

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Забайкальский государственный университет
Забайкальский детско-юношеский центр
ООО «Магеллан», ООО «Маджестик-Тур»

Проблемы развития индустрии туризма

*Материалы VIII Международной
научно-практической конференции*

*31 октября 2022 г.
г. Чита*

Чита
ЗабГУ
2022

УДК 338.48(082)
ББК 65.43я54
ББК У 43я54
П 781

Рекомендовано к изданию организационным комитетом
научно-практического мероприятия
Забайкальского государственного университета

Рецензенты

Н. И. Хамнаева, д-р техн. наук, профессор, зам. директора
технологического колледжа,
Восточно-Сибирский государственный университет технологий
и управления, г. Улан-Удэ
В. С. Корнеевец, д-р геогр. наук, профессор, профессор
Высшей школы гостеприимства, Балтийский федеральный
университет им. И. Канта, г. Калининград

Редакционная коллегия

О. А. Лях (отв. редактор), старший преподаватель
С. А. Батоева (отв. редактор), канд. ист. наук, доцент

Проблемы развития индустрии туризма : материалы
VIII Международной научно-практической конферен-
ции / Забайкальский государственный университет ;
ответственные редакторы О. А. Лях, С. А. Батоева. – Чи-
та : ЗабГУ, 2022. – 374 с.

ISBN 978-5-9293-3160-2

В сборнике публикуются доклады VIII Международной науч-
но-практической конференции, посвященной проблемам туризма как
отрасли экономики России и мира.

Издание предназначено для студентов, аспирантов, обучающихся
по направлению «Туризм», научных работников и всех, кто интере-
суется туризмом.

УДК 338.48(082)
ББК 65.43я54
ББК У 43я54

ISBN 978-5-9293-3160-2

© Забайкальский государственный
университет, 2022

Содержание

Стратегия развития индустрии туризма и гостеприимства

<i>Сабурина А. А.</i> Инновационные модели развития туризма как инструмент преодоления поляризационных процессов на территории юго-востока Калининградской области	8
<i>Удалых С. К.</i> Окно реальных возможностей: комплексное развитие туристской отрасли в Байкальском регионе	13
<i>Гордиенко Я. А.</i> Роль креативной экономики в стратегии продвижения событийных городов на рынке туристских услуг: опыт арктического региона	19
<i>Скударнова А. В.</i> Сравнительный анализ туристского рынка регионов: Республика Алтай и Республика Бурятия	25
<i>Кибирев А. Д.</i> Организация брендового туристического маршрута	30

Актуальные вопросы нормативно-правового обеспечения и регулирования туристской деятельности РФ

<i>Ефимова Г. Н., Назарова Д. К.</i> Становление и перспективы развития системы классификации гостиниц в России	37
<i>Абдуллина С. А.</i> Пути совершенствования законодательства о туризме в Российской Федерации	43

Инновационные направления в развитии индустрии туризма и гостеприимства

<i>Нестерова Н. А.</i> Характеристика направлений инновационного развития туристических предприятий	47
<i>Калашишникова С. В., Кумпилова А. Р.</i> Особенности инновационной деятельности предприятий сферы гостеприимства	53
<i>Кроличенко А. В.</i> Программы лояльности клиентов как инструмент развития гостиничного бизнеса	57
<i>Макарова Д. Д.</i> Применение основ инноватики на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса	61

**Менеджмент и маркетинг
в индустрии туризма и гостеприимства**

<i>Жданова Я. А., Цветкова И. И.</i> Франчайзинг в сфере туризма в России	67
<i>Овчаренко Л. А., Черкашина Т. В.</i> Интенсификация развития туристской инфраструктуры в ДНР за счёт формирования эффективного механизма государственно-частного партнерства	72
<i>Тищенко В. Н., Антонец В. Г.</i> Повышение потребительской лояльности как фактора конкурентоспособности туристического предприятия	79
<i>Балабанова Л. В., Сардак Е. В.</i> Роль программы удержания персонала предприятий сферы туризма	85
<i>Лиханова В. В.</i> Маркетинговое исследование актуальности проектирования приключенческого тура в Каларском районе	90
<i>Титова М. П.</i> Подходы к управлению туристическим кластером	95
<i>Шляпина Ю. В., Газизова Д. Б., Храпова Е. В.</i> Совершенствование организации и продвижения театралльно-событийных фестивалей Омской области	101
<i>Лозвина Е. В., Кирьянов Е. А.</i> Маркетинговая стратегия как выход предприятия на туристский рынок услуг	106
<i>Гасило Е. А., Полонская Л. А.</i> Классификация видов контроля маркетинга на предприятиях сферы туризма	112

Экскурсионная деятельность

<i>Плотникова В. С.</i> Познавательные и эмоциональные аспекты экскурсий формата «с закрытыми глазами»	118
<i>Прокудина А. Е.</i> Особенности экскурсионной деятельности на примере тематической экскурсии в Иглинском районе, деревня Тикеево	124
<i>Черепанова М. О.</i> Патриотические мероприятия и уроки мужества, проводимые в краеведческом музее им. А. К. Кузнецова	129
<i>Пащикова Е. В.</i> Особенности экскурсии на даблдекере по центру Уфы – столице Башкирии	133
<i>Хорошун Д. М., Савьяная Е. М.</i> Экскурсия в стиле ретро «Один день из жизни туриста, решившего посетить Мариуполь»	138
<i>Фирсова Г. П.</i> Религиозные квест-экскурсии как способ формирования общественного сознания	142

Возрождение культурно-исторического наследия на основе развития культурно-познавательного туризма

<i>Журавский А. Ю.</i> Туристские ресурсы Полесского региона Республики Беларусь	148
<i>Долгушина Э. А.</i> Технологии использования городских квестов для ревитализации историко-культурного наследия	153
<i>Ялилова И. И.</i> Роль легендирования в сфере туризма в Республике Башкортостан	158

Туризм и краеведение

<i>Большаник П. В., Трофимов Д. А.</i> Историко- географическая характеристика краеведческого туристского маршрута в окрестности г. Ханты-Мансийска	164
<i>Голубничая С. Н., Мишечкин Г. В.</i> Северное Приазовье как перспективный туристско-рекреационный район	169
<i>Кузнецова Н. Ф.</i> Об опыте развития инклюзивного туризма в Республике Хакасия	174
<i>Огородникова А. А.</i> Применение основных принципов интерпретации культурного и природного наследия при разработке материалов для занятий по экологическому образованию и краеведению для дошкольников и младших школьников	180
<i>Тараканова А. Е.</i> Биографические экскурсии и их место в современном туризме	186
<i>Батоева С. А.</i> Потенциал Читинского района Забайкальского края для организации семейного отдыха	191
<i>Ид Нада</i> История возникновения и развития туризма в Сирийской Арабской Республике	196

Экология и туризм

<i>Зверькова Я. А., Казанцева Д. С.</i> Разработка экологического маршрута в Республике Бурятия	202
<i>Краснолобова Л. С., Щитовская Т. А.</i> Развитие туризма в городе Донецке и в Донецкой Народной Республике посредством облагораживания пляжно-купальных зон	207
<i>Бура Л. В., Селиванов В. В.</i> Экологический туризм: цели и задачи Республики Крым	211
<i>Бакиева А. Н.</i> Экология и туризм	216
<i>Лебедько Е. Я.</i> Старовозрастные деревья как объекты экологического туризма	221

<i>Неверная В. Д.</i> Организация мероприятий экологической направленности в особо охраняемых природных территориях	226
<i>Гайнетдинова Я. Р.</i> Экология и туризм	231
<i>Назарова М. Р.</i> Особенности экологического туризма в Республике Башкортостан	235
<i>Стародубцева В. Д.</i> Влияние туризма на развитие экологических проблем на территории Краснодарского края	238

Виды туризма, здоровье и спорт

<i>Кильбахтина А. М.</i> Пешеходный туризм	242
<i>Козар А. Н., Козар Н. К.</i> Передвижение в горно-лесистой и по пересечённой местности	245
<i>Овчаренко К. Т., Дубровская Н. И.</i> Проведение спортивно-туристических мероприятий в ДНР (на примере туристско-экологического слёта в ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский»)	251
<i>Селимова Г. С.</i> Перспективы развития велнес-туризма в Республике Дагестан	255
<i>Шепилова В. Г., Устинова А. О.</i> К вопросу о формировании программы развития экстремального туризма в Донецкой Народной Республике	259
<i>Бурла М. П., Бурла О. Н.</i> Некоторые особенности развития спортивного туризма в Приднестровье	265
<i>Нестерова К. Е.</i> Оценка уровня физиологического состояния туристов при подготовке к горному походу	271
<i>Смирнов Д. В., Затолокина Е. В.</i> О некоторых проблемах и перспективах развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму	278
<i>Иванов В. Ю., Батоева С. А.</i> Перспективы развития музыкального туризма в России	285
<i>Першина Н. В., Маилова Саадат Ильхам кызы.</i> Развитие экстремального туризма в малых и средних городах России	290
<i>Гиреева А. Ф.</i> Велотуризм как отдых для души и тела	295
<i>Киреева Ю. А.</i> Потенциал образовательного туризма в Российской Федерации	297
<i>Габышева И. А.</i> Проблемы организации конного туризма в Забайкальском крае	303
<i>Калашишникова Д. О.</i> Событийный туризм как фактор развития туристического рынка	308

Детский и молодёжный туризм

<i>Щетинина А. Е., Латипова Н. Р.</i> Развитие детского и молодёжного туризма в Донецкой Народной Республике	315
<i>Куликова В. А., Погодина В. Л.</i> Перспективы развития образовательного туризма в Кузбассе	319
<i>Умаргалиева К. С.</i> Особенности детского туризма в Республике Башкортостан	324
<i>Миронова А. Ю.</i> Развитие молодежного туризма на Соловецком архипелаге	327

Туризм и межкультурный диалог

<i>Лебедева С. А.</i> Международные туристические организации как инициаторы межкультурного научного дискурса	333
<i>Коновалова А. В., Меньших А. Ю.</i> Россия и Беларусь в системе межгосударственного сотрудничества в сфере туризма	339
<i>Павлюкова А. С., Поспелова С. В.</i> Туризм и межкультурный диалог	344
<i>Глотова Ж. В., Мутапчи Е. П.</i> К вопросу о возможных источниках конфликтов в межкультурной среде	349

Образовательные аспекты развития туризма

<i>Рыбасова Ю. Ю., Утеева Э. Н.</i> Виртуальные прогулки как основа образовательного развития в туризме	357
<i>Вебер Е. А.</i> Обучение техникам интерпретации исторического, природного и культурного наследия с целью повышения качества предоставляемых в туризме услуг	362
<i>Михельсон Е. А.</i> Образовательные возможности фототуризма и его развитие в современных тенденциях	367

Стратегия развития индустрии туризма и гостеприимства

УДК 338.482.22

Инновационные модели развития туризма как инструмент преодоления поляризационных процессов на территории юго-востока Калининградской области

Алена Александровна Сабурина

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
г. Калининград, Россия*

Рассматриваются основные модели развития туристского продукта. В статье предлагается использовать кластерную модель развития для юго-востока Калининградской области. Автор рассматривает применение кластерной модели на примере активного туризма.

***Ключевые слова:** юго-восток Калининградской области, модели развития, кластерная модель, туризм, активный туризм*

Innovative Models of Tourism Development as a Tool to Overcome Polarization Processes in the South-East of the Kaliningrad Region

Alena Alexandrovna Saburina

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

The author of this article examines the basic model of development of the tourist product. The article proposes to use a cluster development model for the south-east of the Kaliningrad region. The author examines the application of the cluster model on the example of the development of active tourism.

***Keywords:** south-east of the Kaliningrad region, development models, cluster model, tourism, active tourism*

Одной из наиболее значимых проблем Калининградской области является неравномерное экономическое и пространственное развитие территории. Так, областной центр и городкурорты относятся к более развитым с точки зрения экономики районам, а территория юго-востока к менее развитой, в том числе это касается и неиспользованного потенциала в туристской индустрии [1; 4; 6]. Преодоление поляризационных процессов является актуальной проблемой для юго-востока области, что, в частности, касается и сферы туризма.

В проблемах развития территории с точки зрения туризма наиболее значимыми вопросами являются: вопросы разработки и продвижения туристского продукта, которые соответственно напрямую зависят от моделей развития туристского продукта.

В ходе исследования были выявлены две группы моделей: традиционные и инновационные.

К традиционным моделям относят четыре типа моделей [2; 7]:

1. Осевое развитие центров (культурных или исторических) внутри туристской зоны.
2. Развитие новой зоны, интересной для потенциальных туристов.
3. Постепенное развитие новой зоны в качестве противовеса уже исторически сложившимся центрам туризма.
4. Развитие новой зоны в тех местах, где отсутствует инфраструктура и крупные туристские центры.

Инновационные модели разработки и продвижения туристского продукта: кластерная модель и модель межкультурного взаимодействия [1; 2]. Данные модели активно интегрируются в традиционные модели развития туристского продукта. Для развития туризма на территории юго-востока области более применимой видится именно кластерная модель развития.

Кластерная модель туристского продукта

Под кластером понимается определенная группа географически близких и взаимосвязанных территорий, со всей инфраструктурой и организациями, которые функционируют в

определенной сфере деятельности и дополняют друг друга, создавая тем самым единое и целостное пространство. Кластерная модель – это модель, которая опирается на создание туристского продукта исходя из конкурентных преимуществ территории, т. е., по сути, бизнес-модель [2; 5]. Среди наиболее важных свойств кластерной модели выделяют сложную структуру; высокий уровень взаимосвязи элементов; синергетический эффект от деятельности участников и территориальную целостность [1; 3] (см. рисунок).



