**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**

**МУРМАНСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «Социально-культурный сервис и туризм»

### КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Технологии обслуживания иностранных туристов»

на тему: «Разработка религиозного тура» (на примере турфирмы «Сoral travel»)

ВЫПОЛНИЛА:

Студентка: Дубовая Лилиана Викторовна

# Группа 9-6511/5-5

Курс 5

№ зачетной книжки 7483

ПРОВЕРИЛ:

Преподаватель: Андреева Елена Александровна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(зачтена или не зачтена)

Мурманск

2010г.

Содержание

Ведение……………………………………………………………………………3

Глава 1.Туристский продукт как объект изучения

* 1. Понятие туристского продукта …………..…………………………...5
  2. Структура туристского продукта ……………………………………..7
  3. Проектирование тура………………………………………………....10

Глава 2. Анализ деятельности туристской фирмы Сoral travel

* 1. Общая характеристика предприятия …………………………….….12
  2. Анализ внешней и внутренней среды ………………………………13
  3. Характеристика деятельности предприятия по разработке турпродукта…………………………………………………………...15

Глава 3. Разработка туристского продукта

3.1. Разработка паломнического тура………………………………………17

3.2. Характеристика объектов тур показа ………………………...……….18

3.3. Туристские формальности ……………………………………………..20

Заключение …………………………………………………………………..….24

Список использованной литературы………………………………….……….25

Приложение ……………………………………………………………………..37

Введение

Актуальность паломничества в наше время такая же, как и молитва людей к Богу в течение двух последних тысячелетий. В наш век технического прогресса, обратной стороной которого является пренебрежение духовности, паломничество, как способ ее восстановления, имеет особый смысл. Религиозные туристы и в первую очередь паломники пускаются в путешествие, когда у них возникает желание совершить нечто большее, чем обычные культовые действия в условиях обычной среды их проживания. Люди отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами: помолиться, решить личные проблемы, найти себе подходящую религию, духовную школу и систему ценностей, познакомиться с культурным наследием страны.

Паломничество преследует сразу несколько целей: во-первых, дает возможность прикоснуться к святыням, помолиться. Оно является частью религиозной жизни людей и в плане укрепления веры, благочестия имеет очень большое значение. Но очевидно и другое. Посещая исторические места, связанные с проявлением святости, поклоняясь этим местам, нужно знать и их историю. Поэтому паломничество очень важно с точки зрения религиозного образования. И, наконец, такие поездки объединяют разных людей. Здесь они знакомятся, устанавливают духовно взаимообогащающие контакты.

Ни для кого не является секретом, что большой процент населения сегодня в той или иной степени является верующими, а значит, имеют духовные потребности. Однако уровень развития религиозного туризма в нашей стране сейчас не позволяет в полной мере удовлетворить их. Таким образом, тема перспектив развития религиозного туризма является актуальной.

Степень разработанности темы. В настоящее время, тема развития религиозного туризма затронута в исследованиях таких авторов как Биржаков М.Б. («Паломнический и религиозный туризм»), Христов Т.Т. («Религиозный туризм») и др., фрагментарно рассматривалась в отдельных работах таких авторов, как Бурдо М.П. («Современная религиозная жизнь России»), Квартальнов В.А. («Туризм») и др.

Предметом работы является разработка религиозного тура.

Объект работы – деятельность турфирмы Coral travel по разработке религиозного тура.

Цель курсовой работы – изучить специфику разработки религиозного тура для иностранных туристов.

Задачи: изучить понятие и структуру туристского продукта; раскрыть особенности проектирования тура; проанализировать деятельность туристской фирмы Сoral travel; разработать паломнический тур; охарактеризовать объекты тур показа, а также выявить туристские формальности с учетом путешествия.

Методология. В работе применялись такие методы, как анализ, классификация, индукция, описание, прогнозирование, системный, группировка, синтез и обобщение.

Теоретическая значимость. В исследовании был сделан акцент на работах Биржакова М.Б., Бурдо М.П., Митрохина Н.В., Христова Т.Т. т.к. в их работах более комплексно рассмотрено развитие паломнического туризма в России.

Практическая значимость исследования может проявляться в публикациях результатов исследования, во внедрении результатов исследования в практику работы, в выступлениях на научно-практических конференциях, использовании в учебном процессе.

Структура работы. Работа включает в себя: введение, три главы, состоящие из 9 подпунктов, заключение, список использованной литературы и приложение*.*

Глава 1. Туристский продукт как объект изучения

1.1. Понятие туристского продукта

Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется в первую очередь привлекательным туристским продуктом, поэтому основной задачей деятельности туристского предприятия, в частности туроператора, является создание привлекательного туристского продукта.

В соответствии с Федеральным законом № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»1 дается следующее определение: «Туристский продукт - это право на тур, предназначенное для реализации туристу, а тур - комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия».

Под туристским продуктом следует понимать реализуемую по совокупной цене, предварительно реализованную туристскую услугу, в состав которой входят как минимум две из нижеперечисленных услуг: перевозка; размещение; иные услуги в сфере туризма, не связанные с перевозкой и размещением, при условии, если обслуживание охватывается периодом от 24 часов до 6 месяцев подряд или предусматривает более одной ночевки.

Туристский продукт одновременно представляет собой совокупность весьма сложных разнородных элементов:

- природные ресурсы (воздух, вода, солнце, ландшафти др.), исторические, культурные, архитектурные достопримечательности, которые могут привлечь туриста и побудить его совершить путешествие.

- оборудование (средства размещения туристов, рестораны, оборудование для отдыха, занятий спортом и т. д.), которое само по себе не является фактором, влияющим на мотивацию путешествия, но при его отсутствии возникают многочисленные препятствия возможному путешествию.

- возможности передвижения, которые в определенной мере зависят от моды на различные виды транспорта, используемые туристами. Такие возможности оцениваются, скорее всего, с точки зрения их экономической доступности, чем с точки зрения быстроты передвижения.

