также выявить состояние готовности материально-технической базы отрасли, в частности отелей, для приема туристов, историко-культурных объектов для осмотра туристами и введение их в познавательные-туристские маршруты.

Важным средством повышения привлекательности территории является создание туристского кластера как прогрессивной формы территориально-производственного объединения. По мнению английского исследователя М. Портера, кластер – это объединенные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, которые не конкурируют между собой, характеризуются совместной деятельностью и взаимодополняют друг друга [12, с. 550]. Следовательно, туристский кластер – это добровольное территориальное объединение взаимосвязанных туристских предприятий и учреждений, причем они имеют право на самостоятельную хозяйственную деятельность. С помощью туристского кластера можно повысить производительность труда, сократить расходы на маркетинговые исследования при определении направлений и мест организации новых видов туризма, а также способствовать внедрению инноваций.

Большинство участников кластера не конкурируют между собой, имея общие интересы и возможности.

Туристский кластер может интегрировать и смежные отрасли, которые вместе с главной отраслью объединены общей целью – удовлетворением потребностей населения в туристских услугах. Все это улучшит использование туристско-рекреационных ресурсов, позволит совершенствовать организационную структуру управления предприятиями и учреждениями, повышать эффективность обслуживания, что положительно будет влиять на повышение привлекательности соответствующего туристского сочетания.

Весомым фактором привлекательности территории в современных условиях жизнедеятельности является состояние окружающей среды. Игнорирование этого обстоятельства может повлечь за собой ощутимые экономические потери и снижение конкурентоспособности территории на рынке туристских услуг.

Туризм, сравнивая с другими отраслями экономики, имеет существенное преимущество: он может стать альтернативой предприятиям с экологически опасными выбросами. В таком случае приоритетное развитие туризма будет обеспечивать устойчивое развитие территорий, сохраняя их природную и культурную среду, а следовательно, – экологическое равновесие, которое тоже является важным фактором повышения его привлекательности.

К актуальным мероприятиям, направленных на охрану окружающей среды и повышение привлекательности туристских территорий, относится создание сети заповедников и национальных парков, где производственная деятельность или ограничивается, или запрещается. Пример экологически безопасного использования территории и повышение ее привлекательности – развитие сельского и экологического туризма, где городской житель, отдыхая среди нетронутой природы, становится ее поклонником и непосредственным участником традиционных праздников, обрядов и тому подобное. Эти виды туризма особенно желательны для отдаленных территорий, потому что они будут способствовать их развитию и повышению популярности.

Повышению уровня привлекательности территории и стимулированию развития туристской деятельности в регионе должен служить территориальный маркетинг. Под маркетингом территории следует понимать деятельность в регионе, которую осуществляют с целью привлечения инвестиций, ориентации на потребности потребителя и создание конкурентных преимуществ в пользу отдыхающего.

Территориальный маркетинг туризма связан с разработкой решений, которые способствовали бы не только развитию туристского бизнеса, но и привлечению в регион туристов и регулированию их потоков с учетом туристско-рекреационной нагрузки и отношений с местным населением для достижения такого уровня туристской привлекательности территории, который обеспечит увеличение притока туристов и необходимых инвестиций.

Туристско-рекреационная нагрузка – это допустимое количество туристов и отдыхающих на единицу площади, которые одновременно могут находиться на той или иной территории и не влиять пагубно на природную среду. Нормы туристско-рекреационных нагрузок наиболее существенно зависят от вида природных комплексов и сезона их эксплуатации. Целесообразно также учитывать и норму психологической нагрузки, нарушение которой обуславливает снижение оздоровительного эффекта и привлекательности территории.

Итак, туристская привлекательность – наличие такого туристского потенциала территории, при эксплуатации которого обеспечивают оптимальное туристско-рекреационную нагрузку и полное сохранение туристических ресурсов и возможность получения соответствующего социально-экономического эффекта без нарушения экологического равновесия окружающей среды.

## **2 Характеристика Амстердама и его объектов туристской привлекательности**

### **2.1 Характеристика Амстердама**

Амстердам – столица и крупнейший город Нидерландов, расположенный в месте впадения рек Амстел и Эй в Северное море. Название города можно дословно перевести как «плотина, дамба на реке Амстел». Амстердам – это жемчужина Северной Европы. Город справедливо называют «Венеция Севера». Амстердам – город удивительной архитектуры, сотен канал и тысяч мостов. Он завораживает, очаровывает и влюбляет в себя с первого взгляда, это место настоящего свободных нравов с уютной атмосферой старого европейского города. В Амстердаме каждый найдет что-то своё: от походов по музеям и просмотра достопримечательностей до вкусной кухни местных ресторанов и шумных вечеринок.

«Голландия – популярная туристская страна, а Амстердам входит в пятерку самых посещаемых и любимых туристами столиц Европы. Столица страны входит в рейтинг 15 самых посещаемых городов мира (2016 г., 8 млн человек – 13-е место). На деловой туризм приходится 27 %, отдых и другие цели путешествий – остальные 73 %. Если говорить о расходах туристов, то показатели следующие: на проживание приходится 40 % от доли общих расходов, питание – 25 %, шоппинг – 11,9 %, местный транспорт – 8,3 %, сервис – 4,8 %, другие – 6 %. Самые популярные месяцы для посещения столицы Нидерландов – июль, август» [8].

Амстердам расположен в северо-западной части Голландии практически на берегу Северного моря. Город пронизан сотнями каналов, которые делят центр на 90 островов, которые соединяют более 1500 мостов и виадуков. Амстердам лежит в низменности. Средняя высота над уровнем моря составляет 1 м. Климат умеренный морской. Погоду во многом определяет близость Северного моря. Часто в осеннее и зимнее время могут дуть пронизывающие северо-западные ветры. Зима в целом достаточно мягкая с небольшими морозами. Хо-

тя иногда с вторжением холодных северо-восточных масс морозы могут быть достаточно сильными, а знаменитые каналы замерзать до такого состояния, что по ним можно гулять и кататься на коньках. Но из-за изменений климата это происходит все реже. Лето в Амстердаме тёплое, но не жаркое. За год выпадает более 800 мм осадков. Природно-климатические особенности не препятствуют развитию туризма в любое время года.

Амстердам возник в XIII в. как небольшая рыбацкая деревушка у дамбы на реке Амстел. В 1342 г. поселение получило городские права. Уже к XV в. Амстердам превратился в один из важнейших и крупнейших торговых городов Голландии и вошёл в Ганзейский союз.

В XV в. город стал расширяться, были выкопаны кольцевые каналы для обороны и управления водными ресурсами. Дома строились на фундаменте из длинных деревянных столбов. Использование древесины сделало город уязвимым к городским пожарам, даже несмотря на множество каналов. В середине XVI века пожар уничтожил более половины Амстердама.

В конце XVI в. из-за захвата главного голландского порта Антверпена испанцами население города значительно увеличилось. К XVII в. Амстердам превратился в один из крупнейших городов Европы наряду с Лондоном, Парижем и Неаполем. После этого рост города практически остановился, а в XVIII в. население вообще уменьшилось.

С наступлением промышленной революции начался новый этап роста города. К 1900 г. население Амстердама достигло полмиллиона. Во время Второй мировой войны Амстердам пострадал не очень сильно. В основном, бомбардировки повредили его северные районы.

Амстердам разделяется на десять районов (рисунок 2).

1. Старый центр – средневековый город и самый посещаемый район Амстердама. Известен своей архитектурой в традиционном голландском стиле, многочисленными каналами, мостами, магазинами и ресторанами. В старый центр входит и знаменитый «Квартал красных фонарей».



Рисунок 2 – Районы города Амстердам [33]

2. Кольцевой канал – район, возникший в XVII в. с множеством шикарных особняков и ночных клубов. Внесён в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО.

3. Йордан – когда-то рабочий район, в котором сейчас нашла приют интеллигенция, здесь расположены всякие художественные мастерские и галереи, магазины и рестораны.

4. Плантаж – тихий приятный район с множеством музеев и архитектурой XIX в.

5. Юг – один из лучших районов для размещения, а также шопинга и походов по ресторанам.

6. Север – традиционная голландская сельская местность, фактически жилой пригород.

7. Запад – огромный район, который условно можно разделить на Старый и Новый. Старый район возник в конце XIX в. Новый был построен после Второй мировой войны и часто фигурирует в газетах как место не самых положительных новостей.



8. Восток – большой и разнообразный жилой район с преимущественно современной архитектурой.

9. Бейлмер – жилой район, где проживает более 150 национальностей. Печально знаменит грабежами и воровством.

10. Амстелвен – зеленый пригород, где расположен большой торговый центр, базы спортивных клубов.

Центр Амстердама довольно компактный. Добраться до основных достопримечательностей пешком не составит труда. Общественный транспорт города представлен 16 линиями трамвая и четырьмя ветками метро. Для передвижения на общественном транспорте используется специальная карта – OV-chipkaart. Эти карты могут быть личными (именными), анонимными и одноразовыми. Для туристов наиболее выгодная одноразовая карта на 1/24/48/72/96/120/144/168 часов. Она позволяет владельцу совершать неограниченное число поездок и пересадок в трамвае, метро и автобусе на протяжении всего срока её действия. На трамвае также можно купить билеты на 1 и 24 часа.

«Амстердам для каждого туриста предстает по-своему. Это очень «разный» город, так как туристы едут сюда за чем-то своим и именно это «свое» находит. Вопреки распространённому мнению город может похвастаться не только знаменитым на весь Кварталом красных фонарей, но и интересными и необычными архитектурными сооружениями. Уникальность этих сооружений является одним из факторов туристской привлекательности столицы Нидерландов» [15, с. 94].

## **2.2 Характеристика объектов туристской привлекательности города**

### **2.2.1 Мосты Амстердама**

«Многочисленные каналы и реки Амстердама (или «Северной Венеции») издавна вынуждали сооружать через них мосты, но это не означает, что они являются второстепенными строениями. Не только при дневном освещении они

красивы, но и в ночное время некоторые из них просто поражают ослепительной подсветкой, добавляя еще большего очарования городу. Если посмотреть с высоты на Амстердам, то можно увидеть, что каналы опоясывают старую часть города четырьмя концентрическими полукольцами. Они образуют около 90 островов, соединенных между собой мостами, количество которых превышает 1500. Вдоль каналов расположены самые интересные места Амстердама, привлекающие сюда тысячи туристов» [15, с. 95].

Необычные мосты всегда привлекают внимание туристов и становятся известными достопримечательностями.

*Мост-тюрьма (Torensluis Bridge)*. Torensluis Bridge – был возведен в 1648 г. и является самым старым мостом города, сохранившим свое первоначальное состояние (рисунок 3). Решетчатые окна под ним служат напоминанием о тюрьме, которая находилась когда-то там.



Рисунок 3 – Мост-тюрьма [15]

Самая страшная казнь была уготовлена для разрушителей дамб и других заградительных сооружений: злодея запирали в камере у моста, а дальше подъем воды делал свое дело. После понижения уровня воды, камеру открывали и заводили следующего пленника.

*Магере-Брюг или «Тощий мост» (Magere Brug)*. «Тощий мост» – это раскрывающийся мост через реку Амстел в центре Амстердама (рисунок 4).



Рисунок 4 – «Тощий мост» [29]

Раздвижной деревянный мост, окрашенный в белый цвет, был построен в 1691 г. и расширен в 1871 г. До 2003 г. по мосту разрешался проезд всех видов транспорта, однако после реставрационных работ было разрешено движение только для велосипедистов и пешеходов.

Существуют три версии названия моста:

1. Народная история утверждает, что когда-то в Амстердаме жили две женщины, сестры Mager. Жили они на противоположных сторонах реки Амстел. Говорят, что именно они решили построить мост только для того, чтобы им стало легче посещать друг друга. Магера – это голландское слово, переводится как «тощие».

2. Мост назван по фамилии строителя и спонсора моста из династии Mager.

3. Название моста вытекает из того факта, что он был настолько узок, что два пешехода с трудом могли пройти мимо друг друга, не задев.

Как бы то ни было, мост до сих пор называют «тощим».

«Тощий мост» выполнен в стиле старого голландского дизайна, принятого для мостостроения. Конструкция моста похожа на две салфетки, уравновешенные и сбалансированные. Мост имеет две половины, которые могут быть открыты, обычно это делается одновременно.