Свойства кластерной модели развития туристского продукта [1]

Таким образом, базой для создания туристского кластера являются туристско-рекреационные ресурсы территории,

на основании анализа которых и формируется ядро кластера. Необходимо также отметить, что для формирования кластера необходима мотивация к созданию такой модели со стороны потенциальных участников. Поэтому для этого необходимо создать условия для вхождения потенциальных участников в такое объединение, не только с точки зрения развития инфраструктуры, но и с точки зрения создания благоприятной среды для ведения бизнеса (налоговые льготы, привлечение инвестиции, дивиденды и др.).

Создание туристского кластера способствует повышению уровня конкурентоспособности туристского продукта сразу на всех уровнях иерархии (макроуровень, мезоуровень, микроуровень). И так как туристский продукт является комплексом услуг, то именно кластерная система может сформировать единое туристское пространство для создания конкурентоспособного туристского продукта. Поэтому развитие туризма на территории юго-востока Калининградской области возможно путем создания межмуниципального кластера на территории нескольких городских округов.

Так, в ходе исследования было выявлено, что территории рассмотренных районов (Гусевский, Нестеровский, Озерский, Черняховский городской округ) являются перспективными для развития таких видов туризма, как активный, историко-культурный, сельский и экологический виды. Поэтому предлагается кластерное развитие именно этих видов туризма. При этом для каждого из видов туризма должны быть разработаны свои предложения.

В качестве примера предлагается рассмотреть основные предложения по развитию активного туризма:

1. Создание инфраструктуры: анализ туристско-рекреационного потенциала в разрезе развития активного туризма; формирование инфраструктуры необходимой для велосипедного туризма (создание велосипедных дорожек, парковочные места и т. д.); формирование инфраструктуры, необходимой для водного туризма (создание сети лодочных причалов, пирсов и т. д.) и решение вопросов берегозащиты и берегоукрепления.

2. Формирование новых маршрутов для велосипедного и водного туризма: разработка совместных водных маршрутов по нескольким городским округам; разработка велосипедных маршрутов для разных целевых групп (велосипедный маршрут историко-культурной направленности / природоориентированный / спортивный и т. д.).

3. Продвижение активного туризма: популяризация активного туризма на территории юго-востока области посредством проведения спортивно-массовых мероприятий; активное участие в туристских мероприятиях, выставках.

4. Улучшение системы взаимодействия с органами местного самоуправления: разработка системы снижения барьеров для входа в отрасль туризма для малого и среднего бизнеса, в том числе установление сниженной налоговой ставки на прибыль для малого и среднего бизнеса, предоставление льгот и субсидий для новых предприятий и т. д.

Таким образом, для решения проблемы развития туризма на определённой территории необходимо комплексно воздействовать на каждую составляющую, путем применения кластерной модели развития.

Список литературы

1. Заркович А. В., Стрябкова Е. А. Кластерное завтра инноваций. Оценка влияния кластеров на инновационное развитие стран и регионов // Креативная экономика. 2013. № 11. С. 13–20.

2. Полухина А. Н. Инновационная модель развития внутреннего туризма // Инновационное развитие экономики. 2016. № 2. С. 47–54.

3. Региональная экономика: учебник для академического бакалавриата / Е. Л. Плисецкий [и др.]. М.: Юрайт, 2019. 583 с.

4. Федоров Г. М. Регион как территориальная система // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. 2010. № 1. С. 20–26.

5. Фролова Е. А. Направления и формы трансграничного сотрудничества в пограничном пространстве Дальневосточного федерального округа и условия его реализации // Власть. 2014. № 10.

6. Чистобаев А. И., Федоров Г. М., Семёнова З. А. Управление развитием территории: учеб.-метод. пособие. Калининград, 2015. 90 с.

7. Яковлева С. И. Основы территориального проектирования туристских местностей: учеб. пособие. Тверь: Тверь. гос. ун-т, 2015. 234 с.

Информация об авторе

Алена Александровна Сабурина, аспирант, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Information about the author

Alena Alexandrovna Saburina, Postgraduate Student, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

УДК 338.48

**Окно реальных возможностей: комплексное
развитие туристской отрасли в Байкальском регионе**

Станислав Кузьмич Удалых

*Иркутское региональное отделение Российской академии
естественных наук, г. Иркутск, Россия*

Рассматриваются вопросы развития туризма и его инфраструктуры на Байкальской природной территории. Исследуются современные уникальные государственные подходы и методы совершенствования туристской индустрии. В статье содержатся некоторые авторские выводы и предложения по усилению государственной поддержки туристской отрасли, реализации проектов освоения туристских возможностей, проведению «Года Байкала» и международной конференции по развитию байкальских территорий.

Ключевые слова: туризм, национальный проект, озеро Байкал, Байкальская природная территория, Год Байкала, Государственная Байкальская туристская корпорация, государственная поддержка бизнеса, мастер-план развития города

**Window of Real Possibilities: Comprehensive
Development of the Tourism Industry in the Baikal Region**

Stanislav Kuzmich Udalykh

*Irkutsk Regional Branch of the Russian Academy of Natural Sciences,
Irkutsk, Russia*

The issues of tourism development and its infrastructure in the Baikal natural territory are considered. Modern unique state approaches and methods of improving the tourism industry are investigated. The article contains some author's conclusions and proposals to strengthen state support for the tourism industry, the implementation of projects for the development of tourist opportunities, the holding of the "Year of Baikal" and the International Conference on the Development of Baikal Territories.

Keywords: tourism, national project, Lake Baikal, Baikal Natural Territory, Year of Baikal, State Baikal Tourism Corporation, state business support, master plan for the development of the city

Туристская индустрия в России за несколько последних лет превратилась в ведущую отрасль, что подтвердило Сопровождение Правительства РФ «О развитии индустрии туризма и гостеприимства» (12.08.2022 г., г. Горно-Алтайск, Республика Алтай) [5]. Эта отрасль ускоренно развивается на территориях с природными, историческими и культурными объектами. Такой территорией является Байкальская природная территория (БПТ), включающая Иркутскую область и Республику Бурятия, окружающую озеро Байкал. На Петербургском международном экономическом форуме Президент России В. В. Путин 17.06.2022 г. отметил задачу по сбережению и сохранению Байкала.

Результаты исследования.

1. В настоящее время созданы условия, или «окно возможностей» для ускоренного комплексного развития туристской отрасли на БПТ. Эти условия сложились в результате формирования административной, законодательной, стратегической, финансовой и информационной основы; в такую основу входят следующие элементы:

– создание государственного административно-организационного центра (Федеральное агентство по туризму – «Ростуризм»);

– создание законодательной базы (в т. ч. Федеральный закон о туристской деятельности);

– принятие пакета государственных стратегических документов (в т. ч. национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [1], «Стратегия развития туризма до 2035 года» [3], региональные программы развития туризма);

– создание федерального инвестиционно-финансового центра (корпорация «Туризм.РФ»);

– создание информационно-цифровой базы (в т. ч. единые федеральные реестры туроператоров и турагентств, экскурсоводов-гидов и гидов-переводчиков, объектов туристической индустрии – гостиниц и мест размещения, Единая информационная система электронных путевок);

– организация поддержки делового сообщества (Комитеты и Комиссии по развитию туристской деятельности в ТПП России, РСПП, объединении «Опора России»);

- назначение куратора, ответственного за развитие туристской индустрии из числа заместителей Председателя Правительства РФ.

В итоге такого комплексного таргетирования в туристской отрасли происходит разрешение системных проблем и наблюдаются серьезные подвижки и положительные изменения.

2. Государство (в лице федеральной и региональных властей), муниципальные власти и местный бизнес прилагают определенные действия по развитию туризма и его инфраструктуры на БПТ; важные события и факты подобных действий следующие:

- формирование особых экономических зон туристско-рекреационного типа «Ворота Байкала» (Иркутская область) и «Байкальская гавань» (Республика Бурятия);

- повышение благоустройства и комфортности ряда городов (Иркутск, Ангарск, Братск, Усть-Илимск, Улан-Удэ и др.);

- постепенное туристское освоение не только южных районов двух около байкальских регионов, но их средних и северных районов;

- развитие инфраструктуры: возведение гостиниц и мест размещения, совершенствование работы транспорта, питания, здравоохранения, образования, связи и др.;

- постепенная утилизация опасных отходов закрытых предприятий (Байкальского целлюлозно-бумажного комбината, предприятия Усольехимпром); уборка массовых свалок около городов;

- усиление деятельности правительств двух регионов, МЧС, Авиалесоохраны, лесоперерабатывающих предприятий в борьбе с лесными пожарами;

- поддержка проектных, научных и образовательных организаций, разрабатывающих креативные проекты по туристскому развитию БПТ;

- усиление связи с общественными организациями, занимающимися вопросами охраны природы и развития туризма;

- организация форумов, семинаров и конференций по проблемам туризма и гостеприимства.

Авторские выводы и предложения.

1. Единого проекта комплексного освоения туриндустрии БПТ пока не существует. С целью выработки единого подхода, единых принципов и единых научно-практических основ для комплексного туристского освоения БПТ необходимо проведение Международного форума, или Мировой конференции.

2. Дальнейшее усиление государственной и общественной поддержки деятельности туристской отрасли в стране, в т. ч. на БПТ. Для такого усиления необходимо:

- принятие нового Федерального закона о туристской деятельности и ее инфраструктуры (варианты проекта закона уже есть);

- организация исследований о постепенной интеграции трех видов деятельности, т. е. туризма, конгрессной и выставочной деятельности. Эти виды деятельности тесно связаны и взаимозависимы между собой. Туризм в России «вырвался» вперед; выставочная и конгрессная же деятельности существенно отстают. Одним из вариантов интеграции может быть преобразование корпорации «Туризм.РФ» в расширенную корпорацию «Туризм. Выставка. Конгресс. РФ», важной задачей которой будет развитие указанных трех видов деятельности как единой отрасли;

- создание национального проекта «Туризм: Байкал и его территории». В составе проекта предлагается разработка ряда составляющих: концепция туристско-рекреационного освоения; мероприятия государства и бизнеса по повышению привлекательности Байкала и его территорий; развитие туризма в отдельных поселениях и особых природных и исторических местах регионов БПТ;

- фактическое проведение в России «Года Байкала» в 2023 г. или 2024 г. как важнейшего международного мероприятия. Озеро Байкал решением ООН включено в список объектов мирового наследия. В ряде стран Байкал рекомендован для посещения туристами. Проведение «Года Байкала» в 2021 г. было объявлено Президентом РФ В. В. Путиным [4]; фактически это мероприятие состоялось в Иркутской области, но в урезанном виде как местное событие [2]. Полноформатное

мероприятие «Год Байкала» должно показать результаты деятельности государства в области охраны озера, стимулировать реализацию мер по туристскому развитию БПТ. В эту работу должны быть вовлечены как регионы БПТ, так федеральные министерства и ведомства, общественные организации, а также отдельные дружественные страны;

– разрешение спора между Россией и Монголией из-за планов строительства ряда ГЭС на р. Селенга; уменьшение объемов ее стока угрожает обмелением самого озера, р. Ангара и р. Енисея, т. е. ухудшением условий для туристской индустрии и гидроэнергетики.

3. Разработка и реализация на БПТ туристической межрегиональной территориальной схемы размещения объектов туризма в соответствии с «Планом мероприятий по реализации Стратегического развития в Российской Федерации на период до 2035 года» [3]. Схема должна предусматривать комплексное развитие общей инфраструктуры туристической индустрии: гостиничного хозяйства, предприятий питания, выставочных и деловых центров, объектов культуры и образования; особое значение имеет развитие производственной инфраструктуры: транспортного хозяйства, очистных сооружений, объектов по утилизации отходов, рыбоперерабатывающих заводов и др.

4. Реорганизация туристической деятельности на БПТ путем приостановления хаотичного туристического освоения и создания на этой территории, например, новой крупной организации с условным названием «Государственная Байкальская туристическая корпорация», которая будет заниматься единым комплексным развитием туризма, конгрессной и выставочной деятельности. Реальные условия для подобного решения сформировались; так, возникло понимание, что уникальный мировой объект – озеро Байкал с его территориями должен далее осваиваться с прямым участием и под непосредственным руководством крупной государственной территориальной структуры.

5. Модернизация деятельности байкальских муниципальных органов власти в области развития туризма и его инфраструктуры. Речь идет о разработке и реализации «ма-

стер-планов» комплексного развития городов. Может быть использован опыт разработки такого плана для г. Байкальска, в соответствии с которым создадут первый в России «экогород».

6. Создание Единого календаря мероприятий туризма, конгрессной и выставочной деятельности в регионах Сибири и Дальнего Востока для организации комплексных туров. Подобная акция позволит сформировать единую стратегию организации совместных событий, в рамках которых туристы смогут посещать несколько территорий.

Список литературы

1. Национальный проект. Туризм и индустрия гостеприимства. URL: <http://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 26.09.2022). Текст: электронный.

2. О годе Байкала в Иркутской области: Указ губернатора Иркутской области: [от 9 сентября 2020 г. № 256-уг]. URL: consultant.ru (дата обращения: 11.04.2022). Текст: электронный.

3. План мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ: [от 19 августа 2022 г. № 2321-п]. URL: <http://static.government.ru/media/files/R3cq6iE8LAZTaCwE5xdzFhHAYs4pNWWe.pdf> (дата обращения: 26.09.2022). Текст: электронный.

4. Поручение Президента РФ В. В. Путина о проведении года Байкала в России: [от 30 сентября 2020 г. № 1599 п. 2]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64142> (дата обращения: 26.09.2022). Текст: электронный.