Итак, туристский продукт - совокупность (комплекс) вещественных (предметов потребления), невещественных (в форме услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия, и затрат, связанных с его производством и реализацией и формирующих цену турпродукта.

Необходимо отличать туристский продукт от туристской услуги. Основное отличие состоит в том, что туристская услуга может быть куплена и потреблена в месте ее производства, а туристский продукт может быть приобретен и по месту жительства, но потреблен только в месте производства туристских услуг. Фактически туристские услуги - это составная часть туристского продукта.

В отличие от туристских услуг туристский продукт принимает форму товара и характеризуется такими свойствами, как:

1. потребительская стоимость, то есть полезность, или способность удовлетворять определенные потребности людей. Полезность туристского продукта определяется его ценностью для субъекта. Оптимальным считается туристский продукт, который учитывает потребности клиентов, тематику обслуживания (вид туризма) с точки зрения содержания, состава услуг, их количества и порядка предоставления;

2. меновая стоимость характеризует количественное отношение, в котором потребительские стоимости туристского продукта обмениваются на потребительские стоимости других товаров.

В основе любого туристского продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности. Поэтому сердцевину продукта, его сущностную сторону представляет так называемый замысел, то есть его направленность на решение определенной проблемы, удовлетворение конкретной нужды. Туристский продукт в реальном исполнении представляет собой определенный набор свойств, позволяющих реализовать замысел: удовлетворить некую потребность клиента. Основными свойствами и характеристиками туристского продукта являются: уровень качества, комфорт, престиж, экономичность, безопасность, впечатление.

1.2. Структура туристского продукта

Туристский продукт с подкреплением характеризует деятельность туристского предприятия, направленную на формирование дружеских отношений с клиентом, оказание ему всесторонней помощи, дополнительных и символических выгод. Это может быть достигнуто путем высокого уровня качества, скорости обслуживания, консультациями, информацией и неформальным общением.

Туристский продукт состоит из следующих трех основных элементов: туристский продукт; товары; тур; дополнительные туристско-экскурсионные услуги.

Тур - первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут, в конкретные сроки и с определенным комплексом услуг. В зависимости от вида заявки туриста и от способа организации продажи туры могут быть: индивидуальными и групповыми. Индивидуальные туры предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности, но они более дорогие, так как такие виды услуг как внутримаршрутный транспорт, услуги гида, и некоторые другие турист оплачивает полностью, в отличие от групповых туров, где цена раскладывается на всех членов группы. Именно поэтому индивидуальные туры не слишком доступны массовому туристу.

Кроме того организация индивидуальных поездок является очень трудоемким процессом, требующим использования компьютерной техники для осуществления бронирования, расчетов и других операций. С другой стороны индивидуальный туризм с экономической точки зрения очень выгоден для туристских фирм, так как дает более высокие доходы в расчете на одного туриста по сравнению с доходами от групповых туров.

Групповые туры более дешевые, доступные массовому туристу, но в групповых поездках каждый участник обязан подчиняться установленному для группы порядку путешествия.

Создание привлекательного туристского продукта является первой и самой важной задачей туроператора. Поэтому создание туристского продукта начинается с изучения его потребительских качеств и свойств, с выявления наиболее привлекательных сторон для туристов. Именно они являются ориентирами при разработке и реализации туристского продукта.

Выявлено несколько основных потребительских свойств туристского продукта:

- обоснованность, т.е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;

- надежность - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;

- эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;

- целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворять туристскую потребность;

- ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;

- простота в эксплуатации;

- гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала;

- полезность - способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдых и познание), удовлетворять те или иные потребности туриста.

Иногда туристский продукт ассоциируют с понятием туристский пакет, который включает четыре обязательных элемента: туристский регион, транспортные услуги, услуги средств размещения, трансфер.

Этот пакет обязательных туристских услуг и отличает туристский пакет от туристского продукта, так как туристский пакет - это только часть туристского продукта, точнее, обязательная часть тура. В зависимости от вида тура в нем могут отсутствовать те или иные элементы.

Туристский маршрут - это заранее спланированный путь передвижения туристов в течение определенного периода времени с целью предоставления им предусмотренных программой обслуживания услуг.

Комплекс услуг на маршруте - это те условия, которые не входят в туристский пакет, по которые клиент пожелал включить в программу, а туроператор должен обязательно выполнить.

Дополнительные туристско-экскурсионные услуги - услуги, не предусмотренные ваучером или путевкой и соответственно не входящие в основную стоимость путевки и предоставляемые по месту отдыха по мере возникновения потребности в них. К ним относятся: прокат, телефон, почта, обмен валюты, дополнительное питание и многие другие.

Наряду с основными и дополнительными услугами, разница между которыми состоит в их отношении к первоначально приобретенному туристом комплексу услуг (туру), в структуру туристского продукта входят также сопутствующие услуги, к которым относят товары.

Товары как элемент туристского продукта составляют его материальную часть и могут включать карты городов, открытки, буклеты, сувениры, туристское снаряжение и др., а также товары, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания туристов, т. е. фактически приобретаемыми в месте отдыха.

Туристскому продукту присущи четыре характеристики, которые отличают услугу от товара3:

1. неосязаемость (означает, что они не приобретают овеществленной формы, их невозможно продемонстрировать, увидеть или попробовать до получения.);

2. неразрывность производства и потребления (оказать услугу можно только тогда, когда поступает заказ или появляется клиент, с этой точки зрения производство и потребление услуг неотделимы);

3. изменчивость (качество туристской услуги зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет);

4. неспособность к хранению (туристские услуги нельзя произвести впрок или складировать).

1.3. Проектирование тура

Согласно ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг» проектирование тура предусматривает согласование возможностей туристского предприятия с запросами туристов.

Порядок проектирования тура (в стандарте он определяется как услуга «Туристское путешествие») предусматривает два этапа:

1) проектирование каждого тура, включаемого в услугу "Туристское путешествие" в соответствии с программой обслуживания туристов;

2) проектирование услуги "Туристское путешествие" в целом.