Несмотря на «худобу» мост является раздвижным. Тощий мост каждый май выдерживает праздничный концерт живой музыки, который проводится

прямо на нем. А на Рождество, по центру моста устанавливают новогоднюю ёлку, с разноцветными гирляндами.

Мост украшен 1200 лампочками, которые зажигаются по вечерам. Магере Брюг можно увидеть в кино. Например, в фильме о Джеймсе Бонде «Бриллианты навсегда» (1971) [15].

«Синий мост» (*Blauwbrug*) – исторический мост через реку Амстел в Амстердаме. Он соединяет площадь Рембрандта с площадью Ватерлоо (рисунок 5).



Рисунок 5 – «Синий мост» [29]

Мост получил своё название от раскрашенного в один из цветов национального нидерландского флага деревянного Синего моста, который был на этом месте примерно с 1600 г. Это название сохранилось и после 1883 г., когда возникли каменные пролёты нового моста, созданного по проекту архитекторов Бастиана де Грефа и Виллема Спрингера, вдохновлённых архитектурой мостов через Сену в Париже.

Каменный мост имеет три прохода для судов и богато украшен. Опоры (быки) оформлены в виде корабельных носов, а колонны на мосту увенчаны короной Австрийской империи. Опоры фонарей, также увенчанных коронами, стилизованы под корабли. По мосту осуществляется автомобильное и трамвайное движение.

*Мост «Питон» (Python Bridge).* Мост «Питон» поражает своими необычными змеиными формами (рисунок 6).



Рисунок 6 – Мост «Питон» (фотография сделана автором)

Открытие моста, который соединяет остров Борнео с полуостровом Спorenбург, состоялось в 2001 г. Расположен мост в самом центре Амстердама, рядом с выдающимися историческими памятниками. Несколько лет назад специалисты из архитектурного бюро West 8 решили «освежить» центральный района города и построили этот удивительный пешеходный мост в стиле хай-тек, который действительно очень напоминает огромного извивающегося питона.

За считанные годы мост «Питон» стал обязательным пунктом экскурсионных программ. Как и многие мосты, он является очень прочным и надежным, при возведении моста использовалась исключительно высокопрочная сталь.

*Мост в Амстердаме, который создадут с помощью 3D-принтера (рисунок 7).*

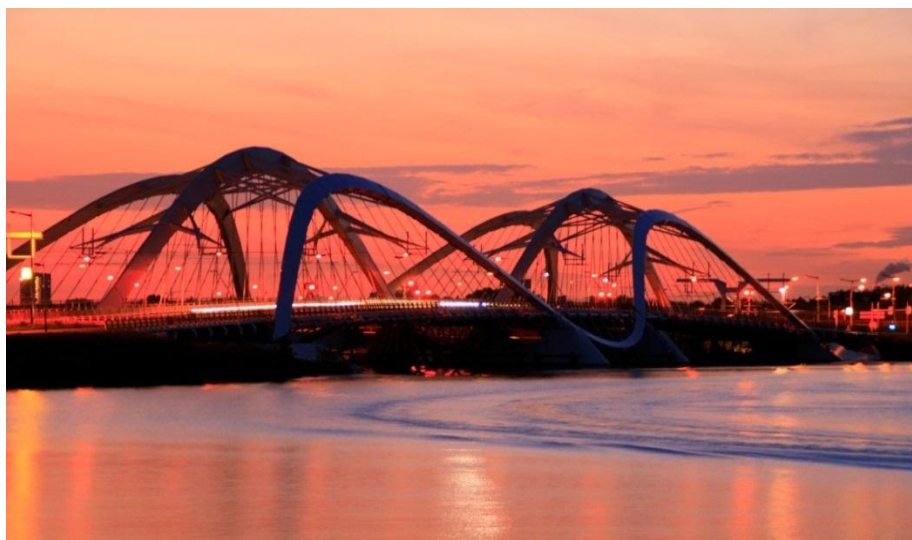


Рисунок 7 – Проект моста, создаваемого с помощью 3D-принтера [15]

Нидерландские архитекторы собираются посредством 3D-принтера напечатать стальной пешеходный мост через канал в Амстердаме. Сооружение будет изготовлено при помощи роботизированной руки MX3D Metal с 6 степенями свободы. Фактически такой робот управляет аппаратом, комбинирующим сварку и непрерывную подачу металла. Таким образом, мост будет возводиться из мелких расплавленных капель металла сплошным сварным швом. Такая конструкция обладает высокой прочностью, намного выше, чем листовой металл.

Место будущего строительства пока держится в секрете.

### 2.2.2 Необычные отели Амстердама

«Отели даже в разных странах мира в большинстве своем похожи друг на друга. Но тем не менее существуют особенные, необычные средства размещения, и остановиться в одном из таких – само по себе приключение. В Амстердаме есть более десятка уникальных, необычных отелей, где можно снять номер. Независимо от бюджета, в городе можно найти интересные отели, имеющие от одной звезды до пяти» [15, с. 97].

*Отель «Faralda Crane».* На северной стороне бухты Эй на территории бывшей верфи судостроительной компании NDSM находится портовый кран (рисунок 8).



Рисунок 8 – Отель «Faralda Crane» [20]

Добраться туда можно бесплатно за десять минут на пароме от центрального вокзала Амстердама. Небольшой красного цвета кран вдали на самом деле впечатляет своими размерами и чего только не вмещает в себе. Здесь есть не только отель, но и ТВ-студия. В отеле можно заночевать в трех необычных комнатах класса люкс, которые носят имена «Свободный дух» (расположен на высоте 35 м), «Секрет» (40 м) и «Мистика» (45 м). Внутри они отделаны в футуристическом стиле, а открывающийся вид является еще одним веским аргументом в пользу этого отеля. Крыша крана оборудована джакузи, к тому же можно попробовать банджи-джампинг.

«*Hotel de Windketel*». За углом бывшего газового завода, в настоящее время входящего в состав культурного комплекса Вестергасфабрик и зеленого пространства Вестерпарка, находится миниатюрная восьмиугольная водонапорная башня, в которой размещен отель (рисунок 9). Эта маленькая башня, построенная в 1897 г. в качестве одного из водных сооружений Амстердама, находится в середине площади. Несколько жителей окрестных домов спасли историческую постройку, чтобы показать ее своим соседям и посетителям города. Винтажные и современные голландские дизайнерские вещи украшают кухню и столовую в подвале, гостиную на втором и ванную на верхнем этаже. Спальня расположена на чердаке под оригинальным решетчатым потолком из древесины.



Рисунок 9 – Отель «Hotel de Windketel» [29]

*Отель «Lloyd».* Лабиринтообразный «Lloyd» был построен в качестве гостиницы для мигрантов в 1920-х гг. у широкой реки Эй (рисунок 10). Потом он стал тюрьмой, СИЗО, дизайнерской студией, пока не превратился в первую в мире «от одной до пяти звезд» гостиницей (в самых дешевых номерах общие ванны комнаты). Он сохранил свой первоначальный художественный стиль арт-деко, но в номерах есть элементы ультрасовременного дизайна. В дополнение к многоэтажной выставке, посвященной истории здания, это «культурное посольство» имеет замечательное кафе, библиотеку с кучей кресел, а также регулярно проводит художественные выставки и мероприятия.

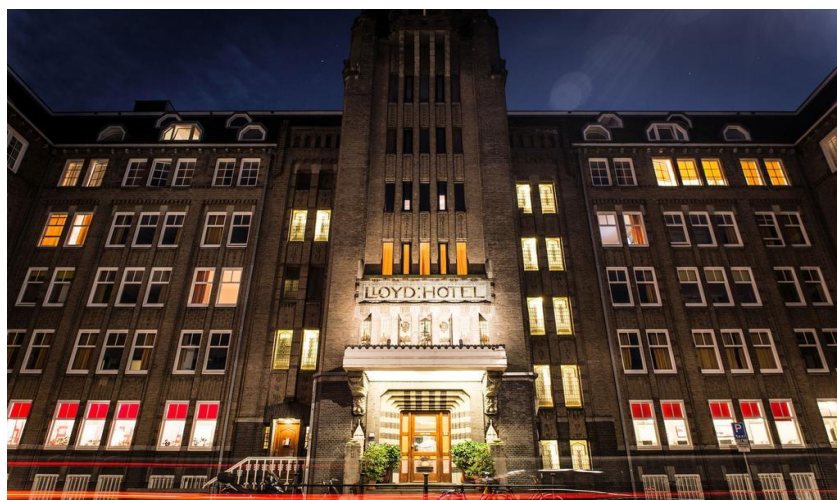


Рисунок 10 – Отель «Lloyd» [15]

*Пассажирское судно «Аванти».* Отель-судно «Аванти» пришвартован в морском квартале города, прямо напротив музея науки «NEMO» (рисунок 11).

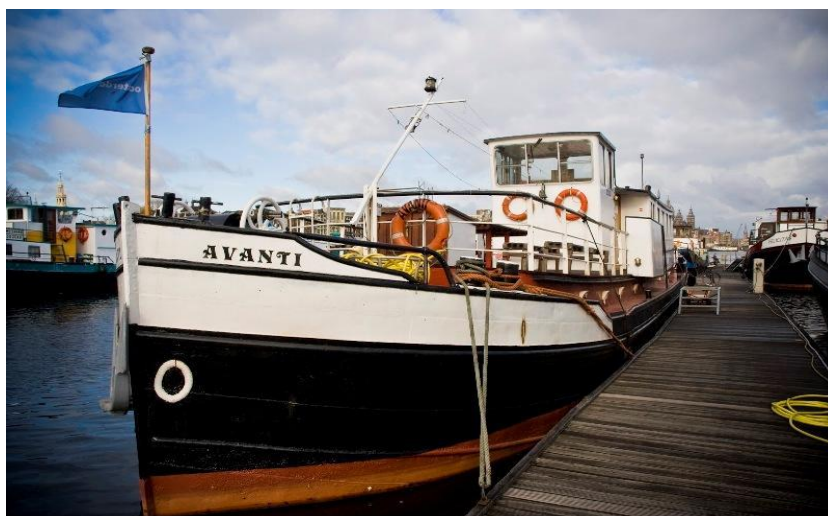


Рисунок 11 – Отель-судно «Аванти» [29]



В нем есть 15 уютных, чистых кают с двумя односпальными койками и умывальниками (ваннанные комнаты являются общими). Для общения есть открытая терраса и салун, где подают завтрак живущие на борту Дейв и Энни.

*Отель «The Exchange».* Дизайнерам из Амстердамского института моды было наказано нарядить 61 номер отеля «Exchange» «как моделей» – в нелепую и прекрасную одежду – от огромных пуговиц и образов со страниц модного журнала до ситцевых творений портного и белых воротников с картины Рембрандта (рисунок 12). И все это – с помощью тканей, специально изготовленных голландским музеем текстиля в Тилбурге. Номера варьируются от маленьких и незаметных до просторных залов, но все они имеют отдельные ваннанные комнаты. Более дорогие номера выходят на культурный центр «Биржа Берлаге» отсюда название отеля, его кафе под названием «Stock» и электронного бутика «Options».



Рисунок 12 – Отель «The Exchange» [15]

*Отель «Droog».* Дизайн отеля «Droog» создавался коллективом, который работает с дизайнерами, помогая им создавать свои творения и продавать их людям. Его подпись – сюрреалистическая чистота – проявляется не только в предметах быта, но и в мастерской, на выставке в галерее, кафе-кондитерской и сказочном саду с гигантским грибом, сделанным из дров, а также подсолнечниках из проволочной сетки.

На верхнем этаже «Droog» находятся апартаменты с отдельными ванными комнатами (в комплекте с дизайнерскими емкостями для горячей воды и лампами-вешалками), кухонным островком и замечательным видом на крыши города.



Рисунок 13 – Отель «Droog» [20]

«CityHub Amsterdam». «CityHub Amsterdam» с футуристическими капсульными номерами, стилизованными под купе (рисунок 14). Некоторые называют его хостелом будущего. Отель предлагает капсульные номера площадью 6 м<sup>2</sup>. Багаж можно оставить в отдельной комнате. В отеле есть общая ванна и бар CityHub [15].