5. Совещание о развитии индустрии туризма и гостеприимства 12.08.2022 г., г. Горно-Алтайск, Республика Алтай. Текст: электронный // Новости Правительства РФ. URL: <http://dovernment.ru/news/46227> (дата обращения: 26.09.2022).

Информация об авторе

Станислав Кузьмич Удадых, канд. экон. наук, доцент, заместитель руководителя, Иркутское региональное отделение Российской академии естественных наук, г. Иркутск, Россия

Information about the author

Stanislav Kuzmich Udalykh, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Deputy Head, Irkutsk Regional Branch of the Russian Academy of Natural Sciences, Irkutsk, Russia

УДК 338.48

**Роль креативной экономики
в стратегии продвижения событийных городов
на рынке туристских услуг: опыт арктического региона**

Яна Александровна Гордиенко

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Ввиду неприменимости привычных моделей развития отрасли туризма к арктическому региону из-за климатических, природных и географических особенностей территории, на сегодняшний день креативные индустрии (КИ) начинают выступать двигателем продвижения арктических дестинаций, их культурной самобытности и ценностей каждой страны на рынке туристских услуг. Однако потенциал креативных индустрий в России для развития арктического туризма практически не используется, что обуславливает необходимость их всестороннего развития посредством реализации масштабных проектов, где Санкт-Петербург становится ключевой платформой развития северных территорий в разрезе креативных индустрий, в связи с чем исследование успешного международного опыта и лучших практик развития арктического туризма является актуальным. В статье приведен комплексный бенчмаркинг, дан кейс- и контент-анализ международных и отечественных источников, а также креативных проектов и программ арктического туризма с выявлением перспективных для России «точек роста» креативных проектов.

Ключевые слова: стратегия, креативные индустрии, арктический туризм, продвижение дестинации, экономическое развитие, рынок туристских услуг

**The Role of the Creative Economy in the Strategy
of Promoting Destinations in the Tourism Market:
the Experience of the Arctic Region**

Yana Alexandrovna Gordienko

Saint Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia

Due to the inapplicability of the usual developing models of the tourism industry to the Arctic region owing to the climatic, natural and geographical features of the territory, today creative industries are beginning to act as an engine for promoting the Arctic destinations, its cultural identity and values of each country in the tourism services market. However, the potential of creative

industries in Russia for the development of Arctic tourism is practically not being used, which necessitates their comprehensive development through the implementation of large-scale projects, where St. Petersburg becomes a key platform for the development of the northern territories in the context of creative industries, and therefore the study of successful international experience and best practices for the development of Arctic tourism is relevant. The article carried out a comprehensive benchmarking, case and content analysis of international and domestic sources, as well as creative projects and programs of Arctic tourism with the identification of promising for Russia "growth points" of creative projects.

Keywords: *strategy, creative industries, Arctic tourism, destination promotion, economic development, tourist services market*

В современном мире креативные отрасли имеют решающее значение для любой развитой экономики: так, в 27 странах ЕС в них занято около 20 миллионов человек (около 7 % от общей занятости всего лишь шести европейских и трех стран тихоокеанского региона. Работа этих творческих секторов важна не только с экономической точки зрения, но и для продвижения культурной самобытности и ценностей каждой страны, что крайне тесно граничит с развитием сферы туризма.

Тренд на становление креативной экономики ключевым драйвером непрерывного роста берет начало из полученных показателей ВВП в корреляции с ростом сектора креативных индустрий. Например, в Англии с 2010 года ВДС увеличилась более чем на 43 %, или более чем в 2 раза быстрее, чем вся экономика Великобритании, что повлекло мультипликативный эффект на рост занятости в КИ, а также на положительный отклик местного населения в части освоения бюджетных средств. По прогнозам Deloitte, к 2030 году креативная экономика может вырасти на 40 %, добавив более 8 миллионов дополнительных рабочих мест. Следовательно, значение креативных индустрий для общих экономических показателей будет расти.

У России же имеется очень серьезный творческий потенциал для развития креативной экономики, который используется не в полной мере (например, по данным UNCTADStat, доля экспорта креативных товаров в РФ сокращается; а по данным EUNIC и The Economist.ru в РФ зарегистрирован

только один творческий кластер, финансирующий стартапы этой сферы, – главный инфраструктурно-стратегический компонент развития креативных индустрий, – в Москве). Согласно исследованию ЦГК АСИ, текущие оценки вклада в ВВП – 4,37 %, или 4,8 трлн руб., наибольший вклад креативные индустрии вносят в региональную экономику Москвы (19,8 %), Санкт-Петербурга (12,6 %). Именно поэтому Арктику проще развивать через Северную столицу.

Такая статистика и аналитика свидетельствует о необходимости детального стратегического анализа и последующей трансляции зарубежных трендов и моделей развития креативных индустрий (Германия, Финляндия, Великобритания, Китай, Франция, Италия, Испания, Япония и Южная Корея). Такими кейсами могут стать следующие: в Германии разработана концепцию GoDigital, которая заключается в диджитализации площадей, в Лиссабоне – программа цифрового управления с искусственным интеллектом и технологиями, в Великобритании – план трансформации в единое креативное пространство, в Финляндии – стратегия модернизация площадей вузов под нишевые нетворкинг-проекты, создание стартап бизнес-инкубаторов креативных проектов, коворкинг-пространств и акселераторов – в Париже, создание сервисных центров культурных инноваций и международного сервисного центра оказания услуг в области культуры – в Китае; нишевая модернизация площадей вузов и brownfield-урбанистика – в Финляндии, обеспечение площадей доступной зеленой средой и сохранение эко-устойчивости и биоразнообразия – проект инфраструктурного развития Sentilo в Барселоне и др.

Если говорить о развитии туризма в Арктическом регионе, то очевиден факт, что привычные модели развития отрасли и ведения бизнеса не дадут ощутимого эффекта ввиду особенностей климатических, территориальных и инфраструктурных особенностей региона. Таким образом, именно креативные инициативы получают решающее преимущество при развитии Арктического региона, о чем свидетельствует проведенный анализ успешных практик, популяризирующих и развивающих арктический туризм.

Так, например, в Канаде КИ внедряют в сферу строительства – начали проектировать многофункциональные и энергоэффективные дома, которые будут эксплуатироваться дольше: проект канадских ученых «дрейфующие дома», которые рассматривают снег как часть фундамента дома, хранилища для семян по проекту канадского исследователя (в 2019 году решили сделать его как часть туристского центра). В России же данный тренд подтверждает куполообразный проект смарт-города «Умка», разработанный Валерием Ржевским, проектирование станций по проектам Фурнье с солнечными батареями; проект «Снежинка» с возобновляемыми источниками энергии.

Также есть смысл говорить о создании брендированной цифровой платформы кластера, в которой будут указан все туристские объекты и маршруты, адаптированные и для иностранных туроператоров. В этой связи вытекает еще одна задача – создание в рамках туркластера глемпинговой сети на арктических территориях, основываясь на опыте Норвегии и Гренландии. Позиционирование арктического туризма в этих странах удивляет: такой вид туризма считается приключенческим эксклюзивным по версии Arctic Nomad – создателей глемпинговой тур. сети в экстремальных условиях.

Сегодня молодежь совершенно не готова уезжать за Полярный круг даже с высокой заработной платой, так как важно развитие социальной среды и сферы досуга, что по опыту зарубежных стран происходит исключительно с участием КИ. В качестве успешного кейса объекта инфраструктуры Арктики можно использовать пример Швеции – проект “Solar Egg”, сауна, которая сохраняет тепло за счет своей формы и покрытия.

Также среди наиболее прослеживаемых тенденций в развитии арктического туризма отмечу коллекции туристских продуктов (в европейской Арктике подразделяются на 4 основных коллекции: приключенческий, научный, деловой и медитативный туризм), тренд на медленные поездки (например, в Исландии разработали Go Slow and Savor in Iceland – путешествие с самостоятельным графиком и вариативным маршрутом, а также возможностью работать «удаленно» в

пунктах проживания с комфортным офисом и техподдержкой на месте) и Pindrop-путешествия (например, шестидневное путешествие по отдаленным Лофотенским островам Норвегии, представляющие собой олицетворение тишины и покоя).

Дополнительно отмечу роль дополнительных услуг, где поездка в Арктику сегодня становится не самоцелью, а инструментом ее достижения. Такими целями могут быть, например, уход за местными животными, приобретение нового опыта проживания в традиционных домах региона, изучение местных умирающих языков и т. д. В качестве примеров приведу опыт Финляндии: внедрение новой формы размещения, которая сочетает в себе саамскую историю и размещение современных туристов в Лапландии (хижина из бревен, а ее поверхность – из торфа с большими окнами; целевая коллекционная программа Harriniva Arctic Sled Dog Centre «Усынови хаски» с различными пакетами усыновления, где некоторые включают виртуальный тур, посещение питомника или сафари с хаски).

Отметим, что креативный бизнес в Арктике требует больших финансов вложений, что подтверждает необходимость государственной помощи в реализации. Крайне показателен опыт Финляндии по развитию и продвижению туристкой инфраструктуры в Арктике – государство совместно с крупными инвесторами разрабатывают и реализуют, например, гостиничные предприятия, после чего выставляют их на продажу на своем рабочем сайте по туризму.

Таким образом, видим, что все ключевые проекты инфраструктурного, территориального, туристского, цифрового и научного развития арктического региона как в России, так и в других странах пронизаны креативной компонентой ввиду специфичных особенностей региона, что свидетельствует о необходимости комплексного развития «Креативной Арктики» для продвижения дестинации, а перечисленные проекты и кейсы могут лечь в основу комплексной креативной стратегии развития Арктического региона Российской Федерации. Так как проведенный анализ имеющихся компонентов и инфраструктурных элементов туристской политики России в Ар-

ктике находятся только на этапе начального внедрения и уже сейчас представляют предмет повышенного интереса потребителей, отмечу необходимость и перспективность использования стратегии “Shared IP” в качестве ключевой креативной стратегии развития туризма в арктическом регионе.

Список литературы

1. Kevin McGwin. Greenland looks to grow tourism by tapping adventure, winter travel trends. Текст: электронный // Arctic Today. URL: <https://www.arctictoday.com/greenland> (дата обращения: 12.10.2022).

2. Sustainable Tourism in Nordic Harbor Towns. Текст: электронный // Nordic Innovation. URL: <https://nordenportal.org> (дата обращения: 12.10.2022).

3. THE ENI CBC PROGRAMMES. Текст: электронный // Tesim ENI CBC. URL: <https://tesim-enicbc.eu/about-eni-cbc> (дата обращения: 12.10.2022).

4. Towards More Tourism. Текст: электронный // Visit Greenland. URL: <https://traveltrade.visitgreenland.com/wp-content> (дата обращения: 12.10.2022).

Информация об авторе

Яна Александровна Гордиенко, аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Научный руководитель Ольга Александровна Максимовская, д-р экон. наук, профессор кафедры сервисной и конгрессно-выставочной деятельности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Yana Alexandrovna Gordienko, Postgraduate Student, Saint Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

Scientific advisor Olga Alexandrovna Maksimovskaya, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Service, Congress, and Exhibition Activities, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

УДК 338.48

Сравнительный анализ туристского рынка регионов: Республика Алтай и Республика Бурятия

Ангелина Владимировна Скударнова

*Горно-Алтайский государственный университет,
г. Горно-Алтайск, Россия*

В статье приведен сравнительный анализ туристского рынка двух субъектов Российской Федерации по выделенным параметрам. При выделении параметров основной упор был сделан на схожесть условий туристского рынка изучаемых субъектов. В результате сравнения выделены не только схожие параметры у субъектов, но и отличия, которые обусловлены различными исходными условиями формирования туристского рынка обоих субъектов.

Ключевые слова: туристский рынок, регион, субъект, туризм, сезонный туризм, туристский рынок региона

Comparative Analysis of the Tourist Market of the Regions: The Republic Of Altai And The Republic Of Buryatia

Angelina Vladimirovna Skudarnova

Gorno-Altai State University, Gorno-Altai, Russia

The article provides a comparative analysis of the tourist market of two constituent entities of the Russian Federation according to the selected parameters. When highlighting the parameters, the main emphasis was placed on the similarity of the conditions of the tourist market of the studied subjects. As a result of the comparison, similar parameters were identified for the subjects, but also differences that are due to different initial conditions for the formation of the tourism market of both subjects.

Keywords: tourist market, region, subject, tourism, seasonal tourism, tourist market of the region

В настоящее время туризм пользуется огромным спросом, так как он является отличной возможностью, чтобы удовлетворить различные потребности человека. А также во многих странах/регионах формирует бюджет, вследствие чего устанавливается и повышается уровень жизни в том месте, где он развивается.

Особенно сильно развивается туризм в Российской Федерации в последние годы, начиная с начала 2020 года. Тогда было объявлено начало пандемии. Данный вирус приостанов-

вил деятельность многих заведений, курортов, а также привычный для нас отдых за пределами нашей страны. Из-за того, что границы оказались закрыты, отечественный туризм стал набирать популярность. Благодаря этому на данный момент туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных отраслей отечественной экономики.

Перед нами стояла задача выявить более развитый туристский рынок и регион в России на основе тех критериев, которые представлены в таблице.