Основой для проектирования тура является его вербальная модель (или краткое описание).

Краткое описание тура составляют на основе изучения потребностей и платежеспособного спроса населения на виды и формы туристских путешествий и возможностей рекреационных ресурсов в конкретном районе.

Краткое описание конкретизируют в проекте программы обслуживания туристов.

Разработка программы обслуживания включает определение: маршрута путешествия; исследование туристских ресурсов по предполагаемой трассе маршрута; выявление ограничений по потреблению туристских ресурсов; построение трассы маршрута: определение типа маршрута, построение эскизной модели маршрута, привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения; разработка схемы безопасности на маршруте; разработка карты скоростей маршрута; перечня туристских предприятий - исполнителей услуги; периода предоставления туров каждым предприятием - исполнителем услуги; состава достопримечательных объектов и экскурсий; перечня туристских походов, прогулок; комплекса досуговых мероприятий; продолжительности пребывания в каждом пункте маршрута; количества туристов, участвующих в путешествии; видов транспорта для внутри маршрутных перевозок; потребности в инструкторах-методистах по туризму, экскурсоводах, гидах-переводчиках, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки; необходимого количества транспортных средств; форм и подготовку рекламных, информационных и картографических материалов, описания путешествия для информационных листков к туристским путевкам.

Результатом проектирования тура (услуги "Туристское путешествие") являются следующие технологические документы туристского предприятия:

- графическая карта маршрута;

- расчет стоимости тура;

- технологическая карта туристского путешествия;

- график загрузки туристского предприятия;

- информационный листок к туристской путевке, который предоставляется потребителю

- памятка туристу.

### Глава 2. Анализ деятельности туристской фирмы Coral travel

## 2.1. Общая характеристика предприятия

Марка Coral появилась в России в начале 1995 г. Обладая богатым профессиональным опытом в сфере выездного туризма и многолетним стажем работы, компания по праву считается одним из ведущих туроператоров России и предлагает на российском туристском рынке только высококачественный турпродукт. Coral travel — член международного холдинга OTI.

В течение последнего 10-летия, прогнозируя общие тенденции развития российского рынка выездного туризма и, соответственно, изменения в структуре спроса, Coral travel регулярно демонстрирует значительно большее увеличение объемов, чем средние показатели по рынку в целом. По объемам продаж компания в 2009 г. вошла в тройку самых крупных российских туроператоров. Согласно данным независимого опроса Romir monitoring, Coral travel является одним из трех лидеров по спонтанной узнаваемости на российском туррынке.

Кроме того, марка Coral занимает ведущие позиции на украинском туррынке выездного туризма. Компания Coral travel -Украина в 2009 г. отправила на отдых свыше 85 тыс. туристов из Украины. Планы Coral travel - Украина на 2010 г. – более 120 тыс. туристов, осуществляются вылеты из 6 городов Украины – Киева, Одессы, Харькова, Донецка, Запорожья и Львова по направлениям Турция и Египет, предлагаются туры в ОАЭ с вылетом из Киева и более 10 экзотических направлений с вылетом из Москвы.

Миссия Coral travel заключается в том, чтобы максимально способствовать созданию цивилизованного туристского рынка, где отношения в цепочке клиент — агент — оператор основаны на взаимном доверии и уважении. Конечная цель деятельности компании — сделать качественный отдых доступным для всех категорий населения страны.

Основная цель Coral travel — дальнейшее повышение эффективности деятельности компании и ее конкурентоспособности на рынке, что предполагает целенаправленную работу по четырем направлениям:

1. управление ожиданиями рынка посредством укрепления лояльности к продукту компании и проведения эффективных мероприятий по дальнейшему повышению узнаваемости бренда CORAL;

2. улучшение показателей деятельности компании за счет более высоких объемов продаж и дифференциации турпродукта, постоянного мониторинга текущего положения дел на рынке и оперативной корректировки планов;

3. повышение качества управления компанией путем эффективного планирования и повышения точности прогнозов результатов деятельности;

4. работа по самым высоким мировым стандартам, внедрение инновационных туристских технологий, без которых невозможно поступательное движение вперед.

В дальнейших планах Coral travel — увеличение доли, занимаемой компанией на рынке, расширение бизнеса за счет повышения качества, развития новых направлений и расширения ассортимента предоставляемых услуг.[[1]](#footnote-1)

2.2. Анализ внешней и внутренней среды

Coral travel предлагает лучшие курорты и отели в 17 странах мира – Турции, Испании, Египте, Таиланде, Тунисе, Марокко, Израиле, ОАЭ, Китае, Кубе, Доминиканской Республике, Индонезии, Мальдивах, Вьетнаме, Сейшелах, Шри-Ланке, Сингапуре. Идет постоянная работа по открытию новых направлений. Туроператор организует групповые и индивидуальные туры на базе собственных чартерных программ и регулярных рейсов, а также активно занимается развитием incentive-, congress-, VIP-, спортивного и других видов туризма.

Coral travel реализует свой турпродукт совместно с компанией Odeon tours, также принадлежащей OTI HOLDING и получившей международный сертификат ISO 9001:2000 международной организации по сертификации BVQI за качество управления. Обслуживая сегмент туристов с доходами среднего и выше среднего уровня, Coral travel стремится к 100%-му удовлетворению запросов всех своих клиентов.

Сегодня компания отправляет на отдых более 700 тысяч туристов в год. Осуществляются программы авиаперевозок на чартерной и регулярной основе из всех аэропортов Москвы и более чем из 28 городов Российской Федерации. Функционируют 2 туроператорских офиса в Москве и 15 офисов – в регионах Российской Федерации. В связи с расширением деятельности ежегодно открываются новые офисы. В 2010 г. открыта компания Coral travel – Белоруссия.

В компании уделяют огромное внимание системе управления качеством и человеческим ресурсам. Бренд Coral позиционируется на российском рынке как марка надежности и качества, что накладывает особую ответственность на деятельность компании и является стимулом для дальнейшего развития и совершенствования.