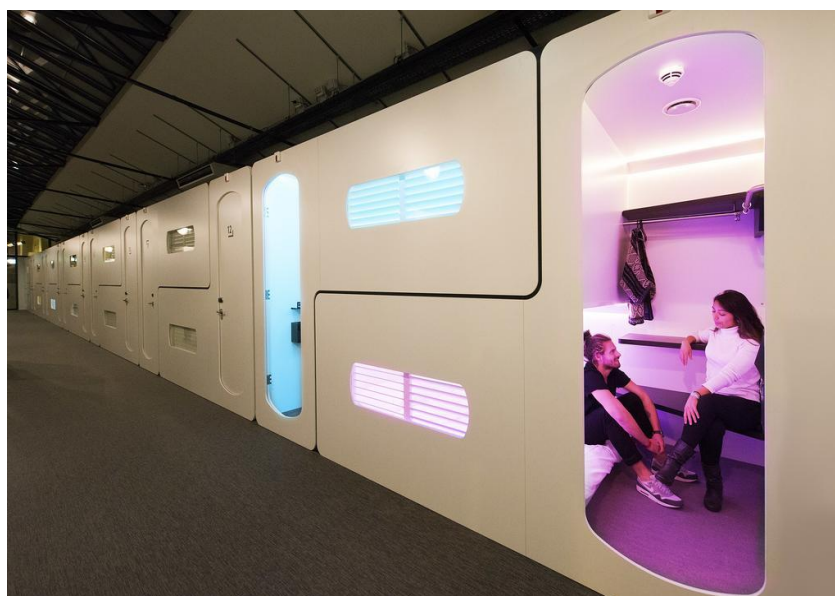


Рисунок 14 – Отель «CityHub Amsterdam» [29]

*Отель «Inntel Amsterdam Zaandam».* Находится отель достаточно далеко от центра Амстердама, на самой окраине города (рисунок 15). Добраться в самое сердце города можно на поезде, к тому же от отеля до железнодорожного вокзала всего пару минут ходьбы. Все комнаты в отеле декорированы яркими фото конфет и других вкусностей.



Рисунок 15 – Отель «Inntel Amsterdam Zaandam» [20]

Сказочности отелю придает не только яркая расцветка, но и сама атмосфера старинного Амстердама, присутствующая в заведении, напоминающим с виду большое скопление домов. Спереди отель построили так, что, кажется, будто тут наложили друг на друга деревянные зеленые домики, свойственные этому региону. В 11-этажном строении оборудовано 160 комфортабельных номеров, стоимость проживания в которых составляет 66 Евро и выше. В комнатах есть современные телевизоры, кожаные кресла, принадлежности для приготовления кофе и чая. Постояльцы могут воспользоваться услугой бесплатного доступа к беспроводному Интернету [15].

### 2.2.3 Необычные предприятия питания

«Амстердам – город, доказывающий, что Голландия является одной из стран, в которых знают толк в кулинарном искусстве. Она может похвастаться ресторанами, удостоенными двух звезд Мишлен, а также бесчисленными ресторанами с одной звездой, что делает его прекрасным местом для ценителей кулинарного искусства. Так что, проголодавшись, можно «убить сразу двух зайцев» – попробовать вкусные блюда в самых оригинальных ресторанах голландской столицы. Оказывается, голландцы большие выдумщики. Из своих ресторанов они сделали не просто место для приема пищи, а очень оригинальные достопримечательности города» [15, с. 98 – 99].

Рестораны, удостоенные двух звёзд Мишлен:

*Ciel Bleu* \*\*. Прекрасный отель «Окура» даёт возможность поужинать «на высоте» в буквальном смысле. Шеф-повар Онно Кокмейер подаёт свои самые инновационные творения, приготовленные из натуральных ингредиентов, на высоте 78 м, откуда открывается великолепный вид на Амстердам, на его достопримечательности.

*&samhoud places* \*\*. Ресторан расположен в центре города неподалёку от Центрального вокзала Амстердама. Из него открываются прекрасные виды, а интерьер характеризуется приятной сдержанностью. Но лучшее, что есть в этом месте – это сама еда: уникальные сочетания инновационных блюд.

*Bord'eau* \*\*. Расположен в монументальном «Hotel de l'Europe», из него открывается панорамный вид на реку Амстел. Шеф-повар Ричард ван Оостенбрюгге подаёт свои самые эксклюзивные творения в соответствующей обстановке [15].

*Необычные предприятия питания Амстердама.*

«*DeKas*» – ресторан в теплице. Когда-то здесь находилась теплица (рисунк 16). Но она стала не нужна и долгое время никак не использовалась. А в 2000 г. теплицу решили снести. Тогда предприниматель Герт Ян Хагеман предложил властям восстановить строение, которое приобрел всего за 1 евро. Теперь это одно из самых экологичных заведений в Европе. По сути, «*DeKas*» –

это «локаворский» ресторан, потому что вся зелень, фрукты, овощи и даже съедобные цветы, используемые для приготовления блюд, выращиваются тут же. Заведение окружено грядками и теплицами, а в нескольких километрах находится фермерское хозяйство, поставляющее в ресторан только экологически чистые продукты.



Рисунок 16 – Ресторан в теплице «DeKas» [21]

«*Pasta e Basta*» – поющая атмосфера. Здесь вас не только накормят вкусной пастой и предложат изысканное вино, а ещё и споют. Главная фишка ресторана – поющий персонал. Веселые официанты, приняв заказ, начинают распевать итальянские арии или современные произведения, делая ужин праздничным и незабываемым.



Рисунок 17 – Ресторан «Pasta e Basta» [15]

«Kinderkookkafe» – *детское царство*. Посетителей обслуживают юные голландцы в возрасте до 12 лет (рисунок 18). Они даже сами готовят блюда, правда, под присмотром взрослого повара. На входе клиентов встречает маленький метрдотель и вежливо выслушивает все пожелания. Заведение славится своей вкусной едой, большой популярностью пользуются десерты, основная же часть меню посвящена традиционной голландской кухне. Стало хорошей традицией оставлять в ресторане большие чаевые.



Рисунок 18 – Ресторан «Kinderkookkafe» [21]

«Eenmaal» – *обед в одиночку*. Это интересное заведение прославилось своим необычным концептом одиночества (рисунок 19).



Рисунок 19 – Ресторан «Eenmaal» [15]

В ресторане можно найти столики только одного типа – на одного. Мари-на ван Гоор, дизайнер и основатель, говорит, что целью этого нетрадиционного подхода является то, что они дают людям возможность попробовать, каково это – есть в одиночку.

«*Supperclub*» – *ужин в кровати*. Есть в кровати неприлично? От этих предрассудков освобождают в «Supperclub», в котором интересным образом сочетаются ресторан, галерея, бар и ночной клуб (рисунок 20). Ужин из пяти блюд, волнующая музыка, провокационные арт-перформансы и даже шанс поучаствовать в них.



Рисунок 20 – Ресторан «Supperclub» [21]

*Ctaste*. В ресторане «Ctaste» обед будет проходить в кромешной тьме – посетители не могут видеть свои блюда, зато в полной мере оценят их вкус и аромат (рисунок 21).



Рисунок 21 – Ресторан «Ctaste» [15]

Посетители ресторана «Ctaste» кроме того даже не будут заранее знать, что именно подадут к столу – все секреты гостям раскрывают уже после выхода из ресторанного зала [15].

Амстердам играет огромную роль в туризме Нидерландов, вносит значительный вклад в ВВП страны. На сравнительно небольшой территории города расположено большое количество необычных и уникальных объектов туристской индустрии, которые используются не только по своему назначению (как средства размещения и предприятия питания), но и как объекты туристской привлекательности.

#### **2.2.4 Необычные музеи Амстердама**

##### *«Cheese Museum»*

Символ Нидерландов – сыр. Своему широкому распространению в этой стране её вкусный представитель обязан бурному развитию корабельного флота в Средние века. Для далёких плаваний экипажам требовалось продовольствие с длительным сроком хранения и множеством полезных свойств, чтобы моряки всегда были полны сил. Сыр идеально подошёл на эту роль, куда его любезно и пригласили. Так в Нидерландах началось развитие сырного производства, которое продолжается и по сей день.

Теперь этот продукт является одним из самых любимых у местных жителей и обязательно должен понравиться также и гостям Нидерландов. Для знакомства с сырными традициями туристам рекомендуют посетить Cheese Museum, сочетающий в себе не только музейные функции, но и дегустационную, и сырный магазин (рисунок 22).

Музей довольно скромный, но очень веселый. Как насчет того, чтобы примерить знаменитые деревянные башмаки вместе с элементами национальной одежды, попробовать поднять сразу несколько головок сыра или нарезать его специальным гигантским ножом? И, конечно, вдобавок сфотографироваться во всём этом безумстве – вот для чего создан музей!





Рисунок 22 – Музей сыра [26]

На втором этаже посетителей ожидает дегустация. С большими дырками или маленькими, с белой плесенью или голубой, с перчиком или травами – здесь есть все сорта сыра. Экскурсия по музею завершается в сырном магазине.

*Дом-лодка – «Houseboat Museum»*

Один из популярных вариантов «поселения» в Амстердаме – дом-лодка, пришвартованная у набережной канала. Подобные дома обычно оборудованы всеми необходимыми для жизни бытовыми радостями – электричеством, водопроводом, канализацией, телефонной связью и интернетом (рисунок 23).



Рисунок 23 – Дом-лодка «Houseboat Museum» [26]

Отличие такого жилья от обычных квартир лишь в том, что места немного маловато, да и потолки низковаты, а в остальном, даже своей стоимостью, плавучие дома ничем не выделяются.

Так как же всё устроено внутри этих удивительных лодочных домов? Разгадать эту загадку поможет посещение соответствующего музея Houseboat. Спущенное на воду в 1914 г. в качестве «речного грузовика» под именем Hendrika Maria, судно отработало более полувека, тогда ещё передвигаясь с помощью парусов. Затем лодка была переоборудована в настоящий дом на воде, где последующие 30 лет там жила семья шкипера в составе четырёх человек (двое взрослых и двое детей). Однако владельца необычного дома так часто атаковали вопросами любопытствующие жители обычных квартир, что в 1997 г. он превратил своё жилище в музей.

Сегодня гости дома-лодки могут осмотреть все её немногочисленные помещения: спальню, кухню, гостиную, детский уголок и ванну. Можно также посмотреть интересный фильм о многочисленных подобных домах на воде, расположенных вдоль каналов Амстердама.

#### *«Tropenmuseum»*

Интересно, что кроме знакомства с культурой самих Нидерландов в Амстердаме можно на время перенестись в совершенно другие страны. Например, посетить «Tropenmuseum», который расскажет о жизни, искусстве, религии и быте народов Африки, Азии и Южной Америки (рисунок 24).



Рисунок 24 – «Tropenmuseum» [26]

Больше всего внимания уделяется тем странам, которые когда-то являлись колониями Нидерландов, а теперь тщательно изучаются Королевским тропическим институтом.

Музей разделён на несколько частей, каждая из которых представляет определённый континент. Кроме того, в постоянной экспозиции присутствуют такие выставки, как «Человек и окружающая среда», «Сказки путешественников» и «Мир музыки».

Большое пространство музея отведено детям, для них создают специальные проекты, проводят семинары и мастер-классы. Подробнее о проводимых мероприятиях можно узнать на сайте музея.

«Tropenmuseum» – это не просто собрание интересных вещей, здесь каждый экспонат имеет свою удивительную историю, которой он делится с посетителями. На помощь необычным «рассказчикам» создатели музея привлекают оригинальный декор, специальное освещение, звуковой ряд и даже запахи!

#### *Музей сумок – «Tassenmuseum Hendrikje»*

Один из самых необычных музеев Амстердама «Tassenmuseum Hendrikje» посвящён всего лишь одному аксессуару – сумке, а точнее множеству сумок разных эпох, начиная с XVI в. и заканчивая современными экземплярами (рисунки 25).



Рисунок 25 – Музей сумок «Tassenmuseum Hendrikje» [32]

Каждая из сумок уникальна и может рассказать увлекательную историю моды и вкусов того периода своей жизни, когда она выходила в свет, а не сучала на музейной полке.

Владелица «Tassenmuseum» Хендрике Иво занимается коллекционированием самого любимого дамского аксессуара вот уже более 35 лет, а начиналось всё с маленькой антикварной сумочки, изготовленной из панциря черепахи.

Сегодня амстердамский музей – самый большой в мире среди себе подобных, а его собрание насчитывает более четырёх тысяч вариаций на тему сумок. Кроме постоянной выставки старинных экспонатов, в Tassenmuseum демонстрируются также коллекции современных дизайнеров.