Сравнительная характеристика туристского рынка регионов

	<i>Республика Алтай</i>	<i>Республика Бурятия</i>
Наличие средств размещения в регионе для туристов	395 средств размещения. Мест в отелях – 17 698 «5 звезд» – 4 «4 звезды» – 8 «3 звезды» – 16 Больше мест в коллективных средствах размещения на 9792. Больше 5-звездочных отелей на 1	457 средств размещения. Мест в отелях – 7 906. «5 звезд» – 3 «4 звезды» – 11 «3 звезды» – 49 Больше средств размещений на 62. Цены в отелях более низкие. Больше 4-звездочных отелей на 3. Больше 3-звездочных отелей на 33
Транспортная доступность региона и отдельных туристских объектов	Аэропорт – 2 Автовокзал – 1 Железнодорожный вокзал – 0 Республика Алтай очень уступает в транспортном развитии Республике Бурятия	Аэропорт – 3 Автовокзал – 20 Железнодорожный вокзал – 70 Очень хорошо развита транспортная сеть, много железнодорожных вокзалов, много аэропортов, наличие аэропорта международного значения
Сегментация туристского рынка в регионе. Цель поездки	Рекреационный отдых Экскурсия	Деловая встреча Отпуск Лечебно-оздоровительные процедуры

	<i>Республика Алтай</i>	<i>Республика Бурятия</i>
Ориентированность рынка	Отдых хорошо подходит для: бизнесменов, для семей с детьми. Возможен отдых с животными	Отдых хорошо подходит для: бизнесменов, для семей с детьми, для людей с ограниченными возможностями
Наличие природных объектов, включенных в список ЮНЕСКО	Телецкое озеро, Гора Белуха Зона Покоя Укок Алтайский государственный заповедник Катунский биосферный заповедник	Озеро Байкал, в который входит два федеральных заказника – «Кабанский» и «Фролихинский»
Наличие объектов туристского показа	Гейзеровое озеро, музей Анохина, музей Камня, Денисова пещера, Семиинский перевал, Мультиинские озера, Курайская степь, Водопад Корбу, озеро Уймень, Камышлинский водопад, остров Патмос	Байкальский государственный заповедник, Иволгинский дацан, Тункинский национальный парк, долина Шумацких источников, этнографический музей народов Забайкалья, водолечебный курорт Аршан
Виды туризма, развитые в регионах	Уникальные виды туризма – альпинистский (уникальность определяется по отношению друг к другу)	Уникальные виды туризма – автотуризм, лечебно-оздоровительный (уникальность определяется по отношению друг к другу)
Наличие организаций, отвечающих за предоставление туристских услуг/продуктов	32 туроператоров; 31 турагентство. Больше туроператоров на 3	29 туроператоров; 78 турагентств. Больше турагентств на 47
Наибольший туристский поток в регионе	Чемальский район – 674,7 тыс. посещений за 2020 год	г. Улан-Удэ – 289,3 тыс. посещений за 2020 год

Опираясь на данные таблицы, подведем итоги нашего исследования.

Мы дали оценку каждому региону по каждому критерию, которые мы определили заранее. Результаты показали, что туристский рынок более развит в Республике Бурятия, потому что:

1. В финансовом плане он оказался менее затратным в отличие от Республики Алтай. Это позволит отдыхать туристам с более низким бюджетом, выделенный на поездку. А значит рассчитан на более широкий поток туристов.

2. Транспорт в Республике Бурятия развит почти на высшем уровне. Имеется множество вокзалов как для автобусного, так и для железнодорожного транспорта. А также аэропорт федерального значения, что является огромным преимуществом в современном мире.

3. Туристский рынок Республики Бурятия оказался доступным для различных категорий людей. Располагается больше возможностей для людей с ограниченными возможностями, с детьми, а также для тех, которые вынуждены работать в отеле не только в 5-звездочных отелях, но и в других.

4. В плане разнообразия отдыха Республика Бурятия также опередила Республику Алтай. Это связано с тем, что на сайте Министерства Бурятия представлено больше видов туризма, которые активно развиваются и пользуются спросом в том регионе.

Основываясь на полученной нами информации, мы бы рекомендовали для успешного и качественного развития туризма в Республике Алтай увеличить места приема туристов из разных регионов. Необходимо увеличить количество автовокзалов, но для начала необходимо сделать капитальный ремонт существующего автовокзала в г. Горно-Алтайск. Построить аэропорт международного значения для облегчения пути для иностранных граждан. Также на территории Республики Алтай можно начать развивать оздоровительный туризм, так как данный регион выделяется своей чистотой.

Стоит уделить особое внимание для людей с ограниченными возможностями на территориях, построить различные подъемники, парковки. В местах, где не труднодоступные туристские объекты, установить специальные оборудования, чтобы данная категория людей тоже могла познавать мир. Также следует на таких местах нанять работников, которые будут следить за данной категорией людей и вследствие какого-то происшествия помочь.

Предлагать больше возможностей для людей, которые отдыхают с животными, так как многие современные люди не могут оставить своего домашнего питомца в связи с тем, что считают его своим членом семьи. Необходимо не только разрешить проживать с животными, но и специальные ветеринарные клиники на территории отеля, чтобы при каком-либо происшествии быстро оказать первую помощь домашнему питомцу. Также установить на территориях отеля различные площадки для выгула собак. Можно также предлагать услугу «няня» для собак, чтобы в случае выезда людьми на какую-либо экскурсию питомцы не скучали.

Также необходимо развивать этнографический туризм. Строить больше этнографических турбаз. Ведь Республика Алтай очень богата своей уникальной историей и традициями.

При ведении туристского бизнеса необходимо учитывать то, что успех туристской деятельности зависит не только от наличия в том или ином регионе уникальных в мире объектов, но и от инфраструктуры данной местности, как показало наше исследование. Поэтому на данный момент туристский рынок Республики Бурятии представляет более лучшие условия для отдыха туристам в 2022 году.

Список литературы

1. Дмитриев М. Н. Экономика туристского рынка: учебник для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
2. Единый федеральный реестр туроператоров. URL: <https://tourism.gov.ru/operators> (дата обращения: 16.10.2022). Текст: электронный.
3. О Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года: Постановление: [от 13 марта 2018 г. № 60.

(в ред. Постановлений Правительства Республики Алтай от 16 апреля 2020 г. № 136, от 26 октября 2021 г. № 324, от 29 марта 2022 г. № 104)]. URL: https://altai-republic.ru/economy_finances/strategy-of-social-economic (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.

4. Всемирное наследие ЮНЕСКО в Российской Федерации. URL: <http://unesco.ru/unesco-russia/sites> (дата обращения: 17.10.22). Текст: электронный.

5. Александрова А. Ю. Туризм и культурное наследие // Межвузовский сборник научных трудов. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2018.

Информация об авторе

Ангелина Владимирована Скударнова, студент, Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск, Россия

Information about the author

Angelina Vladimirovana Skudarnova, Student, Gorno-Altai State University, Gorno-Altai, Russia

УДК 379.85

Организация брендового туристического маршрута

Андрей Дмитриевич Кибирев

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Статья посвящена изучению основ организации брендового туристического маршрута. Проанализированы основные принципы организации брендовых маршрутов. Рассмотрены документы, которые необходимо подготовить при составлении брендового туристического маршрута.

Ключевые слова: *брендовый туристический маршрут, принципы организации, туристические услуги*

Organization of a Branded Tourist Route

Andrey Dmitrievich Kibirev

Transbaikal State University, Chita, Russia

The article is devoted to the study of the basics of organizing a branded tourist route. The basic principles of organizing branded routes are analyzed. The documents that need to be prepared when compiling a branded tourist route are considered.

Keywords: *branded tourist route, principles of organization, tourist services*

Брендовые туристические маршруты появились в России в последние несколько лет. Это новое предложение, призванное объединить объекты туристической индустрии в единый комплекс, придать путешествию интересную идею, заявить о себе и привлечь туристов. Каждый из крупных маршрутов включает несколько регионов страны, представляет общность их культуры и традиций и вместе с тем огромное разнообразие рекреационных возможностей России.

Брендовый маршрут – это маршрут (туристский продукт), продвигающий культурно-познавательное наследие конкретного региона, отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность/сезонность, регулярность, целостность, соответствие стандартам РФ по предоставлению туристических и иных услуг, входящих в туристический продукт. Маршрут должен быть утвержден как брендовый федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма [1].

Разработка брендового маршрута выполняется по строго определенной программе и на одинаковых для всех туристов условиях. В регионе может быть неограниченное количество маршрутов, имеющих статус «брендовый». Они могут быть линейные, кольцевые, радиальные, а также объединять два типа маршрутов.

Брендовые маршруты также могут быть региональными (проходить по территории одного субъекта федерации) и межрегиональными (проходить по территории двух и более субъектов федерации). Они могут быть организованы таким

образом, чтобы предоставить потребителю (туристу, заказчику турпродукта) возможность присоединения к маршруту на любом этапе его выполнения, без потери качества и целостности продукта и, таким образом, позволять ему самому определять продолжительность тура [2].

Целевая аудитория брендовых маршрутов определяется разработчиком самостоятельно. Потребителями брендового маршрута могут быть российские и/или иностранные граждане, в том числе дети, школьники, студенты, лица, достигшие совершеннолетия, семьи с детьми, люди старшего возраста. Программа конкретного тура должна учитывать потребности и возможности той целевой аудитории, на которую он ориентирован.

Брендовый групповой маршрут должен включать услуги по перевозке туристов, услуги средств размещения, услуги объектов питания, экскурсионные или другие виды обслуживания (в зависимости от возможностей региона, в том числе по организации досуга туристов), страхование (при необходимости).

Туристам даётся возможность выбора категории размещения на маршруте в зависимости от возможностей региона, выбора дополнительных экскурсий (не входящих в стоимость турпродукта) и проведения досуга. Остальные услуги, а также очередность их предоставления являются фиксированными и неизменными на протяжении всего маршрута.

Общая продолжительность брендового маршрута может составлять от 2 до 8 дней. Приветствуется, если маршрут будет составлен таким образом, что у потребителей будет возможность воспользоваться только частью маршрута, например, в качестве тура выходного дня, без потери качества и целостности продукта.

Транспорт, используемый на брендовом маршруте, должен соответствовать стандартам безопасности, быть исправен, отвечать современным нормам комфортабельности. Наземному транспорту (автобусам, микроавтобусам, автомобилям) необходимо иметь свидетельство о технической исправности, проведенном техническом осмотре, подтвержденном документально. Допускается замена транспорта на

маршруте, в зависимости от количества туристов в группе на конкретную дату, при этом качество и уровень транспортного средства не должен быть ниже заявленного в программе маршрута. Все переезды на брендовом маршруте осуществляются в дневное время. В случае необходимости передвижения в ночное время обязательна посменная работа двух водителей. Дневной километраж на брендовом маршруте не должен превышать 300 километров или 5 часов. Во время следования транспорта на брендовом маршруте обязательны санитарные остановки, с возможностью для туристов приобретения воды, чая/кофе, сувениров каждые 100 км или каждые 2 часа [5].

Услуги проживания на брендовом маршруте предоставляются надлежащего качества и соответствуют договору, заключенному с туристом. Классифицированные гостиницы и другие средства размещения туристов (от 1 до 5 звезд) должны иметь сертификат, подтверждающий категорию (или сертификат соответствия). При предоставлении услуг проживания в неклассифицированных средствах размещения, туриста следует уведомить о типе размещения.

Питание туристов должно осуществляться в объектах питания, имеющих соответствующие разрешения, отвечающие санитарно-эпидемиологическим нормам. Питание организовывается разнообразное, с включением местных традиций приготовления и сервировки продуктов питания. Для групп, состоящих преимущественно из лиц старше 18 лет, питание может включать только завтрак. Допускается двухразовое питание только при условии, что туристам будет предоставлено время для питания третий раз в рекомендованных кафе и ресторанах, расположенных вблизи с местом размещения туристов. Для семейных, детских, школьных групп, групп лиц старшего возраста может быть предложено детское или диетическое меню.

Сопровождение туристов осуществляется лицами, имеющими соответствующую квалификацию, образование, разрешения на осуществление данного вида трудовой деятельности. Экскурсоводы, гиды, водители транспорта должны иметь стаж работы не менее трех лет.

При организации брендового маршрута в стоимость обязательно включается не менее двух экскурсий или посещение культурных объектов. Построение экскурсионной программы нужно осуществлять в соответствии с общей направленностью маршрута (экскурсионный, военно-патриотический, обучающий и т. д.) и с учетом состава туристической группы (семьи с детьми, взрослые, люди старшего возраста). По возможности в маршрут следует включать интерактивные программы для детей.

Туристам также может быть предоставлена возможность организации досуга (спортивные мероприятия, пикник, отдых на природе, посещение культурно-развлекательных мероприятий и прочее); просмотр видео о достопримечательностях и туристических ресурсах региона во время длительных переездов.

Ценообразование брендового маршрута должно быть конкурентоспособным и вместе с тем экономически выгодным организаторам маршрута и компаниям, его реализующим. Необходимо, чтобы общая стоимость маршрута была доступна для российских граждан со средним уровнем доходов. Рекомендованная стоимость одних суток пребывания на маршруте – не более 3 500 рублей на человека, включая транспортное обслуживание, размещение, питание и экскурсионное обслуживание по программе.

Организаторы брендовых маршрутов могут создавать пул участников с объектами размещения, питания, показа, досуга, транспортными компаниями, предоставляющими услуги туристам во время выполнения маршрута. В пул могут войти организации, сотрудничающие с организаторами брендового маршрута, на постоянной основе. Данный пул может разрабатывать бонусные программы для туристов, дающие им возможность воспользоваться скидкой или специальным предложением, например, при посещении объектов показа.