Что касается структуры подразделений, то функционируют 2 туроператорских офиса в Москве и 15 офисов – в регионах Российской Федерации. В 16 отделах работает более 400 сотрудников. На Украине функционируют туроператорский офис Coral travel - Украина в Киеве и 5 офисов в регионах (Одесса, Харьков, Донецк, Запорожье, Львов). В 10 отделах работает более 100 человек. С 2010 года работает туроператорский офис Coral travel в г.Минск (Белоруссия).

Каждое из подразделений возглавляет опытный профессионал, под чьим руководством трудятся молодые выпускники туристских вузов России. Руководители отделов подчиняются генеральному директору и его заместителю. Система управления качеством построена таким образом, что весь руководящий состав принимает деятельное участие в разработке стратегических планов компании, регулярно участвуя в собраниях и совещаниях.

Средний возраст сотрудников компании составляет 26–28 лет, более 85% из них имеют высшее образование. Развитие Coral travel ориентировано не только на ближайшую перспективу, но и на будущее. В компании создана собственная система практического обучения молодых сотрудников с целью подготовки высокопрофессиональных специалистов, досконально знающих специфику работы в туристской сфере. Штат сотрудников компании растет из года в год.

Рекламная политика компании основана на комплексном подходе к продвижению продукта. При проведении сезонных рекламных кампаний используются различные рекламные носители. На ведущих российских ТВ-каналах демонстрируются циклы имиджевых рекламных роликов, которые популяризируют бренд Coral, повышают его узнаваемость и лояльность к нему прямых потребителей. Одновременно с этим проводится рекламная кампания в известных печатных изданиях и на популярных радиостанциях. Используется реклама на наружных носителях — перетяжках, билл-бордах. В течение года компания размещает флэш-баннеры и новостные заметки о продукте Coral в популярных поисковых системах Интернета и на профессиональных туристских сайтах. Практикуется также системное размещение рекламных модулей и публикаций в профессиональных СМИ.

2.3. Характеристика деятельности предприятия по разработке турпродукта

Компания Coral travel по праву считается одним из ведущих туроператоров России. Специалисты компании тщательно изучают рынок и прогнозируют дальнейшие направления развития спроса. Работа планируется на основе полученных данных с тем, чтобы направлять объемы продаж в необходимое русло. Долгосрочные планы и планы на ближайшие 3, 5 и 10 лет постоянно обновляются и дополняются с учетом анализа тенденций на рынке мирового туризма и международной политики.

Запущены чартерные программы из всех крупнейших городов России. Компания является многопрофильном туроператором и предлагает не только отдых по 17 направлениям, включая большинство массовых, а также экзотические, экскурсионные, религиозные и другие, но и организацию деловых корпоративных мероприятий, спортивных сборов и тематических мероприятий. В перспективе компания планирует отправлять на отдых ежегодно более 1 млн. туристов.

Основными религиозными направлениями работы Сoral travel являются: религиозно-просветительские путешествия, миссионерские поездки, паломничество, образовательные туры, речные и морские путешествия, прием иностранных групп в России.

География паломнических путешествий: от Сибири до Карпатских гор, от Соловков до Северного Кавказа.

Что касается поставщиками услуг, то данная фирма имеет договорные отношения с гостиничными предприятиями, предприятиями питания, автотранспортными предприятиями, авиакомпаниями, экскурсионными фирмами.

В целях Coral travel — закрепление лидерских позиций как ведущего российского туроператора и увеличение занимаемой компанией доли рынка с одновременным повышением качества предлагаемого турпродукта. Недаром компания стала примером для многих российских турфирм, которые перенимают опыт Coral travel. Это, в свою очередь, является стимулом для дальнейшего развития компании.

### Глава 3. Разработка туристского продукта

3.1. Разработка паломнического тура

В представленной поездке можно посетить места, связанные с именем «Игумена земли Русской», преподобного Сергия Радонежского. Посетить Покровский женский монастырь в Хотьково, поклониться мощам родителей преподобного Сергия; посетить Преображенскую церковь в селе Радонеж и святой источник; познакомиться с соборами и храмами Троице-Сергиевой Лавры, которая является оплотом русского и вселенского Православия, духовным центром России; посетить достаточно известный мужской Саввино - Сторожевский монастырь, основанный в 1398 г. преподобным Саввой, Звенигородским чудотворцем, одним из первых учеников преподобного Сергия Радонежского.

Причина к совершению путешествия. Актуальность паломничества в наше время такая же, как и молитва людей к Богу в течение двух последних тысячелетий. Люди отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами: помолиться, решить личные проблемы, найти себе подходящую религию, духовную школу и систему ценностей, познакомиться с культурным наследием страны.

Что касается потенциального потребителя, то это могут быть глубоко верующие (люди соблюдают все посты, отмечают праздники и хотели бы прожить в монастырях длительное время), верующие люди (эта группа людей также отмечает большинство праздников, как правило, соблюдают посты, но не так строго как предыдущая группа. Они также готовы пожить в монастырях, но уже не столь длительный срок). Целью посещения религиозных святынь является молитвенное общение, труд, сборы пожертвований на восстановление и развитие монастыря или храма.

В приложении, представлены графическая карта, таблица расчета стоимости тура, технологическая карта тура, информационный лист и памятка туриста.

Паломничество, поклонение святыням - это значимая составляющая полноценной церковной жизни, поэтому его возрождение и организация являются важнейшим общецерковным делом. И это дело нужно развивать, учитывая с одной стороны тысячелетнюю паломническую традицию нашей Церкви, а с другой стороны - сложившуюся современную практику организации туризма.

Пребывание в монастырях действует благотворно. На человека оказывает эмоциональное влияние все окружающее: архитектура, живопись, иконопись, церковное песнопение, люди, произносящие молитвы. Все это создает иллюзию ухода в иной мир, более чистый и прекрасный, чем окружающая действительность, более доверчивый и открытый, так как люди в церковной общине испытывают чувство сплоченности, свойственное русскому менталитету. Поэтому исторические монастыри на Руси стали центром притяжения паломников и верующих.