Нельзя не упомянуть и о том, что музей сумок расположен в великолепном здании постройки 1664 г. Помимо красот на стендах гости также могут полюбоваться расписными потолками и причудливыми каминами залов XVII-XVIII вв., а при желании выпить кофе за столиком с видом на один из самых симпатичных каналов Амстердама.

#### *Научный центр NEMO*

В центре NEMO всё нужно попробовать самому: запустить электростанцию на горной реке и смешать вещества в химической лаборатории; активировать электрические волны и составить собственный ДНК-код. Экспериментировать с цветами при создании фотографии и пускать гигантские мыльные пузыри (рисунок 26).



Рисунок 26 – Научный центр NEMO [26]

Здесь можно понять, как устроен окружающий мир, даже в том случае, если школьные уроки химии и физики не очень увлекали.

Кроме массы экспериментов NEMO предлагает своим гостям посетить различные театральные шоу, презентации и нескучные лекции о науке и технике. А в завершение интерактивной экскурсии всех ждёт потрясающий панорамный вид на Амстердам с самой большой по площади крыши города, где можно выпить кофе или просто отдохнуть после свершения глобальных научных открытий!

### *«House of Bols»*

Кроме знаменитого нидерландского пива в музеях Амстердама найдётся и кое-что покрепче. Например, «House of Bols» – «дом» ликёров и коктейлей, наполненный вкусами, ароматами, звуками и изображениями (рисунок 27).



Рисунок 27 – «House of Bols» [26]

Здесь можно узнать об истории старинного алкогольного бренда Lucas Bols, который начал свою работу в Амстердаме ещё в 1575 г., и познакомиться со знаменитой можжевелевой водкой Jenever, созданной в Нидерландах почти 200 лет назад.

Обладатели смартфонов смогут получить всю информацию об экспонатах музея, просканировав специальные штрих-коды. Особенно приятно, что «руководство пользователей» представлено на разных языках, в том числе и на русском языке!

В специальной галерее запахов можно понюхать все 38 видов ликёра Bols, а «нагуляв аппетит», отправиться в Зеркальный бар, где виртуозные бармены приготовят любой коктейль из ингредиентов на ваш выбор.

Наблюдать за работой «профессионалов барных дел», сдобренной шутками и шоу с бутылками, можно целую вечность.

Для любителей экспериментов в музее создан специальный зал флейринга, где можно на время превратиться в бармена-жонглёра и показать мастер-класс своим друзьям, которые будут наблюдать за всем действием на специальном мониторе.

После посещения музея гостей приглашают совершить покупки в ликёрном магазине, ассортимент которого может поразить даже истинных ценителей алкоголя!

#### *«Cannabis College»*

Споры о запрете или разрешении лёгких наркотиков в Нидерландах велись, ведутся и будут продолжаться ещё очень долго как на уровне правительства, так и на уровне «кухонных» разговоров простых граждан. «Но почему нужно обязательно спорить? – задумалась как-то группа молодых нидерландцев. – Можно ведь просто донести до людей всю самую достоверную и объективную информацию о пользе и вреде таких наркотиков, а дальше каждый сам сделает свой выбор». Так и появился «конопляный» образовательный музей «Cannabis College» (рисунок 28).



Рисунок 28 – Музей «Cannabis College» [26]

Оставаясь в рамках закона, здесь расскажут о многих сферах применения конопли: в медицине, пищевой и химической промышленности, религии и, конечно, для «восстановления моральных сил», как говорят в музее. Здесь можно прогуляться по импровизированному саду, осмотреть коллекцию изделий из конопли (одежду, обувь) и устройства для её курения.

Гиды-волонтёры проводят небольшие лекции о правилах посещения кофе-шопов (единственных заведений, где разрешено курить «траву»), объясняют, как отличить туристскую подделку от хорошей конопли, и обязательно рассказывают о «технике безопасности» такого досуга для тех, кто впервые собирается его опробовать.

В качестве разминки «запретный плод» предлагается вкусить здесь же посредством вапорайзера, наименее вредного устройства для курения травы.

#### *«Electric Ladyland»*

Музей флуоресцентного искусства «Electric Ladyland» – единственный в своём роде, во всём мире нет ничего подобного (рисунок 29).



Рисунок 29 – Музей флуоресцентного искусства «Electric Ladyland» [36]

Создатель музея – американский «фанат» флуоресценции Ник Падалино, он же смотритель и экскурсовод.

На протяжении долгих лет мужчина собирал естественные и искусственные светящиеся минералы со всего мира и всё, что только можно было из них

сотворить. Теперь Ник с гордостью демонстрирует свою коллекцию, увлекательно рассказывая о феномене флуоресценции.

Крохотный музей разделён на несколько частей. Сначала гости попадают в картинную галерею, экспонаты которой светятся в темноте и при желании их можно приобрести. Затем всех просят надеть специальные тапочки, дабы не повредить минералы, и приглашают в «волшебный подвал», где расположено флуоресцентное сердце музея.

Здесь всё переливается разными цветами, светится в темноте, отражается в зеркалах. Создаётся ощущение, будто находишься в каком-то потустороннем волшебном мире, а какие там получаются фотографии!

В музее также представлены варианты использования флуоресцентных минералов в различных областях: в искусстве, медицине, промышленности, криминологии. Например, светящиеся краски, которыми можно создавать нереальные картины, или паспорта и кредитные карты с защитными подписями, проявляющимися лишь в свете ультрафиолета.

### *Музей кошек*

В честь друзей наших меньших был построен музей кошек, который расположен на улице Herengracht в старом здании патриция (рисунок 30).

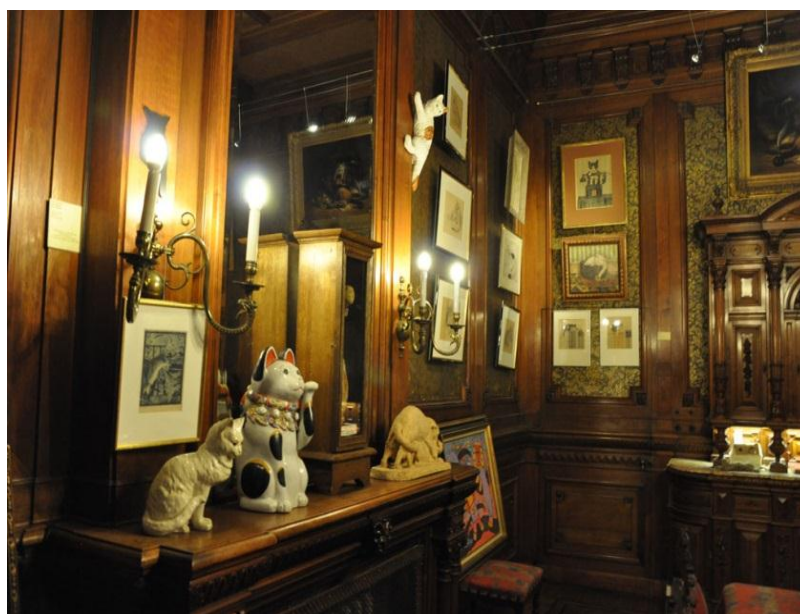


Рисунок 30 – Музей кошек [34]



Картины, скульптуры, книги и плакаты, посвященные этим животным, красуются на профессиональных серьезных выставках. Здесь можно расслабиться от строгих научных историй и фактов и познакомиться с веселыми и забавными экспонатами, которые непременно вызовут улыбку.

В Амстердаме любят кошек, их много и они везде. Кошки свободно гуляют по городу, но, пожалуй, больше всего кошек можно встретить на улице Zeedijk. Чтобы попасть сюда, нужно пройти от Башни Плача вдоль правого канала в сторону железнодорожного вокзала.

Туристам, уставшим от серьезных исторических и культурных достопримечательностей Амстердама, сегодня предлагают посетить Кошачий кабинет, необычный музей, забавные экспонаты которого вызовут улыбку, поднимут настроение. Интересен тот факт, что четвертая часть всех выставленных экспонатов это раритеты.

Расположен необычный музей в старинном особняке братьев ван Лун Уильяма и Адриана, строительство было завершено в 1667 г. Необычность этого здания в том, что оно состоит из двух одинаковых домов расположенных напротив друг друга. На протяжении своей истории дом неоднократно перестраивался.

Расположен дом в фешенебельном квартале, в котором открывают свои офисы известные адвокаты и банкиры. Кошачий кабинет был открыт в 1990 г. состоятельным голландцем Уильямом Мейером. Таким образом, Мейер стремился увековечить память о своем любимце, огненно-рыжем Джоне Моргане.

Мейер на каждый день рождения дарил ему подарки, на год – портрет рыжего красавца, на десять лет – его же скульптурное изваяние, которое было похищено еще до открытия музея.

На пятнадцатилетие Джон Морган получил альманах из 50 стихов и чашушек в его честь. Еще один подарок – Доллар с портретом кота Моргана, заменившего Джорджа Вашингтона.

На сувенирных банкнотах текст: «Мы верим в Бога» был заменен следующим «Мы не верим собакам». Сувенирные доллары были отпечатаны небольшим тиражом, их дарили в качестве сувениров приглашенным гостям.

Кот умер в семнадцатилетнем возрасте в 1983 г., а Амстердам обзавелся еще одним музеем необычным и уникальным.

Сегодня Музей кошек – это невероятное количество экспонатов о жизни кошачьих, скульптуры, произведения изобразительного искусства, книги и плакаты. Среди экспонатов музея работы Рембрандта, Пикассо, Сан Майера. В музее будет интересно как ценителю искусства, так и любителю кошек, а так же всем кто любит уникальность, необычность. Нынешние хозяева музея – это пять холенных упитанных котов, чье незримое присутствие ощущаешь на протяжении всего посещения музея.

### 2.2.5 Необычные памятники Амстердама

Красочная столица Нидерландов, город Амстердам, имеет насыщенную культурную жизнь и богатую историю. Здесь есть чем полюбоваться: старинная архитектура, утопающая в зелени и цветах, тенистые парки, многочисленные каналы и речушки, пронизывающие всю территорию города, интересные музеи и памятники, радующие глаз своей необычностью, а иногда даже поражающие своей экстравагантностью.

«*Sculpture De Violist*». Памятник скрипачу изображает музыканта, вырывающегося из кафельного пола в фойе Музыкального театра (рисунок 31).



Рисунок 31 – Памятник скрипачу [37]

Скульптура, созданная неизвестным художником, была установлена здесь в 1991 г. Она символизирует великую силу музыки и творческого упорства, способную преодолеть любые преграды.

Памятник мудрой мысли *«Не пили сук, на котором сидишь»* органично смотрится на ветке большого дерева в одном из дворов Амстердама, напоминая об известной (и, судя по всему, международной) пословице. Малозаметная скульптура неизвестного автора появилась в этом месте в 1989 г. (рисунок 32).



Рисунок 32 – Памятник *«Не пили сук, на котором сидишь»* [35]

Скульптура *«Бегущий человек со скрипкой»*, созданная неизвестным автором, была установлена в Амстердаме в 1982 г. (рисунок 33).



Рисунок 33 – Скульптура *«Бегущий человек со скрипкой»* [35]

Эта работа принадлежит городу, но при условии, что личность скульптора не будет раскрыта общественности. Несколько раз скульптура человека-невидимки таинственным образом исчезала, а затем также таинственно появлялась на том же месте, но уже окрашенной в другой цвет.

Памятник «*Belle*», посвященный представительнице древнейшей профессии, был установлен на площади Oudekerksplein возле Старой церкви, что квартале Красных фонарей, в 2007 г. (рисунок 34). Автором самого первого и единственного в мире памятника проститутке является известная голландская женщина-скульптор Элс Рейерсе. Идея создания столь необычной скульптуры принадлежит Маришке Майор, бывшей ночной бабочке, основавшей в Амстердаме центр информации по проституции.



Рисунок 34 – Памятник «*Belle*» [37]

«*Бронзовая грудь*» (*The bronze breast*) появилась очень уместно в самом сердце района красных фонарей Амстердама, недалеко от старейшей Церкви Амстердама, Oude Kerk (рисунок 35). Это была четвертая работа, которую многие считали тем же анонимным создателем. Рука, щупающая одну грудь, вся в бронзе тонко уложена среди мощеных камней.

Соседи, однако, начали жаловаться. Статуя издавала громкие звуки ночью, когда кто-то наступал на нее. Городской совет в конце концов вернул грудь на площадь, на этот раз звуконепроницаемую и пригласил создателя в

мэрию. Городской совет объявил, что создатель хочет остаться анонимным. Все они говорили, что создателем был человек, врач, который в свободное время делал скульптуры.