При составлении брендового туристического маршрута необходимо подготовить следующие документы [3]:

– информацию о базовых средствах размещения на маршруте (название, наличие «звезд»), в которых будут размещены туристы;

– информацию о базовых объектах питания на маршруте (название, формат: кафе, ресторан и проч.), в которых будет организовано питание туристов;

– информацию о видах транспорта, на которых организована перевозка туристов на маршруте (марка автобуса/микроавтобуса, количество мест, наличие ремней безопасности и туалета в автобусе), а также стоимость часа аренды транспортного средства;

– данные об общем числе объектов размещения (гостиниц, гостевых домов и пр.) в регионе в целом и в городах, входящих в брендовый маршрут; а также о числе гостиниц, прошедших классификацию с указанием их «звездности», поданных документы на прохождение процедуры классификации; о наличии программы по классификации гостиниц и о ходе ее выполнения;

– данные по объему номерного фонда в городах, посещение которых предусмотрено программой;

– данные о наличии туристической навигации (указателей) в регионе и на маршруте, их соответствии международным стандартам, а также о наличии программы по оборудованию знаками туристической навигации брендового маршрута и ходе ее выполнения;

– информационные материалы о достопримечательностях и преимуществах региона;

– информацию о наличии бренда региона и брендов городов и комментариев, касающихся истории создания брендов;

– описание маршрута по дням в виде таблицы.

В нашей огромной стране, помимо всем известных Санкт-Петербурга, Золотого кольца и Сочи, есть большое количество и других уникальных локаций. Увидеть и оценить их должны помочь брендовые туристические маршруты, являющиеся одним из индикаторов выполнения нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [4].

Список литературы

1. Брендовые маршруты по России. URL: <https://startour.ru/eks/russia/brendovuye> (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.

2. Брендовые региональные маршруты. URL: <https://www.coral.ru/ekskursionnie-turi-po-rossii/brendovie-marshruti> (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.

3. Брендовые туристические маршруты. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57474.html> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.

4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva/> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.

5. Региональные маршруты. URL: <https://посетисибирь.рф/routes> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Андрей Дмитриевич Кибирев, студент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Научный руководитель Марина Павловна Титова, канд. филос. наук, доцент кафедры социокультурного туризма, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Andrey Dmitrievich Kibirev, Student, Transbaikal State University, Chita, Russia

Scientific adviser Marina Pavlovna Titova, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Tourism, Transbaikal State University, Chita, Russia

Актуальные вопросы нормативно-правового обеспечения и регулирования туристской деятельности РФ

УДК 338.48; 640.4

Становление и перспективы развития системы классификации гостиниц в России

*Галина Николаевна Ефимова¹,
Дарья Константиновна Назарова²*

^{1,2}Московский гуманитарный университет, г. Москва, Россия

В статье приведен ретроспективный анализ становления системы классификации средств размещения в России. Рассмотрены особенности ее развития в определенные исторические периоды. Выявлены проблемы, тенденции и сдерживающие факторы влияния на развитие типологии и видов средств размещения на современном этапе с позиции уровня гостиничного сервиса. Предложены возможные пути их решения.

***Ключевые слова:** гостиница, сертификация и классификация гостиниц, классификационные требования, категория гостиницы*

Formation and Prospects of Development of the Hotel Classification System in Russia

*Galina Nikolaevna Efimova¹,
Darya Konstantinovna Nazarova²*

^{1,2}Moscow University of the Humanities, Moscow, Russia

This article provides a retrospective analysis of the formation of the classification system of accommodation facilities in Russia. The features of its development in certain historical periods are considered. The problems, trends and constraining factors of influence on the development of typology

and types of accommodation facilities at the present stage from the standpoint of the level of hotel service are revealed. Possible ways of their solution are proposed.

Keywords: *hotel, certification and classification of hotels, classification requirements, hotel category*

Стандартизация, сертификация и классификация объектов туристской индустрии являются важнейшим инструментом управления качеством обслуживания потребителей в сфере гостеприимства. При этом классификация дает возможность объективно оценить уровень гостиничного сервиса и подтвердить безопасность услуг. Сертификация представляет собой процедуру подтверждения соответствия, посредством которой независимая от исполнителя и потребителя аккредитованная организация удостоверяет в письменной форме соответствие продукта установленным требованиям.

История классификации средств размещения связана с историей развития гостиничного дела в России. На формирование типов средств размещения и видов обслуживания постояльцев оказывали влияние политические социально-экономические факторы, а также культура и демография общества в выделенных исторических периодах: XII–XVII вв., XVII–XIX вв., начало XX в. Ниже приводится их характеристика.

Так, в XII–XVII вв. благодаря развитию торговли и торговых путей сообщения появляется первый тип средства размещения в России – постоялый двор (ям). Правом на перемещение, смены лошадей и ночлега являлась подорожная с указанием цели и маршрута поездки путешественника.

В XVII–XIX вв. сектор размещения путешественников формировался в условиях влияния выбранного направления развития российской цивилизации с уникальным философским взглядом. Прослеживается использование зарубежного опыта с адаптацией к российским условиям расширения империи и политикой территориального государственного управления.

В начале XVIII в. на почтовых трактах с регулярным движением дилижансов отмечено появление такого средства раз-

мещения как придорожной гостиницы. Вводятся первые нормативные документы, например Указ Петра 1 «Об учреждении постоялых и гостинных дворов» (1719), Положение о правилах содержания гостиниц, ресторанов и трактиров (1821). Вводится униформа для персонала в зависимости от типа заведения. К концу XVIII в. в России насчитывалось более 3 тыс. почтовых станций с гостиницами, а в 1910 г. – 4,6 тыс. [5].

В XX в. фактором влияния на развитие гостиничного дела стала идеология советского государства на повышение уровня жизни населения и формирование интереса к путешествиям и отдыху.

В 1920-е гг. осуществлена национализация гостиничного хозяйства, построены новые гостиницы в 700 городах страны. В 30-х гг. в рамках всеобщей стандартизации видов деятельности унифицируются гостиничные предприятия, разработаны первые типовые проекты гостиниц на 50, 75, 100 и 150 мест. Повышаются требования к благоустройству и художественному оформлению интерьеров гостиниц. В 1945 г. вводятся типовые должностные инструкции для дежурных администраторов, портье, паспортистов, дежурных по этажу, горничных, уборщиц. В 60-е гг. расширяется номенклатура средств размещения, а именно: гостиницы, пансионаты, кемпинги, мотели, туристические базы и лагеря. В 1980 г. гостиничное хозяйство СССР насчитывало около 7 тыс. гостиниц общей вместимостью 700 тыс. мест. Введена классификация гостиниц, согласно которой гостиницы имели семь разрядов: «Люкс», «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3, 4, а гостиничные номера пять категорий. В 1994 г. гостиницы делились на пять категорий от одной до пяти звезд. Термины, отражающие гостиничную деятельность, введены Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (1996) [Там же].

Современный этап (XXI в.) характеризуется как самый активный в развитии системы классификации гостиничных предприятий в России. Принято значительное количество нормативно-законодательных документов, суть которых сводилась в том числе к выбору организации, осуществляющей

контроль за сертификацией средств размещения. В этот период турбулентности предлагались Министерство экономического развития, Министерство культуры, в настоящее время – Федеральное агентство по туризму.

По содержанию нормативно-законодательные документы незначительно отличались друг от друга. Сформированная методика позволяла определять категорию гостиницы на основании результатов экспертной оценки соответствия средства размещения классификационным требованиям и балльной оценки по установленным позициям: «здание и прилегающая территория», «техническое оборудование и оснащение», «номерной фонд», «санитарные объекты общего пользования», «общественные помещения», «помещения для предоставления услуг питания», «услуги», «услуги питания», «технологии обслуживания, внешний вид персонала». В 2020 г. вводится запрет на предоставление гостиничных услуг без свидетельства о присвоении определенной категории.

В настоящее время действует положение о классификации гостиниц, утвержденное правительственным постановлением в 2020 г., но уже в 2022 г. введены поправки и в это положение.

В этот исторический период среднегодовой прирост средств размещения составлял в среднем 6,5 % [1].

В настоявшее время большая часть гостиниц относится к низкой категории «без звезд» + «одна звезда» + «две звезды» и вместе составляют 67,5 % рынка гостиничных предприятий РФ.

Что указывает на низкий уровень гостиничного сервиса в целом в стране. Это подтверждают также результаты многочисленных исследований в сфере туризма и гостеприимства. Так рейтинг Центра социально-экономических исследований (2020) качества туристической инфраструктуры России в разделе «Гостиницы и иные средства размещения» оценивался только в 3,86 баллов из пяти возможных [6].

В сложный период начала 2020-х гг. по мнению некоторых известных специалистов в области туризма и гостеприимства отрасль продемонстрировала беспрецедентную маневренность и способность адаптироваться к ситуации [2]. В это время произошло резкое увеличение спроса на внутренний

продукт, при этом качество гостиничного продукта и обслуживания туристов и отдыхающих в гостиницах оставалось на том же уровне. Сформированный новый порядок классификации гостиниц и введение обязательной сертификации не способствовали повышению уровня гостиничного сервиса.

Действующие нормативные документы вызывают много нареканий, перегружены информацией, а поэтому сложны в употреблении. При этом отдельные критерии оценки ничтожны. Недостаточно оценивается использование гостиницей цифровых технологий. Допущены ошибки в тексте документа федерального уровня [3].

Мнения профессионалов в сфере гостеприимства указывают на расплывчатость классификационных требований, несоизмеримость применения этих требований к малым гостиницам и гостиницам, расположенным на территории объектов культурного наследия. Классификатор рассчитан исключительно на профессионалов-экспертов компаний, которые занимаются классификацией гостиниц и сложен в практическом применении управленческим персоналом гостиниц [4].

Авторы статьи предлагают для общественного обсуждения следующие предложения по развитию системы классификации гостиниц.

1. Разработать электронный типовой чек-листа для разных видов и категорий гостиниц для использования при экспертной оценке, а также при проведении внутреннего аудита и подготовке гостиницы к процедуре сертификации и классификации.

2. Вести профиль подготовки «Классификация гостиничных предприятий» в направление подготовки 43.03.03 *Гостиничное дело*.

3. Провести ревизию категорий гостиниц. Отменить категорию «без звезд», которая не имеет существенных различий с категорией «одна звезда». Гостиничную нишу «две звезды» могли бы занять гостиницы категории «турист» как улучшенный вариант категории «две звезды» и приближенный по уровню сервиса к категории «три звезды».

4. Не считать видом гостиницы хостел. Называться гостиницей средству размещения надо заслужить. Очевидно, что

это общежитие с кратковременным проживанием. При этом гостевой дом, вышедший «из народа», получивший народное название, составлявший основу гостиничного комплекса 1990-х гг., незаслуженно исключен как вид средства размещения гостиничного комплекса.

Таким образом, система классификации гостиниц в России находится в развитии, другого пути повышения качества гостиничного сервиса нет. Имеются существенные проблемы, которые доказывают сложность унификации гостиниц и гостиничной деятельности.

Список литературы

1. Анализ гостиничного рынка – Центр экономики рынков. URL: <https://www.research-center.ru> (дата обращения: 04.10.2022). Текст: электронный.
2. АТОР: Итоги летнего сезона 2022 года. Ассоциация Туроператоров. URL: <https://atorus.ru> (дата обращения: 24.09.2022). Текст: электронный.
3. Дьяченко Т. А., Ефимова Г. Н., Назарова Д. К. Цифровые технологии: тренды и перспективы внедрения. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 04.10.2022). Текст: электронный.
4. Новый порядок классификации гостиниц – новые проблемы. URL: <https://garant.ru> (дата обращения: 02.10.2022). Текст: электронный.
5. История туризма / ред. Ю. С. Путрик. URL: <https://na5ballov.pro> (дата обращения: 24.09.2022). Текст: электронный.
6. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса. URL: <https://roscongress.org> (дата обращения: 25.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Галина Николаевна Ефимова, канд. техн. наук, доцент кафедры туризма и гостиничного дела, Московский гуманитарный университет, г. Москва, Россия

Дарья Константиновна Назарова, магистрант, Московский гуманитарный университет, г. Москва, Россия

Information about the authors

Galina Nikolaevna Efimova, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Tourism and Hotel Management Department, Moscow Humanitarian University, Moscow, Russia

Daria Konstantinovna Nazarova, Master's Student, Moscow Humanitarian University, Moscow, Russia

УДК 371.233

Пути совершенствования законодательства о туризме в Российской Федерации

Сабина Альбертовна Абдуллина

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Отмечено, что современный туризм в Российской Федерации начал и продолжает формироваться на основе определенных социальных, экономических и политических условий и закреплён в законодательной базе. Новая Конституция Российской Федерации обеспечила изменения, которые послужили основой активного развития всех видов туризма в стране.

Ключевые слова: туризм, закон, Конституция, Федеральный закон, пути решения

Ways to Improve the Legislation on Tourism in the Russian Federation

Sabina Albertovna Abdullina

Bashkir State University, Ufa, Russia

Modern tourism in the Russian Federation began and continues to be formed on the basis of certain social, economic and political conditions and is fixed in the legislative framework. The new Constitution of the Russian Federation provided changes that served as the basis for the active development of all types of tourism in the country.

Keywords: tourism, law, Constitution, Federal law, solutions

Принятие Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года сыграло роль в реализации конституционных положений и законодательном обеспечении современного туризма [4].

Целью данной статьи было формирование причин, сдерживающих развитие туризма и их преодоление.

Основные задачи:

- выявить недоработки в законах и распоряжениях, связанных с туристской деятельностью;
- сформировать пути решения проблем, существующих в законах и распоряжениях о туризме.

В первую очередь стоит рассмотреть Федеральный закон Российской Федерации «О туризме». Этот закон является основным регулятором туристской деятельности, однако он не затрагивает все аспекты, требующие решения. Экспертами было отмечено, что широкий спектр вопросов, затрагивающий такие аспекты, как организацию чартерных перевозок, перевозка пассажиров водным транспортом и т. д., либо не регулируются, либо регулируются только подзаконными актами (или региональными законами). Федеральный закон «О туристской деятельности», в основном, сформирован на основе выездного туристического потока, тогда как его действие не распространяется на въездной и внутренний поток.