3.2. Характеристика объектов турпоказа

Хотьковский (Хотьков) монастырь один из самых древних в Подмосковье, его история исчисляется почти семью веками. Всего лишь одно обстоятельство выделяет его из всех русских обителей. Это его теснейшая неразрывная связь с семьей, давшей миру главного духовного авторитета Древней Руси и до наших дней, одного из самых почитаемых русских святых — Сергия Радонежского. Монастырь, по преданию, основали в первой четверти XIV в. родители этого великого русского святого — ростовские бояре Кирилл и Мария. В память о завещании Сергия Радонежского паломники старались и стараются посетить Хотьковский монастырь и поклониться гробнице его родителей. Монастырь включает в себя: Покровский и Никольский соборы; трехчастные Святые ворота; трапезный, рукодельный, общежительный корпуса; монастырскую больницу, дом настоятельницы и гостиницу; частично сохранилась монастырская ограда. Каменные здания монастыря были построены в основном в XVIII—XIX вв.[[2]](#footnote-2)

Церковь Преображения в селе Радонеж была построена в 1836-1842 гг. Село Радонеж на реке Паже имеет древнюю историю и широко известно благодаря тому, что именно здесь начались подвиги преподобного Сергия (Варфоломея), получившего прозвание Радонежский. Под горой находится родник Сергия Радонежского, там же устроена купель. Представляет собой каменный однокупольный храм в стиле ампир с трапезной и колокольней под шпилем. Построен в 1834-1840. В трапезной Сергиевский придел. Имеет статус подворья Троице-Сергиевой лавры.

Троице-Сергиева Лавра, в церковной литературе обычно Свято-Троицкая Сергиева Лавра – крупнейший православный мужской ставропигиальный монастырь России (РПЦ), расположенный в центре города Сергиев Посад Московской области, на реке Кончуре. Основан в 1337 г. преподобным Сергием Радонежским. Монастырю благоволили русские цари; они регулярно совершали паломничества к святым местам Троице-Сергия («Троицкий ход»); в монастыре был крещён Иван Грозный. В 1682 году, во время Стрелецкого бунта, монастырь послужил убежищем для царевны Софьи Алексеевны, царевичей Ивана и Петра.

Святыни монастыря: мощи преподобного Сергия Радонежского (в Троицком соборе), Сергия (Михея) Радонежских, св. Серапиона Новгородского, митрополита Иоасафа, архимандрита Дионисия, преподобного Максима Грека, икона Святой Живоначальной Троицы работы Андрея Рублёва (ныне в Третьяковской галерее, Москва) - привлекают тысячи паломников со всех концов России.

Звенигородский Саввино-Сторожевский монастырь основан в 1398 году монахом Саввой, учеником Сергия Радонежского. Саввино-Сторожевский мужской монастырь имеет достаточно насыщенную и увлекательную историю. Основанный в 1407 году Преподобным Саввой Сторожевским Звенигородским на горе Стороже, монастырь сразу приобрел известность на всей Руси, слухи о чудо творении Преподобного Саввы привлекли многих людей в Звенигородские земли, причем, не только простой народ, монастырь был обителью многих князей и царей.[[3]](#footnote-3)

В современное время монастырь стал одной из наиболее посещаемых обителей России. 22-23 авг. 1998 г. в Саввино-Сторожевском монастыре праздновали 600-летний юбилей, это стало одним из самых значительных церковных юбилеев. Местность, где находится монастырь – очень красива, поскольку сам монастырь расположен на возвышенности, с его стен открывается потрясающий вид на прекрасные Звенигородские леса. Живописное расположение монастыря делает его одним из самых красивых и примечательных в Подмосковье.

3.3. Туристские формальности.

На данный момент, остается в силе существующий порядок въезда и пребывания граждан Украины на территории России, предусмотренный "Соглашением между правительством Российской Федерации и правительством Украины о безвизовых поездках граждан Российской Федерации и Украины" от 16.01.1997 года и Протоколом "О внесении изменений в Соглашение между правительством Украины и правительством Российской Федерации о безвизовых поездках граждан Украины и Российской Федерации от 16 января 1997 года", подписанного 30 октября 2004 года. В частности, согласно ст.2 указанного протокола "граждане государства одной стороны на основании взаимности освобождаются от регистрации в компетентных органах по месту их пребывания на территории государства другой стороны, если срок такого пребывания не превышает 90 дней с момента въезда на территорию государства этой другой стороны, при наличии у них миграционной карточки с пометкой органов пограничного контроля, проставленной при въезде на территорию государства пребывания". При пересечении украинско-российской границы обязательно оформляется миграционная карта. Она обязательна для граждан Украины, въезжающих на территорию РФ, как и для граждан РФ, въезжающих на территорию Украины, для того чтобы было видно, когда они въехали, и когда будут выезжать.

Украинцы могут въезжать на территорию РФ со своим внутренним паспортом, с паспортом для выезда за границу. Не только паспортами можно пользоваться. Можно дипломатический, служебный паспорт, проездной документ ребенка, свидетельство о рождении ребенка. Если он едет с родителями. Удостоверение личности моряка и удостоверение члена экипажа воздушного судна".

Далее рассмотрим таможенные правила. Ввоз иностранной и российской валюты не ограничен, декларация обязательна в случае, если общая сумма превышает $10 тысяч или эквивалент. Без дополнительных документов разрешен вывоз наличной российской и иностранной валюты общей суммой до $10 тысяч, при этом сумма, превышающая $3 тысячи, подлежит обязательному декларированию. Вывоз наличности, превышающей данные нормы, возможен при декларировании всей суммы и наличии разрешения Центробанка РФ. При вывозе трэвел-чеков общей суммой свыше $10 тысяч (или в эквиваленте, без учета суммы других вывозимых ценностей) они подлежат декларированию в письменной форме. В остальных случаях письменно декларировать вывозимые трэвел-чеки не обязательно (ограничений по общей сумме вывозимых чеков нет).