Рисунок 35 – «Бронзовая грудь» [37]

«*Harmonica man*» («Человек с гармошкой») появился на фасаде дома в районе Йордан в 1994 г. (рисунок 36). Опять же, создатель не был известен, но было сказано, что это было сделано тем же создателем. Губная гармошка появилась на фасаде дома на Анжелиерстраат, 175.



Рисунок 36 – «Человек с гармошкой» [35]

Существует версия о том, что врач-психотерапевт Андре Хавас в свободное от работы время создает скульптуры. Он является наиболее вероятным автором. Его работы напоминают автономные скульптуры. Это совпадение, что

мистер Хавас живет в Анжелиерстрате, всего в нескольких домах от дома с гармошкой. Кроме того, Анжелиерстрате – улица, где появилось несколько анонимных произведений. В 2008 г. работы skeelers магистра появилась в Anjelierstraat, в Madelievenstraat. К сожалению, скульптура из бронзы и железа, изображающая маленькую девочку на скилерах и ее собаку, была утеряна, когда в нее врезался грузовик.

Другие считают, что эти скульптуры – работа американского художника Джина Холта. В то же время его работы совсем не похожи на анонимные произведения.

Интересные и необычные памятники Амстердама приводят в восторг, а иногда и в недоумение, но точно никого не оставляют равнодушными. Среди туристов очень популярным является фотографирование у скульптуры-надписи «I AMsterdam». Сначала слоган имел чисто рекламный характер. Его использовали для того, чтобы продвигать новый имидж Амстердама по всему миру и дать новый толчок для развития бизнеса. Но постепенно надпись «I amsterdam» обрела скульптурную форму и стала популярной достопримечательностью (рисунок 37). Она переключалась на футболки, значки, сувениры, сумки, словом, стала самым любимым и распространенным городским клише. В этом стиле даже начали выпускать комплекты мебели.



Рисунок 37 – Скульптура-надпись «I AMsterdam»

## 2.2.6 Амстердам для детей

Амстердамский зоопарк «Artis» («Artis Zoo»), расположившийся в центре Амстердама, является старейшим зоопарком в Нидерландах, основан в 1838 г. Полное наименование – «*Natura Artis Magistra*», что переводится с латыни как «Природа – наставница искусства» (рисунок 38).



Рисунок 38 – Зоопарк «Natura Artis Magistra» [11]

В зоопарке содержится более 6000 животных, относящихся к 700 видам. Кроме клеток и вольеров, на территории зоопарка находятся планетарий, детская ферма, большой аквариум, теплица, геологический и зоологический музеи, рассказывающие о флоре и фауне Нидерландов; до 1910 г. здесь находился и этнографический музей.

«*Micropia*» – первый в мире музей микроорганизмов.

Идея создания необычного музея принадлежит Хайгу Балиану, директору королевского зоопарка «Artis». Музей был открыт 30 сентября 2014 г. в присутствии королевы Нидерландов и теперь располагается в историческом здании XIX в. в непосредственной близости к амстердамскому зоопарку (рисунок 39).

«*Micropia*» – современный высокотехнологичный музей; со многими экспонатами посетители могут взаимодействовать в интерактивном режиме. Экс-

позиция ориентирована на посетителей разных возрастных групп, от самых маленьких (рекомендованный возраст – от восьми лет) до взрослых.



Рисунок 39 – Музей микроорганизмов [11]

Задача музея – демонстрация тесной взаимосвязи природы и человеческой цивилизации. Ведь эту взаимосвязь невозможно осознать в полной мере, не имея представления о микромире, существующем рядом с макромиром. Поэтому музей «Microria» стремится привлечь внимание широкой публики к вопросам микробиологии и показать своим посетителям то, что окружает их в повседневной жизни, но обычно остаётся скрытым от глаз. Миссия музея заключается также в том, чтобы пробудить у детей и учащихся интерес к микробиологии и поддерживать тех, кто решит заниматься ею в дальнейшем. В перспективе музей должен стать местом встреч специалистов-микробиологов и всех тех, кого интересует эта наука.

В музее можно узнать о видовом разнообразии микроорганизмов, об условиях их обитания и взаимодействии с окружающей средой, а также с человеком. Кроме того, «Microria» – это не только музей, но и «зоопарк» микроорганизмов, так как большая часть его экспонатов – живые. За их жизнедеятельностью посетители могут наблюдать в специальные микроскопы, которые процируют изображение высокого качества на большой экран. Специально для музея был разработан 3D-микроскоп, позволяющий наблюдать за размножением микроорганизмов. Среди прочего посетители могут увидеть в музее гигант-



скую модель вируса Эбола, узнать, какие микробы и бактерии обитают на предметах повседневного обихода, пронаблюдать участие микроорганизмов в различных естественных процессах (гниения, разложения и пр.). С помощью интерактивного сканера можно увидеть, какие микробы населяют различные части человеческого тела; желающие могут также опробовать сканер «Kiss-o-Meter», чтобы узнать, сколько микробов люди передают друг другу во время поцелуя.

Частью музея является лаборатория, в которой выращиваются микроорганизмы для музея и ведутся наблюдения за ними. Посетители могут видеть всё, что происходит в лаборатории, через прозрачную стеклянную стену. Специалисты, работающие в лаборатории, также проводят экскурсии для туристов и всех желающих.

Детей от 0 до 12 лет ждут в крытом развлекательном центре *Ballorig* рядом со стадионом «Амстердам Арена». Здесь можно кататься с разноцветных горок и на машинках, прыгать на батутах и лазать по многоуровневому лабиринту. Для малышей открыта мягкая игровая зона с большими кубиками, сухим бассейном и надувным батутом, а пока дети играют, взрослые могут посидеть в кафе.

#### *De Poezenboot*

Амстердам всегда Амстердам, даже местный приют для кошек уникален тем, что располагается на воде одного из Амстердамских каналов, прямо на двух баржах (рисунок 40).



Рисунок 40 – «Кошачья Лодка» [24]

История началась очень давно, еще в 1966 г., когда Генриетта Ван Веелде увидела бездомного котенка под деревом рядом с каналом, на котором находился ее плавучий дом. Генриетта забрала котенка и начала заботиться о нем. Вскоре к ним присоединилась еще одна кошка, потом еще...

Со временем кошек становилось все больше, они были везде. Генриетта решила, что если люди могут жить в домах на воде, почему не оборудовать такой дом для кошек. В 1968 г. была приобретена старая голландская парусная баржа. К счастью Генриетты, многие любители кошек, живущие в Амстердаме, с удовольствием оказывали ей всяческую помощь, в том числе и финансовую. Каждый кот, попадая на судно, проходит обязательный карантин. Уже через три года старенькая баржа не могла вместить всех кошек, второе судно было обустроено под «Кошкин дом» уже в 1971 г. В 1979 г. для кошек прямо на судостроительном заводе была оснащена баржа. Сегодня два плавучих дома – лодки находятся на канале Singel. В 1987 г. городские власти Амстердама дали ему официальное имя «Кошачья Лодка» (De Poezenboot) и был создан Благотворительный фонд.

Изначально это место не задумывалось как туристский аттракцион, однако бизнес есть бизнес, и на деньги, которые приносят четыре с половиной тысячи туристов год, покупаются корма и прочие аксессуары для многочисленных пушистых жителей этого судна.

#### *Детский магазин Miffy Store*

Детский магазин, заслуживающий внимания. Miffy – это маленький зайчик, дизайн которого придумал Дик Бруна. *Миффи* – маленькая девочка-кролик, герой книжек с картинками. Первая книжка с Миффи была выпущена в 1955 г., и с тех пор их было около тридцати. Всего продано около 85 млн копий, был выпущен сериал, и производятся игрушки и одежда с данным персонажем. Зайчик сразу приобрел мировую популярность.

В магазине можно увидеть коллекцию книг от Миффи, в которых обсуждается множество тем (искусство, школа, рождение, смерть), книжки переведены

более чем на 50 языков. Также здесь можно приобрести одежду и аксессуары с Миффи, игрушки, открытки, ночные лампы, постельное белье и многое другое.

Ребят с 8 лет (и ростом выше 135 см) ждут на заездах в картинге *Bleekemolens Race Planet*. Здесь можно устроить турнир на детских и взрослых картах, пострелять в лазертаге, сыграть в мини-гольф или боулинг. А если ребенку еще нет 8 лет, здесь же есть крытый автогородок (Race Planet Traffic park) с велосипедами, проезжей частью с пешеходными переходами, лабиринтом, кафе и развлечениями для детей от 0 до 12 лет, а посмотреть на автогородок сверху можно из кабинок монорельса.

Race Planet – это огромная (3000 кв. м) игровая площадка для детей от 2 до 13 лет со множеством дорог, перекрестков и электрических машин, копирующих автопарк «Формулы 1». Также здесь есть симуляторы езды по восьмиполосной дороге, монорельс и разнообразные горки и лазалки. В Race Planet ребенок может взять уроки вождения и получить местные права (Race Planet for Kids rijbewijs). За детьми приглядывает персонал. В Race Planet, помимо игрового пространства, есть бар, ресторан и даже солярий.

#### *De Taart van m'n Tante*

В этом заведении (переводится его название как «Тетушкин торт») подходят к выпечке так, как бы это делала настоящая добрая тетушка. Шоколадные, карамельные торты, торты с украшениями, торты для принцесс, торты-розы и торты-лилии – от разнообразия разбегаются глаза. Это кондитерская мечты для маленьких сладкоежек. Торт можно как забрать с собой, так и съесть здесь, запивая кофе, чаем или лимонадом. В двух шагах отсюда находится знаменитый рынок Albert Cuyp.

В этой уютной кондитерской, похожей на дом Санта-Клауса или сказочного волшебника, самые вкусные торты и пирожные в мире.

### 3 Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама

#### 3.1 Методические особенности создания атласа

В туристской деятельности активно используются картографические материалы, так как они являются эффективным средством хранения и передачи различной информации. Одним из важнейших свойств географических карт является их обзорность, наглядность, удобство использования.

В данной работе проектируется «Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама». Работа была поделена на несколько этапов:

- 1) подготовка информации;
- 2) подготовка географической основы;
- 4) разработка условных обозначений;
- 5) картографирование объектов;
- б) печать.

Первый этап заключался в поиске информации из различных источников: блогов путешественников, различных рейтингов, списков необычных мест, форумов путешественников и т. д.

Для подготовки географической основы была использована навигационная программа SAS.Планета, которая объединяет в себе возможность загрузки и просмотра карт и спутниковых фотографий земной поверхности (рисунок 41).

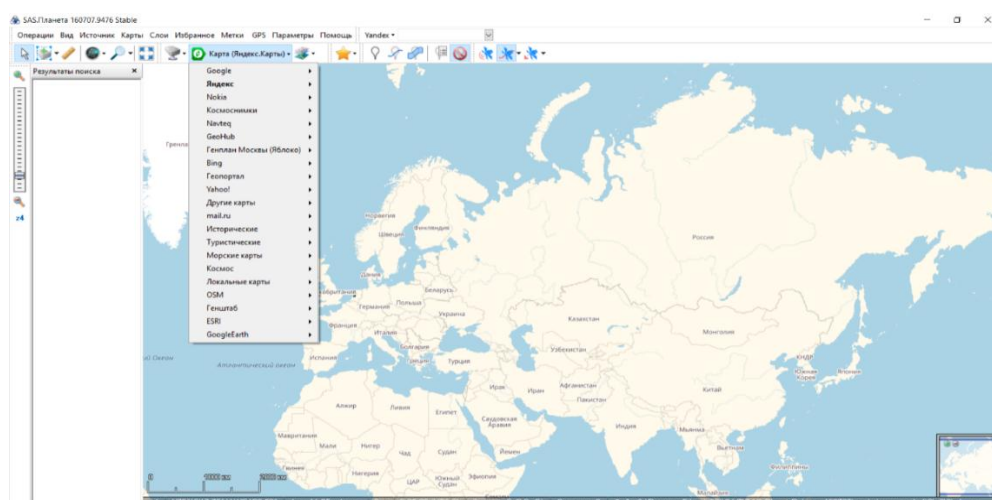


Рисунок 41 – Интерфейс программы

С помощью инструмента «Прямоугольная область» была определена территория, картографические основы которой требуется загрузить (рисунок 42).