Нельзя не отметить, что разработка нового законопроекта, который бы затрагивал все вопросы для регулирования, до сих пор не окончена, ныне существующий проект лишь закрывает некоторые «пробелы» [2].

Так, новый Закон вводит в обиход такие термины, как туристический кластер, туристический агрегатор, онлайн-бронирование и другие, однако в него не был включен ряд фундаментальных терминов, повсеместно используемых за рубежом, например, дестинация – пространство осуществления туристской деятельности. Документ, в частности, предусматривает дополнительное основание для исключения туроператора из единого федерального реестра туроператоров – если он фактически прекратил свою деятельность, поскольку оказался не в состоянии исполнять взятые на себя обязательства. Представленный законопроект носит технический характер, что совершенно не удовлетворяет спрос [1].

Однако, по мнению экспертов, существует несколько возможных правок в законопроект. Так, например, было отмечено, что законопроект лишает конечного потребителя туристских услуг дополнительных гарантий контроля за выплатой страхового возмещения со стороны органов государственной власти и подлежит пересмотру по поводу данного пункта и ряда других, например, о дополнительных основаниях для отказа во внесении сведений о туроператорах в реестр является предоставление неполных данных. По мнению общественных экспертов, это может породить правовую неопределенность.

Во вторую очередь, подлежит рассмотрению Распоряжение Правительства «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [3]. Сегодня Стратегия развития туризма до 2035 г. выступает базисом для регулирования туристско-рекреационного потенциала, однако и в ней содержится широкий спектр вопросов, подлежащих пересмотру. Так, недофинансирование программы (на 64,6 %) в 2014 году сказалось на её исполнении, вследствие чего ее эффективность оказалась на неудовлетворительном уровне.

Нельзя не отметить, что среди ключевых сфер в вопросе туристско-рекреационного потенциала остро стоит проблема сохранения исторического наследия. Поэтому было предложено в отношении исторических населенных пунктов принять комплексные решения, затрагивающие не только финансовое обеспечение, но и организацию на местном уровне. Представляется необходимым отметить разработку механизма поддержки предпринимателей сферы гостеприимства и креативных индустрий посредством предоставления им субсидий, льготных кредитов и передачи прав собственности на объекты культурного наследия.

Таким образом, в основном Федеральном законе РФ «О туризме» и ряде других Постановлениях и подзаконных актах существует широкий спектр недоработок, требующих рассмотрения или принятия новых законов. Многие эксперты уже сейчас рекомендуют определенные правки, которые помогут туристам и туроператорам в их деятельности. Однако, несмотря на все проблемы, туристско-рекреационный потенциал у РФ достаточно высокий, таким примером может выступить Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который стартовал в 2021 г., и уже через год большинство показателей нацпроекта по итогам одного года были перевыполнены.

Список литературы

1. Вахмистров В. П., Вахмистрова С. И. Правовое обеспечение туризма. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. 288 с.

2. Ибрагимова З. Ф., Хамадеева З. А. Проблемы развития туризма в России // Доклады Башкирского университета. 2020. Т. 5, № 2. С. 96–100.

3. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.: Распоряжение Правительства РФ: [от 20 сентября 2019 г. № 2129-р (ред. от 7 февраля 2022 г.)]. Текст: электронный // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756 (дата обращения: 08.09.2022).

4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон: [от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (последняя редакция)]. Текст: электронный // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462 (дата обращения: 08.09.2022).

Информация об авторе

Сабина Альбертовна Абдуллина, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Sabina Albertovna Abdullina, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Инновационные направления в развитии индустрии туризма и гостеприимства

УДК 338.486.3

Характеристика направлений инновационного развития туристических предприятий

Наталья Анатольевна Нестерова

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. М. Туган-Барановского, г. Донецк, Россия*

Статья посвящена проблеме развития и управления инновационной деятельностью туристического предприятия. Раскрыта сущность выбора перспективных направлений инновационного развития туристических предприятий; систематизированы инструменты и средства управления развитием туристических предприятий, а также рассмотрена отраслевая специфика инновационного развития предприятий туристической сферы.

Ключевые слова: направления развития туристического предприятия, структурно-функциональные параметры развития, эффективная система управления предприятием

Characteristics of the Directions of Innovative Development of Tourism Enterprises

Natalia Anatolievna Nesterova

*Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia*

The article is devoted to the problem of development and management of innovative activity of a tourist enterprise. The essence of the choice of promising directions of innovative development of tourism enterprises is

revealed; tools and tools for managing the development of tourism enterprises are systematized, and the industry specifics of the innovative development of tourism enterprises are considered.

Keywords: *directions of development of a tourist enterprise, structural and functional parameters of development, an effective enterprise management system*

Инновационное развитие туристических предприятий является процессом комплексным, непосредственно влияет на все функциональные подсистемы как основу инновационного развития, инновационный потенциал предприятия и активизирует, укрепляет его и в этом контексте инновационное развитие туристического предприятия является системным. В свою очередь, комплексность и синергетический эффект, полученный от такого системного воздействия, приводят к росту активности и эффективности инновационного развития туристического предприятия.

Систематизируя содержательно-функциональное наполнение понятия развития, целесообразно выделить такие его ключевые характеристики как: 1) обязательно имеющиеся качественные структурные изменения формируют предпосылки для повышения эффективности функционирования целевой социально-экономической системы; 2) процессы развития обусловлены объективной потребностью в реструктуризации фундаментальных норм, принципов и основ функционирования объекта (системы) под воздействием факторов его внутренней и внешней среды; 3) динамичный характер развития является его неотъемлемым атрибутом, требует наличия высокого уровня адаптивных свойств социально-экономической системы в процессе имплементации поступательных изменений; 4) процессы развития предусматривают формализацию конкретного результата (как положительного, так и отрицательного) за конкретный период времени функционирования системы; 5) процессу развития присущи цикличность и периодический характер реализации поступательных изменений, что обусловлено природой функционирования любого объекта (системы); 6) фундаментальной предпосылкой обеспечения поддержки эффективных процессов развития является обе-

спечение безопасных условий, что предполагает удержание в предельно допустимых нормах дестабилизирующего влияния угроз на функционирование социально-экономической системы; 7) развитие требует мобилизации адекватного ресурсного обеспечения в соответствии с поставленными стратегическими целями и задачами системы.

Таким образом, под развитием следует понимать целенаправленную совокупность поступательных изменений структурно-функциональных параметров социально-экономической системы в пространственно-временном измерении, обеспечивающих улучшение ресурсной способности, укрепление конкурентных преимуществ и повышение эффективности функционирования этой системы в условиях нарастающих вызовов и неопределенности окружающей среды [1, с. 90–92].

Очевидно, что «развитие» как философская категория экстраполируется на все сферы общественной жизни, в том числе и те, которые связаны с организацией и ведением хозяйственных отношений в системе национальной экономики на всех её иерархических уровнях управления. В свою очередь, определяющими для эффективности функционирования национальной экономики является развитие и становление процессов расширенного воспроизводства ее структурной единицы – предприятия (микроуровень), тогда как на макро- и мезоуровне в большей степени определяются количественные и качественные параметры развития последнего. Развитие предприятий понимают как динамическую систему взаимодействующих подсистем, предпосылок, факторов и принципов, которые формируют вектор количественных и качественных изменений функционирования предприятия, направленных на достижение заранее определенных приоритетов. Развитие формализует качественные преобразования организации производственно-хозяйственной деятельности и управленческих процессов, обуславливающих существенное повышение научно-технического уровня функционирования предприятия, наращивание его социально-экономической эффективности и улучшения управленческих бизнес-процессов.

Определение концептуальных характеристик развития туристических предприятий требует идентификации отраслевой специфики их функционирования, обосновывает стратегические цели, тактику, приоритеты, задачи, управленческий и организационно-экономический инструментарий поддержки процессов развития этих предприятий. Туристический продукт является специфическим, предоставление туристической услуги происходит параллельно с потреблением, туристическую услугу невозможно сохранить в пространственно-временном измерении, туристический продукт характеризуется высоким уровнем эластичности спроса на него относительно уровня доходов населения, при определении качества туристической услуги присутствует высокий уровень субъективной оценки со стороны непосредственного потребителя.

Очевидно, что структурно-функциональные параметры развития туристического предприятия оговариваются не только сугубо детерминантами его внутренней (финансовое обеспечение, ресурсный базис, кадровый персонал, приоритетная модель управления, материально-техническая база), но и в значительной степени внешней (макроэкономическая ситуация, развитость инфраструктуры, уровень благосостояния населения, государственное управление в сфере туризма, культурные обычаи и традиции и т. п.) среды. Вполне объективно, что параметры развития туристических предприятий определяются прикладными принципами реализации государственной политики в сфере туризма.

Эффективность развития туристического предприятия определяется параметрами управляемости этого процесса, зависят от адекватности организационно-управленческой структуры предприятия реальным требованиям и потребностям экономической среды его функционирования, сформировавшиеся на конкретный период времени. Дисбалансы организационно-управленческой структуры предприятия, просчеты в распределении полномочий, обязанностей и ответственности между работниками, отсутствие действенных механизмов мониторинга и контроля бизнес-процессов, лоббирование и преобладание личных интересов над общими, неблаго-

приятный морально-психологический климат в коллективе и повышенный уровень конфликтности среды – всё это усиливает иррационализм использования ресурсного потенциала туристических предприятий и сдерживает параметры эффективности их развития. Степень управляемости развития туристических предприятий определяет уровень его конечной производительности [2, с. 121–122].

Отсутствие эффективных механизмов управляемости развития туристических предприятий затрудняет прогнозирование его параметров и усиливает риски возникновения хаотического характера этого развития, не только вызывает угрозы функционированию предприятий туризма в пространственно-временном измерении (сокращение объемов прибыли, снижение уровня конкурентоспособности, потеря доли на рынке, уменьшение показателей эффективности, ухудшение качества предоставляемых туристических услуг и т. п.), но и может нанести разрушительного воздействия для деятельности этих предприятий и привести их дальнейшее банкротство и ликвидацию. Таким образом, качественным атрибутом эффективного развития туристических предприятий есть потребность в обеспечении его управляемого упорядоченного характера в пространстве и времени с учетом поставленных стратегических, тактических и оперативных целей.

Очевидно, что ключевыми причинами недостаточного уровня управляемости развития туристического предприятия является как субъективные (обоснование и выбор ошибочных стратегических целей, просчеты управленческого характера, субъективное противодействие изменениям, нежелание уступить властными полномочиями, опасения брать на себя ответственность, неэффективная кадровая политика и т. д.), так и объективные (ресурсная ограниченность предприятия, дестабилизирующее влияние вызовов и угроз, изменение параметров конъюнктуры туристического рынка, несовершенство институционально-правовой среды ведения туристического бизнеса, неопределенность условий функционирования предприятия, возникновения форс-мажорных ситуаций и т. п.) воздействия.

Достижение устойчивого развития, наряду с мощным ресурсным обеспечением, требует также организации эффективной системы управления туристическим предприятием, которая предусматривает не только наличие развитых профессиональных компетенций и управленческого таланта у непосредственного руководства, но и понимание со стороны управленческого персонала стратегической важности ориентации на приоритеты устойчивого развития туристических предприятий на основе сбалансирования их экономической, социальной и экологической сфер.

Список литературы

1. Долинская А. Ю. Управление инновационным развитием предприятия на основе стратегий развития инновационного потенциала // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». 2019. № 2. С. 87–95.

2. Сергиенко Е. С. Управление инновационной деятельностью и процессом развития компании: маркетинговый подход // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии: сборник материалов II Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 26 октября 2017 г.). М.: Аспект Пресс, 2018. С. 120–123.

Информация об авторе

Наталья Анатольевна Нестерова, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Information about the author

Natalya Anatolyevna Nesterova, Ph. D. eq. Sci., Associate Professor, Department of Tourism, GO HPE Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

УДК 338.46

Особенности инновационной деятельности предприятий сферы гостеприимства

*Светлана Валентиновна Калашикова¹,
Анжелика Руслановна Кумпилова²*

*^{1,2}Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Россия*

В статье рассмотрена роль инноваций в деятельности предприятий сферы гостеприимства, определены главные тренды использования инноваций и проблемы, препятствующие повышению уровня их инновационности.

***Ключевые слова:** инновации, инновационная деятельность, сфера гостеприимства*

Features of Innovative Activity of Enterprises of Hospitality

*Svetlana Valentinovna Kalashnikova¹,
Angelica Ruslanovna Kumpilova²*

^{1,2}Maikop State Technological University, Maikop, Russia

The article considers the role of innovations in the activities of hospitality enterprises, identifies the main trends in the use of innovations and problems that hinder an increase in the level of their innovativeness.

***Keywords:** innovations, innovative activity, hospitality*

Известно, что главной целью любого коммерческого предприятия является получение прибыли, которая выступает в качестве основного показателя эффективности его деятельности. Рост прибыли определяет увеличение потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности, создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, удовлетворения социальных и материальных потребностей трудовых коллективов. Она позволяет осуществлять инвестиции в саморазвитие, внедрять новшества, решать социальные проблемы на предприятии, финансировать мероприятия по его инновационному развитию.

В сфере гостеприимства увеличению прибыли может способствовать снижение издержек на оказание услуг, увеличение объёма оказываемых услуг, повышение качества оказываемых услуг, наиболее полное удовлетворение ожиданий гостей, расширение ассортимента предоставляемых услуг, проведение удачной рекламной кампании, а также внедрение инноваций в деятельность предприятия.