Разрешен беспошлинный ввоз товаров и вещей, не предназначенных для производственной или коммерческой деятельности. Лицам, достигшим 18 лет, разрешен беспошлинный ввоз до 3 литров алкогольных напитков (задекларированно - до 5 литров), до 50 сигар или сигарилл, или 200 сигарет, или 250 грамм табака, а также товаров и вещей личного пользования: одежды, туалетных принадлежностей, ювелирных изделий, фото- и киноаппаратуры и т. д. Стоимость ввозимых товаров не должна превышать 1500 евро при общем весе не более 50 кг.

В случае если общая стоимость и вес товаров превышает вышеуказанные нормы (но не более 650 тыс. рублей и/или 200 кг), применяется единая ставка таможенных пошлин и налогов - 30% таможенной стоимости указанных товаров, но не менее 4 евро за 1 кг. Если же ввозимые товары превышают норму в 650 тыс. рублей и/или 200 кг, то с них взимаются пошлины и сборы, предусмотренные для участников внешнеэкономической деятельности.

Обязательному декларированию подлежат драгоценные металлы и камни в любом виде и состоянии (за исключением личных ювелирных и других бытовых изделий); оружие, боеприпасы, взрывчатые, радиоактивные, наркотические, психотропные, ядовитые и отравляющие вещества, а также сильнодействующие лекарственные средства; художественные и культурные ценности, а также радиопередающие и радиоприемные комплексы с рабочими частотами выше 9 кГц. При этом можно беспошлинно ввозить произведения искусства на условиях декларации и последующей постановки на учет в Министерстве культуры.

Запрещен ввоз печатной, кино-, фото- и видеопродукции порнографического характера, а также содержащей элементы служебной или государственной тайны, пропаганду фашизма, расовой, национальной и религиозной вражды; объектов дикой флоры и фауны, находящихся под угрозой исчезновения, их частей и полученной из них продукции; овощей и плодов без соответствующих фитосанитарных сертификатов; а также образцов вооружения военного образца и боеприпасов к нему (под эту категорию также попадает ряд образцов холодного, пневматического и газового оружия). Запрещен вывоз оружия, боеприпасов, взрывчатых и радиоактивных веществ; наркотических и психотропных веществ и медпрепаратов, а также сильнодействующих лекарственные средств; ядовитых и отравляющих веществ; предметов искусства и антиквариата (на вывоз картин, скульптур, икон, старинных монет, орденов и медалей требуется специальное разрешение Минкультуры, на памятные монеты из драгоценных металлов - разрешение ЦБ РФ, вывоз находящихся в обращении памятных и сувенирных монет официально не ограничен); изделий из цветных и драгоценных металлов в количестве, превышающем личные потребности; представителей флоры и фауны, находящихся под охраной государства, а также всех видов осетровых рыб и их икры в количестве, превышающем 250 грамм (обязательно наличие заводской упаковки и чека из магазина).

Заключение

Туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства.

Паломническая деятельность составляет важную обрядовую часть деятельности религиозных организаций, как христиан, так и мусульман, иудеев и других конфессий. По своей сущности это обрядовое путешествие к святому месту, объекту, содержащее все признаки туристской деятельности, но в определенных отношениях стоящие вне таковой, вне массовых видов туризма, принятых в светском обществе. Активному развитию паломнического туризма в нашей стране способствует наличие множества религиозных святынь, низкая стоимость таких программ и, разумеется, потребность современного человека в духовной поддержке. Паломничество – это всегда духовный подвиг, большая внутренняя работа. За этим стоит тысячелетняя традиция. За последние 70 лет в России произошла ломка этой традиции. И сейчас люди не очень представляют себе, что такое паломничество. Но паломничество с трудом, но будет обязательно возрождаться. В последние годы число паломников все-таки немного увеличивается.

Итак, поставленные задачи были выполнены: изучено определение и виды религиозного туризма; раскрыты особенности организации религиозного туризма; проанализирована деятельность туристской фирмы Сoral travel; разработан паломнический тур; охарактеризованы объекты тур показа, а также выявлены туристские формальности с учетом путешествия.

Таким образом, цель курсовой работы достигнута – была изучена специфика разработки паломнического тура.

Список использованной литературы

1. Нормативно-правовые и другие официальные источники

1.1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.96 г. № 132-ФЗ (в редакции Федерального закона от № 123-ФЗ от 28.06.2009): [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/]. Дата обращения 09.10.2010 г.

1.2. Федеральный закон от 15.08.1996 г. №114-ФЗ "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию". [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/]. Дата обращения 09.10.2010 г.

1.3. Федеральный закон от 25.07.2002 г. №115-ФЗ "О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации". ): [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/]. Дата обращения 10.10.2010 г.

1.4. Федеральный закон "О государственной границе Российской Федерации" (с изменениями от 30 декабря 2008г.) ): [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/]. Дата обращения 11.10.2010 г.

1. Специальная литература

Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Невский фонд, 2004. – 246 с.

Биржаков, М.Б. Паломнический и религиозный туризм, «Туристские Фирмы» / М.Б. Биржаков. – СПб.: ОЛБИС, 2002. – 186 с.

Волков, Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес / Ю.Ф. Волков. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2008. – 134 с.

Орехов, Д.К. Святые места России / Д.К. Орехов. – СПб.: Феникс, 2002. – 287 с.

Смирнов, С.К. Историческое описание Савина Сторожевского монастыря / С.К. Смирнов. – М.: Издательский отдел Саввино-Сторожевского ставропигиального мужского монастыря, 2007. – 69 с.

Христов, Т.Т. Религиозный туризм / Т.Т. Христов. – М.: Академия, 2003. – 148 с.

Переодическая печать

Жданов, Н.С. Паломнический туризм - за и против / Н.С. Жданов // Турист. – 2003. – №6. – С. 15.