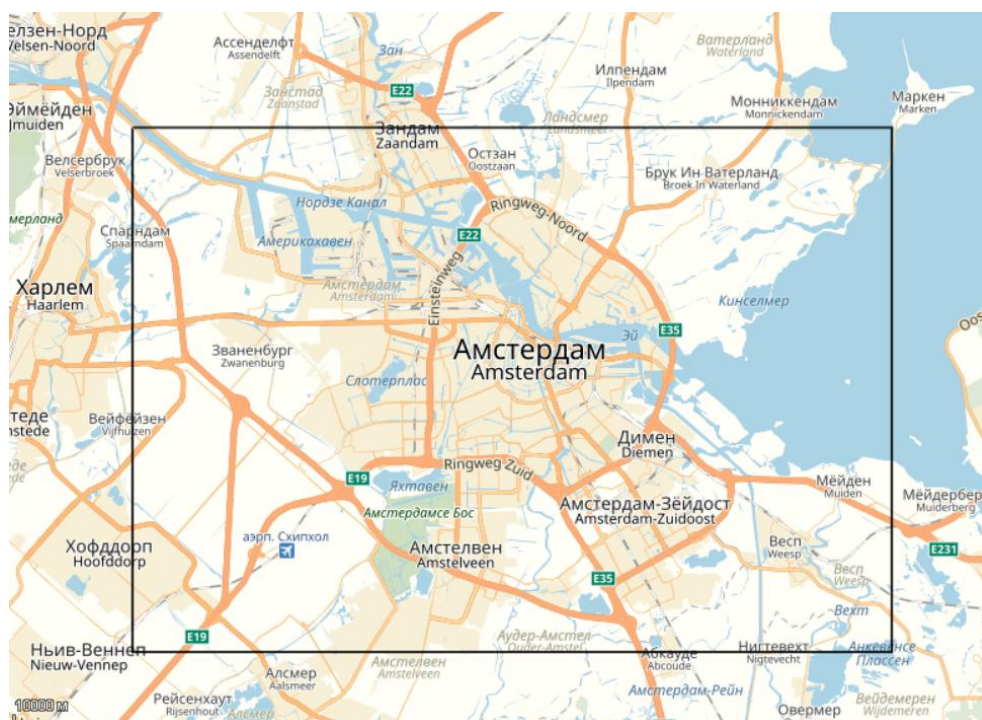


Рисунок 42 – Выделение территории

Затем с помощью набора операций с выделенной областью картографические основы были успешно загружены и склеены на 14 масштабном уровне, что соответствует масштабу 1:170 000. Данный масштаб нагляден, удобен для использования на листе формата А4 (рисунок 43).

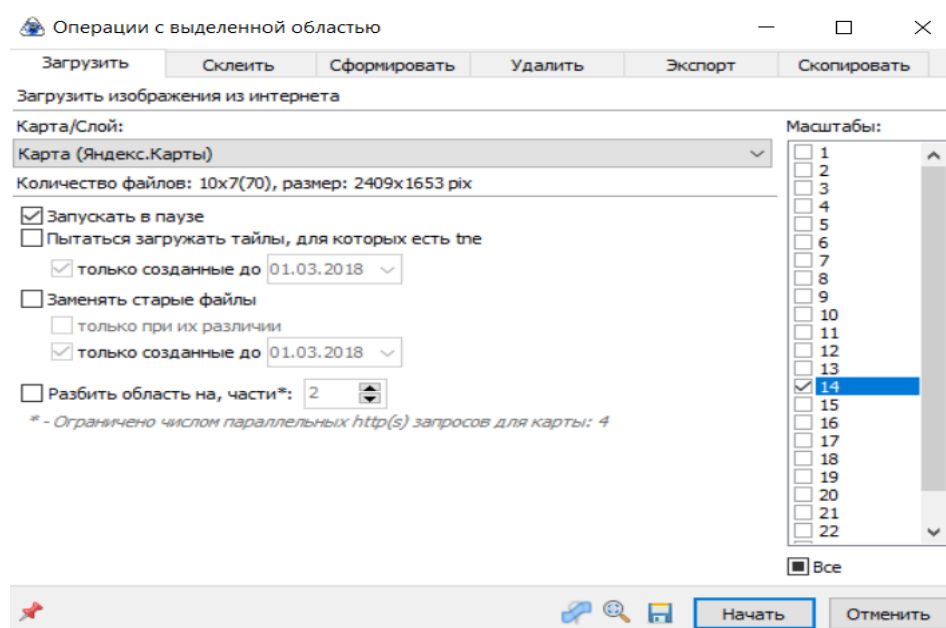


Рисунок 43 – Операции с выделенной областью

Так как загруженное растровое изображение имеет низкое качество, была произведена оцифровка в графической программе CorelDraw X8, которая позволяет создавать качественную графическую продукцию (рисунок 44).

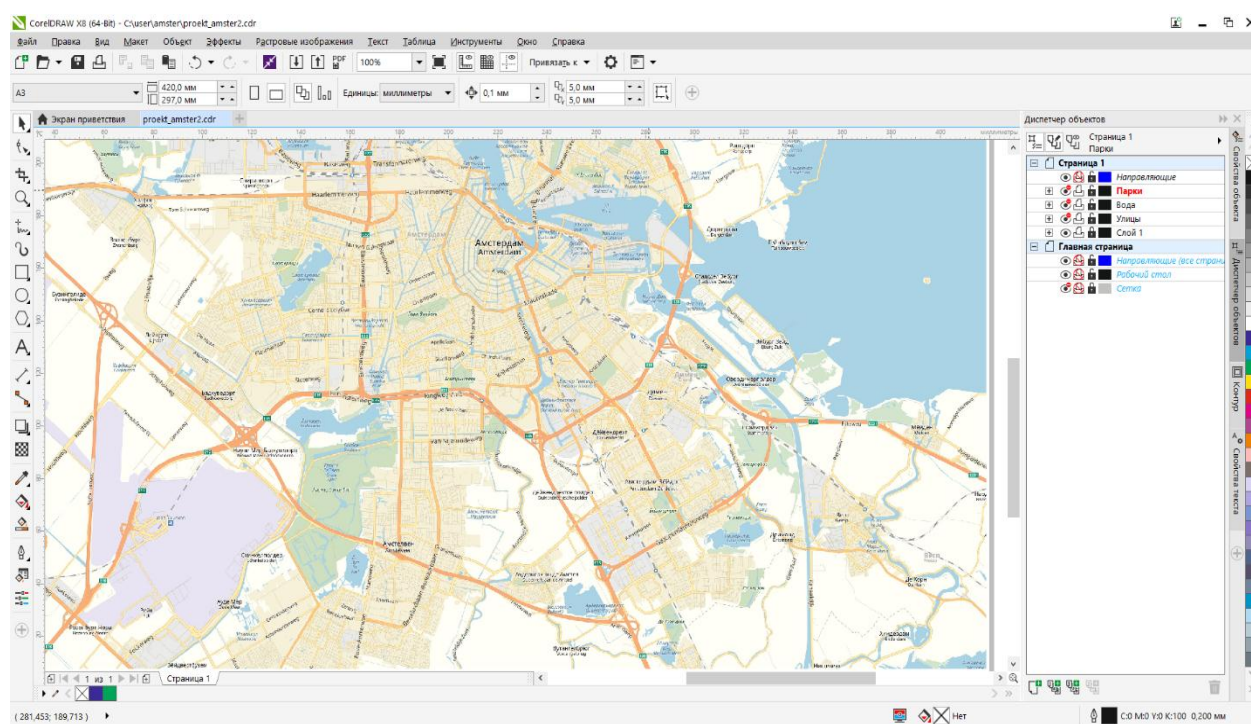


Рисунок 44 – Загруженное изображение и интерфейс графического редактора CorelDraw X8

При оцифровке использованы следующие инструменты: прямая Безье, прямая через 2 точки, лассо, свободная форма. Цветовая гамма была подобрана согласно следующим требованиям: сочетания цветов, зрительное восприятие.

Следующий шаг – разработка условных обозначений. Наглядные условные знаки передают общие черты с существующими в реальности объектами. Они сразу понятны и легко читаемы. Таким образом, созданы условные знаки для следующих объектов: мосты, коллективные средства размещения, предприятия питания, музеи, памятники, интересные места для детей. Использовались следующие инструменты: эллипс, кривая Безье, прямоугольник, наборы кистей. Подобрано цветовое оформление.

В завершение работы по созданию атласа было осуществлено картографирование объектов и печать карт атласа.

### 3.2 Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама

Все карты в атласе показывают лишь самые интересные и необычные объекты туристской привлекательности города, причем все они находятся в центральной части города, либо близ прилегающей ей территории. Это помогает сэкономить время и денежные средства для перемещения по городу, тем самым самостоятельно составить удобный пешеходный маршрут.

Атлас состоит из шести карт (карта необычных мостов, предприятий питания, коллективных средств размещения, музеев, памятников, а также карта достопримечательностей для детей), на которых определенными символами отмечены туристские объекты (рисунки 45 – 50). По краям карты имеется название каждой достопримечательности на английском языке (либо на голландском) и ее фотография. Помимо этого, на обратной стороне карт атласа содержится описательную часть, где в сжатом формате представлена краткая информация об этих интересных местах.

Для дальнейшего продвижения атласа необходимо провести ряд мероприятий.

Во-первых, нужно перевести всю информацию об объектах туристской привлекательности Амстердама в атласе на английский и голландский языки, так как основная целевая аудитория, посещающая данную дестинацию – это жители соседних стран, граничащие с Нидерландами, а также сами голландцы, ведь далеко не каждый житель города информирован о данных достопримечательностях. При этом для туристов, не владеющих английским или голландским языками следует создавать атлас на их родном языке, но с включением текста, например, на английском языке.

Во-вторых, для данного проекта запланировано создание мобильного приложения, которое в свободном доступе можно будет скачать в Play Market, либо Apple Store, но не исключено внедрение серии карт в уже существующие приложения. Для продвижения проекта также в планах размещение его на офи-

циальном сайте boomstarter.ru, на котором доступна платформа, ориентированная на привлечение финансирования в креативные проекты в различных областях через краудфандинг.

Что касается туристов из России, то уже существующий атлас подойдет для туристских агентств, которые работают в основном на выездном, международном туризме. Так, в Республике Мордовия атлас необычных мест Амстердама будет использован в работе Студии нестандартных путешествий «Ветер странствий».