Гостиничная индустрия сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг. Несмотря на то, что гостиничный бизнес в России все еще находится в начале пути совершенствования, а спрос на гостиничные услуги остается неудовлетворенным в полной мере, предприятия индустрии гостеприимства сталкиваются с необходимостью борьбы за каждого клиента [2].

В соответствии с динамично меняющимися условиями деятельности любое гостиничное предприятие как полноценный участник рынка вынуждено изменяться, становясь инициатором внутриорганизационных инновационных процессов.

Проблема инновационности деятельности для предприятий, осуществляющих деятельность в сфере гостеприимства, стоит особенно остро. Основная цель инновационной деятельности – повышение эффективности деятельности, получение преимущества в конкурентной борьбе и, как результат – получение дополнительной прибыли [1]. К целям инновационной деятельности предприятий сферы гостеприимства можно отнести:

- оказание новых для данного гостиничного предприятия услуг;
- улучшение качества оказываемых услуг;
- повышение уровня автоматизации процесса обслуживания;
- снижение затрат гостиничного предприятия;
- облегчение процесса бронирования номеров;
- повышение уровня безопасности гостей и т. д.

Выделяют технологические, институциональные, маркетинговые и управленческие аспекты инновационности деятельности предприятий сферы гостеприимства [4]. Развитие

глобальной сети Интернет и информационных технологий предопределило появление новых форм и видов инноваций, что объективно требует осмысления их места и роли в инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

Сами по себе гостиничные предприятия не вовлечены в процесс создания инноваций, а инновационность их деятельности обусловлена приобретением технологий, оборудования, компонентов и материалов у поставщиков.

Внедрение инноваций в деятельность гостиничного предприятия может быть сопряжено с рядом проблем. Зачастую не только руководители, но и персонал гостиничных предприятий оказываются не готовы к использованию новых технологий. Все это происходит в силу их боязни, нежелания или неумения. Современные технологии противоречат устоявшимся процедурам. Инновации заработают не сразу и потребуются дополнительное время и ресурсы для полного их внедрения в деятельность предприятия, отладки всех рабочих процессов. Кроме того, инновации связаны с существенными затратами.

Пути решения обозначенных проблем состоят в совместной работе и разделении ответственности поставщика инноваций и руководства гостиничного предприятия осуществлением контроля за эффективным внедрением, настройкой и обучением персонала.

Инновационная деятельность предприятий сферы гостеприимства должна предвосхищать потребности и желания потребителя. Она направлена на адаптацию к меняющимся ценностям и ориентирам общества. Такое направление инновационной деятельности, как правило, повышает конкурентоспособность предприятия и повышает его конкурентные преимущества, что особенно важно в современных условиях.

Сфера услуг постоянно меняется, а внедрение инноваций на предприятиях индустрии гостеприимства обеспечивает им стабильное положение на рынке.

Сегодня использование цифровых технологий является главным трендом инновационной деятельности. «Умные» зеркала, беспроводные зарядки для гаджетов, интеллекту-

альное или smart-управление номером, «умные» pos-материалы, звукоизоляция, доступ в номер без ключа, видеочат с консьержем, Smart-телевидение, роботизация, 3D-принтеры, нейро-программирование, виртуальная реальность, цифровизация внутренних процессов, использование биометрических данных – это не полный перечень цифровых инновационных технологий, активно используемых предприятиями сферы гостеприимства.

Ресурсосберегающие технологии, защита окружающей среды, социальная ответственность и здоровье человека также являются популярными направлениями их инновационной деятельности, состоящими в сертификации LEED, использовании солнечной энергии, экономии воды, отказе от потребления пластика, использовании датчиков движения, утилизации отходов и пр.

Непременным условием успешности любого гостиничного предприятия является грамотное и последовательное внедрение инноваций. Выводы, сделанные в пандемийный период, показали, что инновации могут быть весьма полезны при внедрении ограничительных мер. Так, например, автоматизация процесса дезинфицирующей обработки рук, поверхностей, номеров, осуществления термометрии значительно упростили жизнь многим сотрудникам и гостиничным предприятиям в целом.

Конкуренция заставляет искать новые и новые способы выделиться среди прочих, заслужить доверие гостей, чтобы они вернулись именно в этот отель. Таким образом, можно сделать вывод, что инновации являются следствием инновационной деятельности, реализуемой с целью повышения конкурентоспособности как продукта, так и всего предприятия.

Список литературы

1. Абрамов Р. А. Региональные особенности инновационной деятельности в Российской Федерации: монография. М.: ООО «ИПЦ “Маска”», 2010. 414 с.
2. Игнатъев А. А. Инновации в туризме как эффективный метод повышения уровня конкурентоспособности туристского продукта // Горизонты экономики. 2017. № 4. С. 28–35.

3. Рубцова Н. В. Инновации в индустрии гостеприимства // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10, № 1. С. 457–466.

4. Рудченко В. Н. Инновации в туризме и построение подхода по их оценке // Ученые записки Санкт-Петербургского университета управления и экономики. 2014. № 4. С. 60–69.

Информация об авторах

Светлана Валентиновна Калашникова, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма, Майкопский государственный технологический университет, г. Майкоп, Россия

Анжелика Руслановна Кумпилова, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма, Майкопский государственный технологический университет, г. Майкоп, Россия

Information about the authors

Svetlana Valentinovna Kalashnikova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Marketing, Service and Tourism Department, Maykop State Technological University, Maykop, Russia

Angelika Ruslanovna Kumpilova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Marketing, Service and Tourism Department, Maykop State Technological University, Maykop, Russia

УДК 379.832:658.89:658.8.011.1

Программы лояльности клиентов как инструмент развития гостиничного бизнеса

Анастасия Владимировна Кроличенко

*Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья посвящена анализу понятия «лояльность гостя» в гостиничных предприятиях, обоснована актуальность программ лояльности как одного из инструментов конкурентоспособности отеля. Приведен конкретный пример программ, которые используются в работе одного из сетевых отелей г. Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: лояльность, гостиничный бизнес, конкурентоспособность, инструмент маркетинга

Innovative Customer Loyalty Programs as a Tool for the Development of the Hotel Business

Anastasia Vladimirovna Krolichenko

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

The article is devoted to the analysis of the concept of “guest loyalty” in hotel enterprises, the relevance of loyalty programs as one of the tools for the hotel’s competitiveness is given. The article also provides a specific example of programs that are used in the work of one of the chain hotel in St. Petersburg.

Keywords: *loyalty, hotel business, competitiveness, marketing tool*

В современном гостиничном бизнесе термин «лояльность» используется достаточно часто, под которым подразумевается положительное отношение и эмоциональную привязанность, являющиеся определяющими факторами при принятии любых решений, касающихся объекта лояльности [1]. Также необходимо отметить, что программы лояльности представляют собой и маркетинговый инструмент.

Исходя из материалов различных источников информации, можно отметить, что все правильно разработанные программы лояльности в средствах размещения имеют следующие положительные моменты для развития гостиничного бизнеса [2]:

1. Программы лояльности позволяют гостиничному предприятию четко определять целевые группы клиентов и предлагать им те поощрения, которые максимально соответствуют их запросам и пожеланиям.

2. Программы лояльности дают гостинице возможность увеличить объем реализации услуг за счет постоянных клиентов, которым предоставляется поощрение за большой объем покупок.

3. Программы лояльности создают условия для обсуждения с постоянными клиентами идей развития бренда, что позволяет снизить риск принятия неудачных управленческих решений.

Но, вместе с тем, необходимо понимать, что лояльность гостей длится ровно столько, сколько они довольны услугами.

Невозможно наработать доверие и симпатию «про запас», надеясь, что после плохого обслуживания в отеле они вернуться снова, помня о прежних поощрениях.

В современных условиях почти все крупные мировые гостиничные сети имеют выгодные системы лояльности, которые позволяют гостям зарабатывать очки в отелях и использовать их в дальнейшем для получения скидок и бонусов. Отельный бизнес всегда развивался и развивается стремительно, чтобы быть конкурентоспособным участником данного рынка необходимо постоянно придумывать что-то новое для своих гостей.

В настоящее время в программах лояльности в отельном бизнесе используются различные технологии идентификации и учета клиентских услуг и типы поощрения. Отметим, что в первую очередь программы лояльности очень привлекательны для MICE туризма. Многие исследования, показывают, что именно туристы с деловыми целями более лояльны к различным программам поощрения клиентов.

В век IT-технологий наблюдается резкий сдвиг в сторону диджитализации – внедрения инновационных цифровых технологий. Благодаря возможности вести прямой диалог между брендом и потребителем устанавливается целевая коммуникация на неограниченный период времени.

Еще несколько лет назад, чтобы стать участником какой-либо программы лояльности, надо было заполнять бумажные анкеты, взамен чему гостю выдавали карту, подтверждающую его участие. На сегодняшний день программы лояльности имеют доступ через приложения, что намного облегчает и снижает время регистрации, также пропадает необходимость для гостя иметь всегда при себе карту лояльности [3].

В российской практике рассмотрим пример работы программ лояльности в сети отелей “Travelto” 3 звезды, г. Санкт-Петербург. В данном средстве размещения используются следующие виды программ:

1. Карта постоянного клиента 20 % (выдается при условии посещения отеля более трех раз в течение месяца).

2. При бронировании одной ночи с заездом в вс, пн или вт – 5 % скидка.
3. При бронировании от 2 ночей с заездом в вс, пн или вт – 7 % скидка.
4. Предоставление завтраков за отметку в STORIES (в социальной сети ВКонтакте).
5. Подарок ко дню рождения гостя (коробка конфет с открыткой).
6. Предоставление возможности позднего и раннего заездов.

Данные программы лояльности были внедрены постепенно с начала работы отеля в 2015 году. К положительным моментам использования данных программ в отеле можно отнести то, что за период с 2019 по 2022 г. количество гостей, использующие программы (в частности, 1, 5, 6) выросло на 40 %, с 2020 по 2022 г. карт постоянных клиентов выдано – 67. Все это говорит о том, что благодаря программе лояльности в данном отеле повышалась статистика посещения гостей и увеличивается прибыль.

Таким образом, в условиях постоянно возрастающего уровня неопределенности в индустрии гостеприимства, лояльность потребителей представляет собой важное конкурентное преимущество для отеля. От того, насколько грамотно разработана программа лояльности, зависит степень приверженности клиентов гостиничного предприятия и, как следствие, конкурентоспособность отеля. По сравнению с независимыми гостиницами, сетевые отели имеют более содержательные и ценные программы лояльности.

Список литературы

1. Амитова А. А. Роль программ лояльности в пятизвездочных отелях. URL: <http://moluch.ru/archive/401/86760> (дата обращения: 19.10.2022). Текст: электронный.
2. Радыгина Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг // Технологии обслуживания в гостинице. 2016. № 3. С. 51–55.
3. Святая Е. О. Формирование комплексной стратегии развития маркетинга гостиничных услуг в условиях нестабильной рыночной среды. URL: <http://viewer.rsl.ru/ru/rsl01006659242?page=1&rotate=0&theme=white> (дата обращения: 19.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Анастасия Владимировна Кроличенко, студент, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

Научный руководитель Мария Александровна Шамова, старший преподаватель кафедры туристского бизнеса, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Anastasia Vladimirovna Krolichenko, Student, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

Scientific advisor Maria Alexandrovna Shamova, Senior Lecturer, Department of Tourism Business, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

УДК 338.48

Применение основ инноватики на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса

Дарья Дмитриевна Макарова

*Российский государственный университет туризма и сервиса,
г. о. Пушкино, Московская область, Россия*

В статье рассматривается инновационная деятельность как основа применения знаний инноватики. Предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса используют инновационную деятельность как инструмент повышения конкурентных преимуществ, что позволяет удивлять гостей новыми инновационными техническими характеристиками для комфортного проживания.

Ключевые слова: *QR-code, цифровой отель, биометрия в бизнесе, инновации в гостиничном бизнесе, инновации в ресторанном бизнесе, инновации, инновационная деятельность*

Application of the Basics of Innovation at the Enterprises of the Restaurant and Hotel Business

Daria Dmitrievna Makarova

*Russian State University of Tourism and Service,
Pushkino, Moscow Region, Russia*

In this article, innovative activity is considered as the basis for applying the knowledge of innovation. The enterprises of the restaurant and hotel business use innovative activity as a tool to increase competitive advantages, which allows guests to surprise with new innovative technical characteristics for a comfortable stay.

Keywords: *QR-code, digital hotel, biometrics in business, innovations in the hotel business, innovations in the restaurant business, innovations, innovative activity*

Предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса активно используют основы инноватики для повышения конкуренции предприятия, для формирования качественного и привлекательного продукта для потребителей. Инновационная деятельность, как результат изучения инноватики, формируется из знаний философии, экономики, предпринимательства, инженерного проектирования, психологии, социологии, маркетинга, логистики и др. Посредством привлечения гостей высоким качеством обслуживания и инновационными технологиями, формируется спрос, что приводит к увеличению загрузки номерного фонда и ресторана, повышается доход от реализации услуг. На рисунке представлена схема формирования финансового успеха предприятия.