Казимиров, Т.М. «Проблемы развития современного православного паломничества» / Т.М. Казимиров // Православный паломник. – 2004. - № 6. – С. 13.

Электронные ресурсы

Официальный сайт всемирной туристской организации. Режим доступа: [http://www.unwto.org/index\_r.php] Дата обращения 25.11.2010 г.;

Официальный сайт Coral travel. Режим доступа: [http://www.coral.ru] Дата обращения 27.11.2010 г.

Приложение 1

Графическая карта маршрута

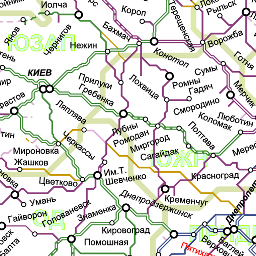
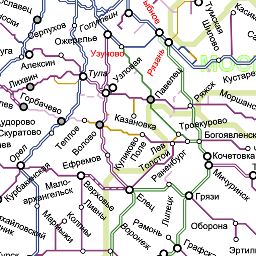
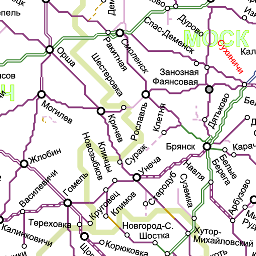


Рис. 3.1. Карта перемещения туристов на участке Киев – Москва – Киев (на поезде).

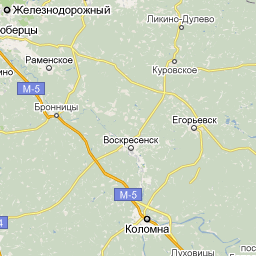
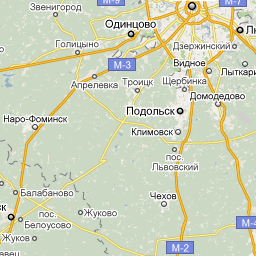
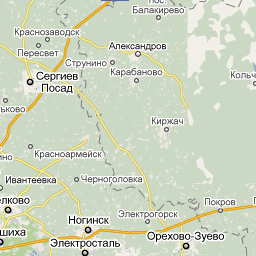
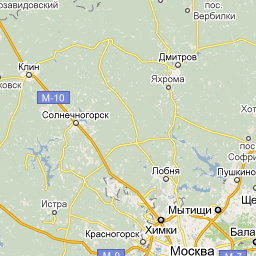


Рис.3.2.Карта перемещения туристов на участках Москва – Хотьково – Радонеж – Сергиев Посад – Звенигород – Москва (на автобусе).

Приложение 2

Таблица 3.1. Расчет стоимости тура, методом калькуляции затрат.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статей затрат | Показ в % | Стоимость в рублях | |
| На 1 человека | На группу (10 ч) |
| 1 | Транспортные расходы:   * 1. поезд   2. автобус |  | 3000  400 | 30000  4000 |
| 2 | Расходы на проживание:  2.3. Монастырское общежитие в Троице-Сергиевой лавре  2.2. Монастырское общежитие в Саввино-Сторожевском монастыре |  | 500  500 | 5000  5000 |
| 3 | Расходы на питание:  3.1. Монастрыская трапезная в Хотьково  3.2. Монастырская трапезная в Троице-Сергиевой Лавре  3.3. Монастырская трапезная в Саввино-Сторожевском монастыре |  | 200  400  400 | 2000  4000  4000 |
| 4 | Экскурсионные расходы:  Экскурсия по Саввино-Сторожевскому монастырю |  | 80 | 800 |
| 5 | Иные расходы:  Руководитель группы |  | 100 | 1000 |
| 6 | Итого прямых затрат |  | 5530 | 55300 |
| 7 | Косвенные затраты | 10 % | 553 | 5530 |
| 8 | Полная себестоимость |  | 6083 | 60830 |
| 9 | Прибыль | 10 % | 608 | 6083 |
| 10 | Налоги:  10.1. НДС  10.2. на использование дорог | 18%  1% | 1095  61 | 10950  610 |
| 11 | Продажная стоимость |  | 7850 | 78500 |

Приложение 3

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

Coral travel

туристского путешествия по маршруту «По Святым местам»

Основные пункты маршрута\_Киев – Москва – Хотьково – Радонеж – Сергиев Посад – Звенигород – Москва – Киев

1. Основные показатели маршрута

* 1. Вид маршрута паломничество
  2. Протяженность маршрута в км 2077 км

##### В т.ч. на автобусе 295 км

на поезде 1784 км

1.3. Продолжительность маршрута в днях 5

1.4. Число туристских групп 3

1.5. Число туристов в группе 10

1.6. Всего туристов по маршруту 30

1.7. Всего человеко-дней обслуживания 150

1.8. Продолжительность работы руководителя туристской группы 3 дня

# 1.9. Стоимость ваучера на туристскую группу 78500 руб.

1.10. Стоимость ваучера на одного человека 7850 руб.

1.11. График загрузки туристами турпредприятия на февраль:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № груп-пы | Даты обслуживания | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 111 1 |  |  | х | х | х | х | х | х | х |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | х | х | х | х | х | х | х |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | х | х | х | х | х | х | х |  |

Адрес предприятия, с которого начинается путешествие – г. Мурманск, ул. Ленина 57, оф. 210 турфирма «Соral travel».

2. Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Населенные пункты, расстояния между ними | Способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него | Наименование туристских предприятий и условия размещения | Запланированные туристские услуги. Наименования экскурсий (с перечнем основных объектов показа) |
| Киев – Москва (892 км) | Транспорт: поезд; Отправление 03.12 в 14.46; Прибытие 04.12 в 05.33; | РЖД поезд № 412Я, плацкарт | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Москва – Хотьково (75 км) | Транспорт: автобус «Скания 116» на 15 мест;  Отправление в Хотьково в 06.00;  Прибытие в Хотьково в 07.00; | Хотьковский Покровский Женский монастырь  13.00 Трапеза (обед) в Хотьковском Покровском Женском монастыре | 07.30 Посещение действющего Хотьковского Покровского Женского монастыря (утренняя служба). |
| Хотьково – Радонеж (7 км) | Транспорт: автобус «Скания 116» на 15 мест;  Отправление в 14.30;  Прибытие в 15.00; | Преображенская церковь | 15.00 Экскурсия по Преображенской церкви, набор святой воды (возможно купание) |
| Радонеж – Сергиев Посад (18 км) | Транспорт: автобус «Скания 116» на 15 мест;  Отправление в 17.00;  Прибытие в 17.40; | Троице-Сергиева Лавра  18.00 Трапеза (ужин) в кафе «У Лавры»;  Ночлег в гостинице для паломников «Пальмовник» в 2-местных номерах;  13.00 Трапеза (обед) в кафе «У Лавры»; | 8.30 Утренняя служба, молебен у мощей преп. Сергия в Троице-Сергиевой Лавре |
| Сергиев Посад – Звенигород (135 км) | Транспорт: автобус «Скания 116» на 15 мест;  Отправление в 14.30  Прибытие в 15.30 | Саввино-Сторожевский монастрырь  18.00 Трапеза (ужин) в кафе «Монастырское»;  Ночлег в гостинице «Сторожа» в 2-местных номерах;  13.00 Трапеза (обед) в кафе «Монастырское» | 16.00 Экскурсия по Саввино-Сторожевскому монастрырю, набор Святой воды  08.30 Утренняя служба в Рождественском соборе Саввино-Сторожевского монастыря |
| Звенигород – Москва (61 км) | Транспорт: автобус «Скания 116» на 15 мест;  Отправление в 15.00  Прибытие в 16.20 | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Москва – Киев (892 км) | Транспорт: поезд; Отправление 07.12 в 16.46 Прибытие 09.12 в 05.20 | РЖД поезд № 413Я, плацкарт | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

Всего 8

В т.ч. 1 предприятие РЖД (поезд № 412Я (413Я));

В т.ч. 2 предприятие Хотьковский Покровский Женский монастырь

(трапезная);

В т.ч. 3 предприятие Преображенская церковь (экскурсионные услуги);

В т.ч. 4 предприятие Кафе «У Лавры»;

В т.ч. 5 предприятие Гостиница для паломников «Пальмовник»;

В т.ч. 6 предприятие Кафе «Монастырское»;

В т.ч. 7 предприятие Гостиница «Сторожа»;

В т.ч. 8 предприятие Саввино-Сторожевский монастырь (экскурсионные

услуги).

3. Краткое описание маршрута

В представленной поездке можно посетить места, связанные с именем «Игумена земли Русской», преподобного Сергия Радонежского. Посетить Покровский женский монастырь в Хотьково, поклониться мощам родителей преподобного Сергия; посетить Преображенскую церковь в селе Радонеж и святой источник; познакомиться с соборами и храмами Троице-Сергиевой Лавры, которая является оплотом русского и вселенского Православия, духовным центром России; посетить достаточно известный мужской Саввино - Сторожевский монастырь, основанный в 1398 г. преподобным Саввой, Звенигородским чудотворцем, одним из первых учеников преподобного Сергия Радонежского.

Место печатей Подписи руководителей предприятий, обслуживающих

Маршрут \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подписи руководителей финансовых служб (главных бухгалтеров) предприятий \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“15” декабря 2010 г.

Приложение 4

Информационный листок

В представленной поездке можно посетить места, связанные с именем «Игумена земли Русской», преподобного Сергия Радонежского. Посетить Покровский женский монастырь в Хотьково, поклониться мощам родителей преподобного Сергия; посетить Преображенскую церковь в селе Радонеж и святой источник; познакомиться с соборами и храмами Троице-Сергиевой Лавры, которая является оплотом русского и вселенского Православия, духовным центром России; посетить достаточно известный мужской Саввино - Сторожевский монастырь, основанный в 1398 г. преподобным Саввой, Звенигородским чудотворцем, одним из первых учеников преподобного Сергия Радонежского.

Приложение 5

#### Памятка туристу

Помните о разнице времени между Украиной и Россией в плюс 1 час соответственно.

Перед отъездом: проверьте наличие необходимых для поездки документов (паспорт, авиа, ж/д билеты, страховой мед. полис). Собирая багаж: не забывайте собрать и взять с собой аптечку первой помощи, которая поможет Вам при легких недомоганиях, сэкономит Ваше время на поиски лекарственных средств. Заблаговременно, до начала путешествия, ознакомьтесь с информацией «О правилах перемещения физическими лицами валюты, товаров и иных предметов через таможенную границу РФ».

Санитарный контроль. При совершении путешествия по России риска заражения особо опасными инфекционными заболеваниями нет, делать прививки официально не требуются. Можно рекомендовать в профилактических целях сделать противостолбнячные инъекции и прививку против гепатита А и В.

Собираясь в дорогу, не стоит забывать о продуманной одежде и багаже. Совсем не лишне ещё раз вспомнить, тёплое или холодное сейчас время года, каковы погодные особенности посещаемого места, предусмотрены ли долгие пешие маршруты, остановка в монастыре или под открытым небом, сколько раз в день будет организовано питание.

На территории монастыря запрещается: курить и употреблять какие-либо напитки; вести фото и киносъёмку; громко разговаривать, смеяться, приводить с собой животных; появляться в нетрезвом состоянии; сквернословить; входить в храм с включённым мобильным телефоном; приходить в шортах, майках; женщинам в коротких юбках, брюках, без головного убора.

1. Официальный сайт Coral travel. URL: http://www.coral.ru. [↑](#footnote-ref-1)
2. Орехов, Д.К. Святые места России. – СПб.: Феникс, 2002. – 114 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Смирнов, С.К. Историческое описание Савина Сторожевского монастыря – М.: Издательский отдел Саввино-Сторожевского ставропигиального мужского монастыря, 2007. – 8 с. [↑](#footnote-ref-3)