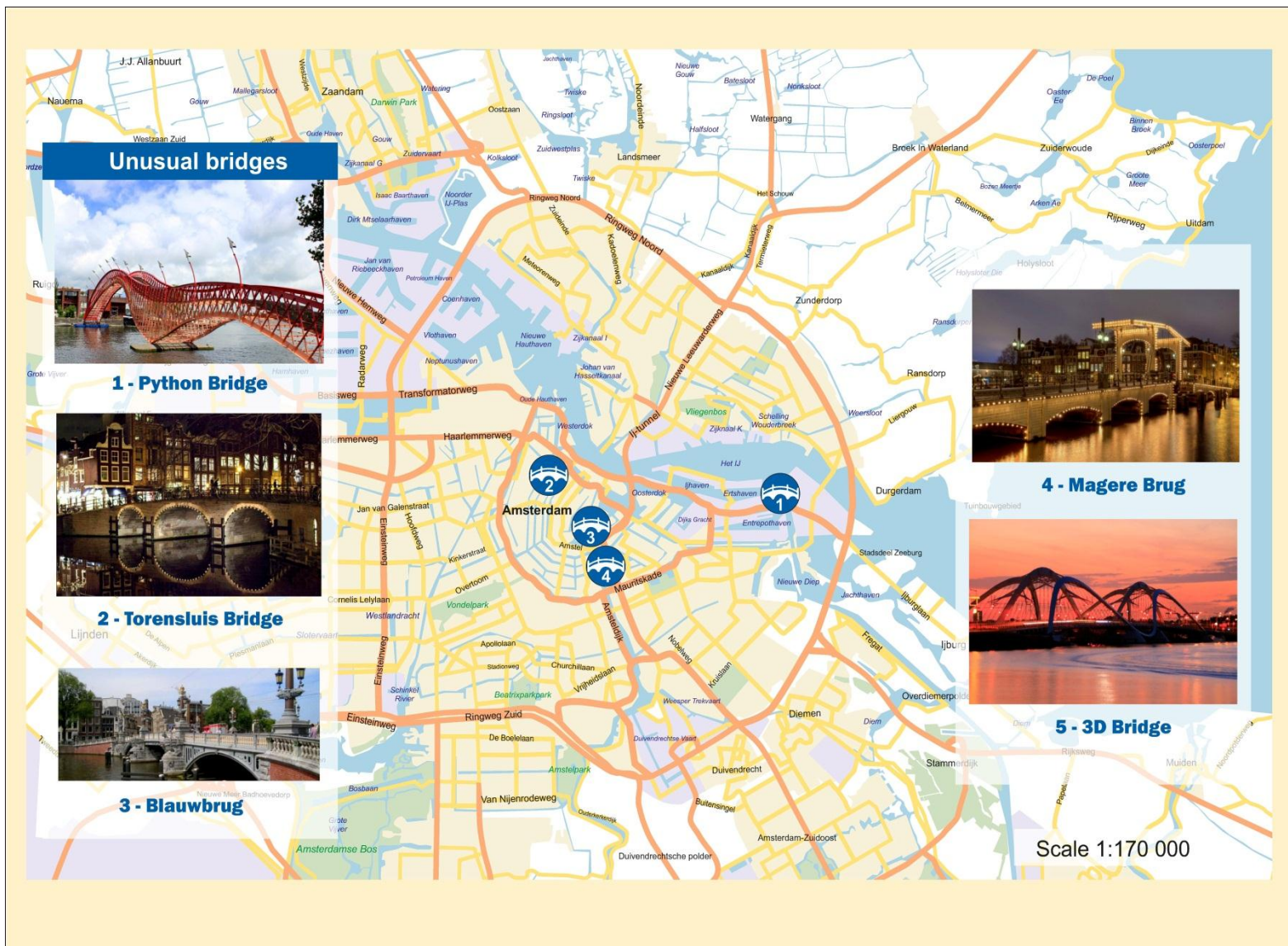


Рисунок 45 – Необычные мосты Амстердама



Рисунок 46 – Необычные отели Амстердама



Рисунок 47 – Необычные предприятия питания Амстердама

**Unusual museums**

**1 - Cheese Museum**

**2 - Tropenmuseum**

**3 - House of Bols**

**4 - Cannabis College**

**5 - NEMO Science Museum**

**6 - Electric Ladyland**

**7 - Woonbootmuseum**

**8 - Museum of Bags and Purses**

**9 - De Kattenkabinet**

Scale 1:170 000

Рисунок 48 – Необычные музеи Амстердама

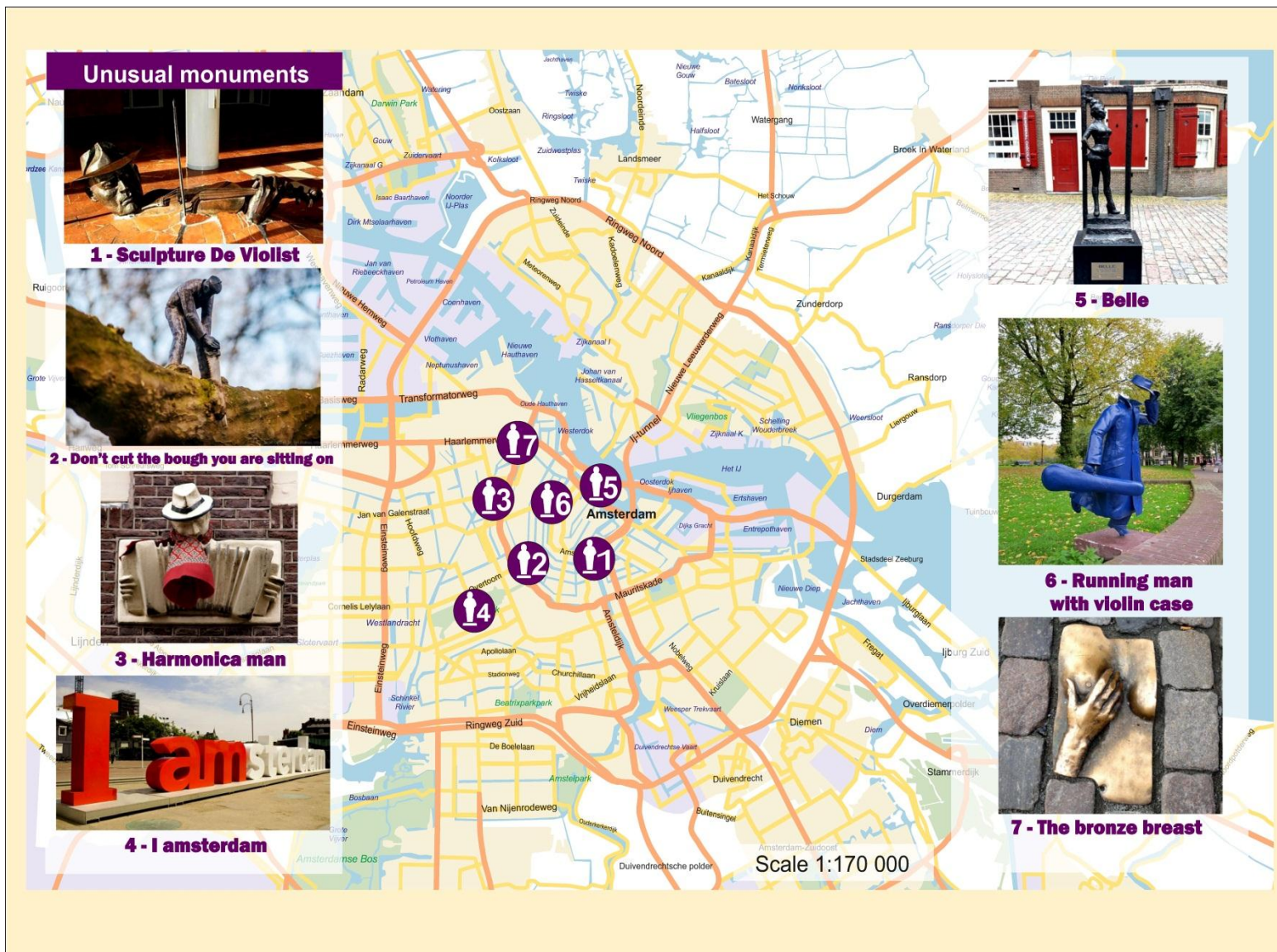


Рисунок 49 – Необычные памятники Амстердама



Рисунок 50 – Амстердам для детей

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы.

Любой природный, культурно-исторический или иной объект будет использоваться для целей туризма лишь тогда, когда он вызывает у туристов туристский интерес и производит туристское впечатление.

Туристский интерес представляет собой отношение туриста к какому-то объекту, привлекательному, ценному для него. У туриста возникает внимание, которое возбуждается чем-либо значительным, привлекательным. Он получает объективную информацию об объекте, у него формируется комплекс позитивных эмоций и происходит удовлетворение потребностей.

Объектами туристского интереса являются природные объекты, социокультурные объекты, технические сооружения и иные достопримечательности, которые способны удовлетворить потребности туриста.

Туристское впечатление – это след, оставленный в сознании, душевной жизни туриста. В результате потребления туристских продуктов, знакомства с объектами туристского интереса у туриста возникает свое мнение, оценка данного объекта. В результате формируется комплекс эмоций (положительных или отрицательных), сложившиеся после знакомства, соприкосновения с кем-чем-нибудь.

Туристская привлекательность – это свойство туристских объектов вызывать восхищение, притягивать к себе особыми качествами, свойствами. Туристская привлекательность – это функция взаимодействия предложения и спроса: чем выше спрос у туристов, тем больше должно быть туристских предложений, сформированных на базе туристского потенциала, чтобы объекты были привлекательны для туристов. Предложения, в свою очередь, должны быть уместны, и соответствовать вкусам общества.

Субъектами, попадающими в так называемое «поле зрения» субъектов управления и формирования туристской привлекательности, выступают конкретный индивид (турист, посетитель, рекреант), отдельный микросоциум (целевая группа, семья) и общество в целом.

Туристски привлекательной считается территория, которая пользуется популярностью у туристов и превращается в соответствующее территориальное туристское объединение в виде туристского пункта, центра, района, региона. Одним из таких объединений является столица Нидерландов – Амстердам, представляющий собой всемирно известный туристский центр.

Амстердам является популярной туристской дестинацией, так как на достаточно небольшой территории собраны самые различные объекты туристской привлекательности, в том числе и особые, уникальные и необычные, привлекающие туристов со всех стран мира.

Многочисленные каналы и реки Амстердама (или «Северной Венеции») издавна вынуждали сооружать через них мосты, но это не означает, что они являются второстепенными строениями. Не только при дневном освещении они красивы, но и в ночное время некоторые из них просто поражают ослепительной подсветкой, добавляя еще большего очарования городу. Если посмотреть с высоты на Амстердам, то можно увидеть, что каналы опоясывают старую часть города четырьмя концентрическими полукольцами. Они образуют около 90 островов, соединенных между собой мостами, количество которых превышает 1500. Вдоль каналов расположены самые интересные места Амстердама, привлекающие сюда тысячи туристов.

Отели даже в разных странах мира в большинстве своем похожи друг на друга. Но тем не менее существуют особенные, необычные средства размещения, и остановиться в одном из таких – само по себе приключение. В Амстердаме есть более десятка уникальных, необычных отелей, где можно снять номер. Независимо от бюджета, в городе можно найти интересные отели, имеющие от одной звезды до пяти.

Амстердам – город, доказывающий, что Голландия является одной из стран, в которых знают толк в кулинарном искусстве. Она может похвастаться ресторанами, удостоенными двух звезд Мишлен, а также бесчисленными ресторанами с одной звездой, что делает его прекрасным местом для ценителей кулинарного искусства. Голландцы большие выдумщики. Из своих ресторанов



они сделали не просто место для приема пищи, а очень оригинальные достопримечательности города.

Поражают своим разнообразием и многочисленностью необычные музеи Амстердама. Ценители искусства, все, кто любит уникальность, необычность, смогут найти для себя соответствующий музей, среди которых есть единственные в мире.

Красочная столица Нидерландов, город Амстердам, имеет насыщенную культурную жизнь и богатую историю. Здесь есть чем полюбоваться: старинная архитектура, утопающая в зелени и цветах, тенистые парки, многочисленные каналы и речушки, пронизывающие всю территорию города, интересные музеи и памятники, радующие глаз своей необычностью, а иногда даже поражающие своей экстравагантностью.

В Нидерландах очень бережно, тепло относятся к детям. Поэтому неудивительно в столице страны много необычных объектов для детей.

На основе изучения необычных объектов туристской привлекательности Амстердама составлен атлас этих объектов, включающий 6 карт с описанием и размещением туристских объектов. Атлас, созданный в данной выпускной квалификационной работе, можно использовать как пример и образец для создания подобных атласов, путеводителей для других регионов мира, целью которых является привлечение туристов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. – М. : КНОРУС, 2016. – 460 с.
- 2 Булатов А. С. Страны и регионы мира. Экономико-политический справочник / А. С. Булатов. – М. : Проспект, 2009. – 704 с.
- 3 Вавилова Е. В. Основы международного туризма : учеб. пособие / Е. В. Вавилова. – М. : Гардарики, 2005. – 160 с.
- 4 Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития : учеб. пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 161 с.
- 5 Гуляев В. Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие : учебник / В. Г. Гуляев. – М. : Советский спорт, 2008. – 279 с.
- 6 Казанцев Ю. Ю. Роль маркетинга территории в повышении туристической привлекательности региона / Ю. Ю. Казанцев // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2012. – № 3, Т.1. – С. 9 – 13.
- 7 Квартальнов В. А. Теория и практика туризма : учеб. пособие / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
- 8 Кицис В. М. Нидерланды: развитие туризма и его роль в экономике страны [Электронный ресурс] / В. М. Кицис, А. А. Фомина // Современные проблемы территориального развития: электрон. журн. – 2017. – № 3. – Режим доступа: [terjournal.ru/category/3-2017-oktyabr-dekabr](http://terjournal.ru/category/3-2017-oktyabr-dekabr).
- 9 Морозов М. А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
- 10 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон: [от 24.11.1996 № 132-ФЗ; в ред. от 18.04.2018 г.] – Электрон. опт. диск КонсультантПлюс : Высшая школа, 2018.
- 11 Онлайн-энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс] : Официальный сайт – Режим доступа: [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org).

12 Портер М. Э. Конкуренция : учеб. пособие : Пер. с англ. / М. Э. Портер. – М. : Вильямс, 2013. – 608 с.

13 Сенин В. С. Организация международного туризма : учебник / В. С. Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.

14 Тетенькина О. Л. К вопросу об определении понятия «Туристская привлекательность региона» / О. Л. Тетенькина // Экономика и современный менеджмент: теория и практика : сб. ст. по матер. XXVII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск : СибАК, 2013. – С. 198 – 203.

15 Фомина А. А. Уникальные объекты туристской привлекательности Амстердама / А. А. Фомина // Наука и общество: технико-технологические, экономические, социокультурные и международные аспекты: сборник научных трудов по материалам XVI Международного междисциплинарного форума молодых ученых, 15 марта 2018 г. – СПб. : НОО «Профессиональная наука», 2018. – С. 93 – 100.

16 Фрольченко С. Управление туристской деятельностью: особенности регионального подхода / С. Фрольченко // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 9. – С. 43–49.

17 Шарыгин М. Д. Природно-ресурсный потенциал и его оценка / М. Д. Шарыгин // Эколого-экономические районы. – Пермь, 1995. – С. 108 – 118.

18 Шубаева В. Г. Индикаторы привлекательности региона как туристской дестинации и маркетинговая стратегия ее развития / В. Г. Шубаева, Н. В. Бурова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2012. – № 2. – С. 133 – 136.

19 Щербакова С. А. Международный туризм: экономика и география : учеб. пособие / С. А. Щербакова. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 144 с.

20 Amsterdam on Air [Электронный ресурс] : Онлайн-путеводитель. – Режим доступа: [amsterdamonair.com/special-hotels](http://amsterdamonair.com/special-hotels).

21 Changeua.com [Электронный ресурс] : Онлайн-портал. – Режим доступа: [changeua.com/5-neobyichnyih-restoranov-amsterdama](http://changeua.com/5-neobyichnyih-restoranov-amsterdama).

22 Ghetiko.com [Электронный ресурс] : Онлайн-портал – Режим доступа: [ghetiko.com/2014/12/19/interenie-i-unikalnie-oteli-amsterdama](http://ghetiko.com/2014/12/19/interenie-i-unikalnie-oteli-amsterdama).

23 Holland.com [Электронный ресурс] : Туристский портал Нидерландов. – Режим доступа: [holland.com/ru/tourism/destinations/amsterdam/michelin-restaurants-amsterdam-ru.htm](http://holland.com/ru/tourism/destinations/amsterdam/michelin-restaurants-amsterdam-ru.htm).

24 Kulturologia.ru [Электронный ресурс] : Онлайн-журнал. – Режим доступа: [kulturologia.ru/blogs/220316/28898](http://kulturologia.ru/blogs/220316/28898).

25 Livejournal.com [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [letidor.livejournal.com/248984.html](http://letidor.livejournal.com/248984.html).

26 Momondo.ru [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [momondo.ru/kuda-poehat/post/nieobychnyie-muziei-amstierdama](http://momondo.ru/kuda-poehat/post/nieobychnyie-muziei-amstierdama).

27 Nash-amsterdam.nl [Электронный ресурс] : Сайт-путеводитель для русских по столице Нидерландов. – Режим доступа: [nash-amsterdam.nl/node/168/bleekemolens-race-planet](http://nash-amsterdam.nl/node/168/bleekemolens-race-planet).

28 Openarium.ru [Электронный ресурс] : Онлайн-портал – Режим доступа: [openarium.ru](http://openarium.ru).

29 Proboating.ru [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [proboating.ru/articles/traveling/kanaly-i-mosty-amsterdama](http://proboating.ru/articles/traveling/kanaly-i-mosty-amsterdama).

30 Slavin V. V. Tourist attractiveness of the region: notion, content, major principles of development [Электронный ресурс] / V. V. Slavin // Вопросы управления : электрон. журн. – Режим доступа: [vestnik.uara.ru/en/issue/2013/01/14](http://vestnik.uara.ru/en/issue/2013/01/14).

31 Timetraveling.ru [Электронный ресурс] : Туристский портал Амстердама. – Режим доступа: [amsterdam-traveling.ru/poleznaya-informatsiya/238-amsterdam-dlya-detej-9-idej](http://amsterdam-traveling.ru/poleznaya-informatsiya/238-amsterdam-dlya-detej-9-idej).

32 Travelask.ru [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [travelask.ru](http://travelask.ru).

33 Traveller-eu.ru [Электронный ресурс] : Сайт о путешествиях по Европе – Режим доступа: [traveller-eu.ru/Amsterdam](http://traveller-eu.ru/Amsterdam).

34 Tripster.ru [Электронный ресурс] : Туристский портал о необычных экскурсиях от местных жителей. – Режим доступа: [experience.tripster.ru/experience/2397](http://experience.tripster.ru/experience/2397).

35 Turizm.mirvokrugas.com [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [turizm.mirvokrugas.com/833181077509245656/neobychnye-pamyatniki-amsterdama](http://turizm.mirvokrugas.com/833181077509245656/neobychnye-pamyatniki-amsterdama).

36 Turizm.ru [Электронный ресурс] : Портал о туризме. – Режим доступа: [turizm.ru/niderlandes/amsterdam/places/muzej\\_fluorescentnogo\\_iskusstva\\_electric\\_ladyland](http://turizm.ru/niderlandes/amsterdam/places/muzej_fluorescentnogo_iskusstva_electric_ladyland).

37 Udivitelno.com [Электронный ресурс] : Туристский портал. – Режим доступа: [udivitelno.com/creation/item/351-neobychnye-pamyatniki-amsterdama](http://udivitelno.com/creation/item/351-neobychnye-pamyatniki-amsterdama).

38 Vokrug-sveta.com [Электронный ресурс] : Портал о туризме. – Режим доступа: [vokrug-sveta.com.ua/formirovaniye-turisticheskoy-privlekateljnosti-teritorii](http://vokrug-sveta.com.ua/formirovaniye-turisticheskoy-privlekateljnosti-teritorii).

Общество с ограниченной ответственностью  
СТУДИЯ НЕСТАНДАРТНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ  
«ВЕТЕР СТРАНСТВИЙ»

ОГРН 1141326001750, ИНН/КПП 1326227390/132601001 430005, Республика Мордовия,  
г. Саранск, ул. Б. Хмельницкого, д. 22, помещение 5  
т. 8 (8342) 230-030, E-mail: [veter.str@mail.ru](mailto:veter.str@mail.ru)

---

Исх. №  
от 15 мая 2018

Декану Географического факультета МГУ им..П.Огарева  
Ямашкину А.А.

Уважаемый Анатолий Александрович!

ООО «Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий»» просит Вас провести дипломное исследование на тему: «Разработка атласа объектов туристской привлекательности Амстердама». Это исследование необходимо для того, чтобы обратить внимание туристов на город Амстердам.

Директор



Боксимер О.А.

**Акт внедрения**  
**научных и практических результатов научно-исследовательской работы**  
**ФГБОУ ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ**  
**МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**им. Н. П. ОГАРЁВА»**

1. Наименование научно-исследовательской работы «Разработка атласа объектов туристской привлекательности Амстердама»
2. Вид подготовленного документа Акт внедрения
3. Заказчик научно-исследовательской работы ООО «Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий»»
4. Исполнитель работ Фомина Алёна Алексеевна
5. Основание подготовки НИР Задания руководителя
6. Дата и результаты приемки НИР 30 июня 2018 г.
7. Сведения о внедрении  
Материалы используются в деятельности сотрудников ООО «Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий»»
8. Объект внедрения Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама

Настоящий акт составлен комиссией в следующем составе:

Заказчик

Директор ООО «Студия нестандартных путешествий «Ветер странствий»»

Исполнитель



О. А. Боксимер

А. А. Фомина

Работа допущена к защите

Июнь 2018 г.

## ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ О БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

студента Фоминой Алены Алексеевны,  
обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

на тему «Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама»

Факультет географический

Кафедра туризма

Руководитель Кицис В. М., кафедра туризма, доцент, канд. геогр. наук

(Фамилия И. О., место работы, должность, ученое звание, степень)

### Оценка соответствия требованиям ФГОС подготовленности автора выпускной квалификационной работы

Требования к профессиональной подготовке	Соответствует	В основном соответствует	Не соответствует
Умение корректно формулировать и ставить задачи (проблемы) своей деятельности при выполнении бакалаврской работы, анализировать, диагностировать причины появления проблем, их актуальность	✓		
Умение устанавливать приоритеты и методы решения поставленных задач (проблем)	✓		
Умение использовать туристскую информацию – правильно оценить и обобщить степень изученности объекта исследования	✓		
Новизна работы, оригинальность поставленных задач, уровень исследовательской части	✓		
Владение компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемой в сфере профессиональной деятельности	✓		
Умение рационально планировать время выполнения работы, определять грамотную последовательность и объем операций и решений при выполнении поставленной задачи	✓		
Умение объективно оценивать полученные результаты расчетов, вычислений	✓		
Умение анализировать, обобщать, оформлять, делать практические выводы	✓		
Владение методами и приемами, применяемыми в сфере профессиональной деятельности	✓		
Возможность практического использования материалов работы	✓		
Умение делать самостоятельные обоснованные и достоверные выводы из проделанной работы	✓		
Умение использовать различные источники литературы профессиональной направленности	✓		


**Отмеченные достоинства** На основе использования обширной информации, собранной из учебных, периодических, монографических и Интернет-источников, автору удалось показать объекты туристской привлекательности города Амстердама. Творческий подход и



критическое осмысление современных требований к туристским объектам позволили автору работы создать атлас объектов, наиболее привлекательных с точки зрения туристского интереса. Работа носит практический характер, выполнена по заказу туристской организации. ВКР написана самостоятельно, хорошим научным языком. Цель работы достигнута, задачи – успешно решены.

**Отмеченные недостатки** Существенных недостатков в работе нет.

**Заключение** Исследование, выполненное А. А. Фоминой, свидетельствует, что автор работы обладает теоретическими знаниями и практическими умениями в области туризма. Фомина А. А. способна самостоятельно решать широкий круг организационных и практических вопросов. Оригинальность текста составляет 83,59 %. Работа может быть представлена на конкурс студенческих работ, отдельные ее положения уже опубликованы, а другие могут быть рекомендованы к публикации. Выпускная квалификационная работа заслуживает высшей оценки, а ее автор – присвоения искомой квалификации.

Руководитель  « 20 » 08 2018 г.  
(подпись)

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ

*о бакалаврской работе*

студентки Фоминой Алены Алексеевны,  
обучающейся по направлению подготовки  
43.03.02 Туризм

(профиль «Технология и организация экскурсионных услуг»)  
на тему  
«Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама»

Туристская привлекательность – это свойство туристских объектов вызывать восхищение, притягивать к себе особыми качествами, свойствами. Но чтобы привлечь, туристы должны быть информированы об объектах, которые будут им интересны. Актуальность рецензируемой работы обусловлена тем, что для привлечения туристов в ту или иную дестинацию необходимо создание новых форм информирования потенциальных клиентов, одной из которых является создание различных необычных атласов.

В процессе выполнения бакалаврской работы автор четко определил объект и предмет исследования. Структура работы соответствует заявленным цели и задачам.

В теоретической части работы отражена сущность туристской привлекательности туристских объектов

Основную часть работы занимает характеристика столицы Нидерландов г. Амстердама и его необычных объектов туристской привлекательности: мосты, отели, предприятия питания, музеи, памятники и объекты для детей. По каждому объекту дана краткая, но достаточно объемная информация о том, чем привлекают туристов рассматриваемые объекты, их особенности, а также сделана карта, показывающая размещение указанных объектов на территории Амстердама.

В третьем разделе автор показал методику создания карт и атласа объектов туристской привлекательности города.

Значимость данной работы выражается в том, что созданный автором работы «Атлас объектов туристской привлекательности Амстердама» разработан по заказу туристского агентства г. Саранска. Кроме того, отдельные положения работы были доложены на научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов в МГУ им. Н. П. Огарёва, а также были опубликованы две статьи.

По нашему мнению, материал данной выпускной квалификационной работы может использоваться в деятельности туристских агентств в целях информированности туристов о стране и ее столице, что, несомненно, будет способствовать увеличению туристского потока в Нидерланды.

Работа Фоминой А. А. соответствует предъявляемым требованиям, может быть допущена к защите и заслуживает высшей оценки.

Директор студии нестандартных  
путешествий «Ветер странствий»



О. А. Боксимер