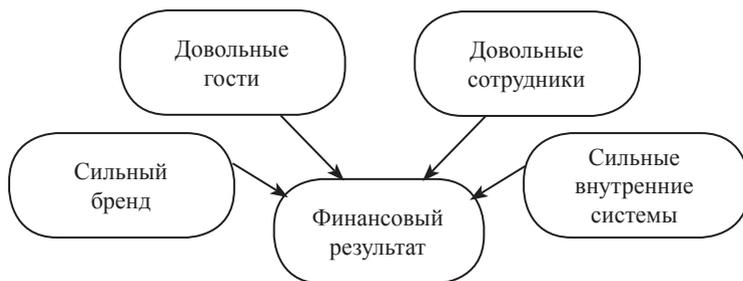


Схема формирования финансового успеха

Проанализировав рисунок, можно сделать вывод, что стрелки направлены от сильного бренда, довольных гостей, довольных сотрудников и сильных внутренних систем (инновационная деятельность) к финансовому результату, а не наоборот. Другими словами, если предприниматели будут уделять внимание качеству и повышать сильные стороны предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса, финансовый результат будет положительным.

На сегодняшний день можно выделить цель внедрения инновационной деятельности на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса – это повышение дохода через конкурентные преимущества, а задача – применение маркетинговых инструментов для формирования заинтересованности у потребителей.

Автор считает, что инновационная деятельность – процесс внедрения и реализации инноваций на рынок для повышения конкурентоспособности предприятия и удовлетворения будущих запросов потребителей с учетом специфика рынка и тенденций его развития. Были выделены три группы инновационной деятельности: инновации как новый гостиничный продукт, как техническая характеристика для комфортного проживания, как инструмент цифровизации [1]. В таблице представлены примеры применения инновационных технологий.

Проанализировав тенденции развития инновационной деятельности, можно отметить, что инновационное техническое оборудование позволяет автоматизировать процесс оказания гостиничных и ресторанных услуг, совершенствуются маркетинговые подходы к продвижению услуг, где первичной значимостью выступают мобильность и удаленный доступ, человеческий ресурс в обслуживании заменяется роботами для привлечения потребителей и снижения вероятности риска конфликтных ситуаций с гостями. Затраты на внедрение инноваций достаточно высокие и их необходимо учитывать в бюджете предприятия наравне с покупкой оборудования для ресторана (винный шкаф от 90 000 руб., открытая кухня – от

400 000 руб. и др.) и оснащением общественных зон и номерного фонда (для средств размещения 2–3* – от 150 000 – 300 000 руб., для 4–5* – от 300 000 до 500 000 руб.).

Современные тенденции в инновационной деятельности на предприятиях ресторанный-гостиничного комплекса

<i>Вид инновации</i>	<i>Описание</i>	<i>Применение в бизнесе</i>
Инновация как новый гостиничный продукт	Модульные объекты размещения	Данная концепция и подход к объектам размещения пользуются спросом у инвесторов и предпринимателей. Преимущества: мобильность, низкая цена по отношению к строительству, быстрый процесс возведения объектов. Недостатки: ограниченное кол-во домиков и сезонность. Компании: Гефест [2], Art Nauz (стоимость от 1 200 000 руб.) [3]
	Цифровой отель	Применение инновационных цифровых аспектов применяется давно, но использовалось точечным способом: управление номером с помощью «умного дома», роботы-бармены, саморегистрация, QR-code. Первый в России цифровой отель “AreironSpace” открылся в Москве [4]. Весь процесс проживания гостя осуществляется через мобильное приложение: от бронирования до проживания и выезда гостя. Стоимость проживания – 9 900 руб.
Инновация как новый гостиничный (ресторанный) продукт	Передвижные фудтраки	Согласно ГОСТу 30389-2013 по мобильности объекты предприятий общественного питания делятся на стационарные и мобильные точки питания [5]. Повышается популярность на передвижные точки питания. Преимущества: затраты ниже, чем открытие полноценного объекта питания, мобильность и находиться на событийных мероприятиях. Недостатки: закупка продуктов в больших количествах, ограниченный выбор меню. Компании: Food Truck (стоимость от 800 тыс. руб.) [6]

<i>Вид инновации</i>	<i>Описание</i>	<i>Применение в бизнесе</i>
Инновация как техническая характеристика для комфортного проживания	Съедобные стаканчики	Компания Drink&Eat. Данная концепция позволяет компаниям поддерживать политику экологической безопасности + формировать интерес у посетителей. Держит температуру напитка около 40 минут и не обжигает руки. Объем – 250 мл. Стоимость: 100 шт. – 5000 руб., 500 шт. – 4 500 руб., 1 000 шт. – 4000 руб. Производство находится в Великом Новгороде [7]
Инновация как инструмент цифровизации	Роботы-официанты. Bellabot или PuduBot	Для усиления конкурентных преимуществ и формирования интереса у гостей роботов задействуют на банкетных мероприятиях, которые могут развить кофе, алкогольные напитки или закуски. 1 робот = 5 официантов. Компания SPI Robotics [8]
Вид инновации	Описание	Применение в бизнесе
Инновация как инструмент цифровизации	Биометрия	Внедрение биометрии все чаще используют как инструмент для повышения безопасности гостей и сотрудников. Вход в систему АСУ осуществляется через отпечаток пальца или сканер лица сотрудника, что позволяет установить дополнительную защиту. Компания Iiko [9]
	QR-code	Применение QR-code как ухода от бумажного меню на предприятиях общественного питания

Высокая конкуренция в сфере гостеприимства способствует развитию инноватики, как следствие, применение инновационной деятельности в бизнесе, чтобы получить максимальную прибыль от реализации услуги до появления конкурентов.

Список литературы

1. Макарова Д. Д. Современные тенденции инновационной деятельности в гостиничном бизнесе // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек и общество». 2020. № 2. С. 106–114.
2. Сферические шатры. URL: <https://www.gefest-pro.ru> (дата обращения: 22.10.2022). Текст: электронный.
3. Art Nauz. Модульные дома для бизнеса. URL: <https://www.arthauz.ru> (дата обращения: 22.10.2022). Текст: электронный.
4. Цифровой отель «Areiron space»: [официальный сайт]. URL: <https://areironspace.com> (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.
5. Food Truck. URL: <https://www.food-track.ru> (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.
6. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. URL: <https://sudact.ru> (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.
7. Съедобные стаканчики для кофе и еды. URL: <https://drink-and-eat.com> (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.
8. SPI: Сервисные роботы. URL: <https://pudurobots.ru> (дата обращения: 25.10.2022). Текст: электронный.
9. Автоматизация ресторанов и кафе. URL: <https://iiko.ru> (дата обращения: 25.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Дарья Дмитриевна Макарова, канд. экон. наук, доцент Высшей школы туризма и гостеприимства, Российский государственный университет туризма и сервиса, г. о. Пушкино, Московская область, Россия

Information about the author

Daria Dmitrievna Makarova, Candidate of Economy, Associate Professor of the Department of Higher School of Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Pushkino, Moscow Region, Russia

Менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

УДК 005.2

Франчайзинг в сфере туризма в России

Яна Александровна Жданова¹, Изабелла Ивановна Цветкова²

^{1,2} Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского,
г. Симферополь, Россия

Отмечено, что в последние годы туристическая отрасль в России развивается. Поскольку для нее характерна жесткая конкуренция, особенно среди туроператоров и турагентств, все более популярным становится франчайзинг, позволяющий снизить риски при вхождении на рынок. В статье проанализированы преимущества и недостатки франчайзинга для разных сторон, а также выделены проблемы франчайзинга в экономике России.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзор, франчайзи, туроператор, турагентство

Franchising in the Tourism Industry in Russia

Yana Alexandrovna Zhdanova¹, Isabella Ivanovna Tsvetkova²

^{1,2} V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

In recent years, the tourism industry in Russia has been developing. Since it is characterized by fierce competition, especially among tour operators and travel agencies, franchising is becoming increasingly popular. It allows economic entities to reduce the risks when entering the market. So, franchising is discussed in this article.

Keywords: franchising, a franchisor, a franchisee, a tour operator, a travel agency

Туристическая отрасль в России последние годы получила активное развитие. В целом, в сфере туризма происходит трансформация, поиск компаниями новых путей, средств и способов функционирования. На рынке туристических услуг достаточно жесткая конкуренция. Поэтому малому и среднему бизнесу достаточно трудно удержаться на рынке и получать прибыли. По данным исследования, только 62 % малых предприятий, открывающихся самостоятельно, остаются на рынке через 1 год; через 10 лет – всего 18 % [1]. Учитывая все вышесказанное, действенным экономическим механизмом для создания устойчивого и прибыльного предприятия является франчайзинг. Франчайзинг – это не только инструмент мультипликации успешного бизнеса, но и механизм кооперации возможностей.

Целью исследования является выявление преимуществ и недостатков франчайзинга для различных сторон, а также выявление проблем системы франчайзинга в экономике России.

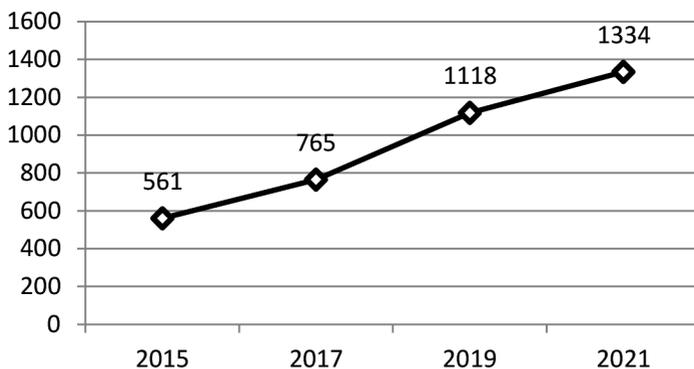
Правовым основанием существования франчайзинга в России является Гражданский Кодекс РФ (глава 54 ГК РФ). Важно сказать, что франчайзор не владеет (как правило) имуществом франчайзи, последний сохраняет юридическую и экономическую самостоятельность.

Франчайзинг является востребованным, поскольку в туристическом бизнесе крайне важен бренд. Любая поездка, особенно за границу, связана с рисками для выезжающего, поэтому люди стараются обращаться к надежным, проверенным фирмам. Также работа с готовыми бизнес-моделями снижает риски для компаний.

В сфере туризма в России достаточно большое число франчайзинговых систем с разными условиями франшизы. Данные по франчайзингу в сфере услуг в России представлены на рисунке.

Отметим, что число франчайзинговых брендов в сфере услуг растет и в количественном (с 561 до 1334), и в процентном отношении (с 31 % в 2014 г. до 48 % в 2021 г.) [2]).

В рейтинге сайта Бизнесменс.ру, где представлены все российские франшизы, туристическая отрасль представлена сетью отелей «Хостелы.Рус» (239-е место) и турагентством «Розовый слон» (487-е место).



Количество франчайзинговых брендов в сфере услуг

В каталоге Fmall среди франшиз туркомпаний самый большой рейтинг имеет компания «1001 Тур», затем идет «9 ночей» и «Хостелы.Рус». Высокий рейтинг также имеет турагентство «Слетать.ру». В рейтинге TopFinance на 9 месте среди всех франшиз в России (не только туристических) находится «Слетать.ру». Наиболее крупные франшизы в туристической отрасли на 2022 год – это Coral Travel (820 офисов), Pegas Touristic (более 700 офисов), «Росс Тур» (более 700 офисов), Tez Tour (около 400 офисов), TUI (около 300 офисов), «1001 Тур» (140 офисов).

Таким образом, для малого бизнеса франчайзинг является рабочим способом войти на рынок и удержаться на нем. В условиях нестабильной обстановки это может быть хорошим решением для предпринимателей.

К преимуществам (для франчайзи) можно отнести:

1. У бренда уже сложилась репутация, есть клиентская база.
2. Использование готовой, проверенной бизнес-модели.

3. Не нужно тратить на рекламу и раскрутку.

4. Есть поддержка от франчайзора. Сюда можно отнести обучение и повышение квалификации персонала. Также поддержка касается юридической стороны в каких-либо конфликтах.

5. Консолидированная ценовая (и рекламная) политика, единое информационное пространство. Есть общий сайт компании, например. Централизованный заказ печатной и сувенирной продукции.

6. Более выгодные комиссионные условия, чем для самостоятельных агентств. Возможны специальные условия от туроператоров.

7. Получение доступа к информационной базе франчайзора [4].

Для франчайзоров преимущество заключается в том, что они могут захватывать новые региональные рынки, вытесняя конкурентов, распространяя свою деятельность. Также франчайзоры имеют стабильный доход в виде роялти.

Однако у такого решения есть и проблемные стороны. Для франчайзи это:

1. Неоднородность политики по отношению к офисам правообладателя и офисам франчайзи.

2. Четко определенные требования и стандарты деятельности.

3. Могут быть установлены жесткие ограничения на выход.

4. Снижение спроса при ухудшении деловой репутации франчайзора.

Для франчайзоров недостатки заключаются, во-первых, в том, что по ГК РФ они несут субсидиарную ответственность вместе с франчайзи. Во-вторых, при некорректных, незаконных и т. п. действиях франчайзи будет нанесен репутационный ущерб франчайзору. Правообладатель обладает ограниченной властью по отношению к франчайзи, потому может потерять контроль над деятельностью открытой под франшизой точки. Также поэтому компания-франчайзор дольше подстраивается под изменения на рынке, чем полностью интегрированная.

Однако, несмотря на недостатки, франчайзинг в России в туристической сфере становится все более популярным. Растет число предприятий, работающих по этой схеме; сокращается доля малых предприятий, работающих в сфере туризма самостоятельно – по разным оценкам, от половины до трети всех малых предприятий на данном рынке [2]. Это связано, как уже говорилось, с жесткой конкуренцией и брендингованностью рынка. По мере развития франчайзинговой системы внутри сети становится все больше комплексных франчайзинговых подразделений. Однако стремительный рост сети под руководством одного франчайзи зачастую нежелателен для франчайзора, поскольку возникает вопрос о полномочиях.

Из внешних факторов, которые влияют на развитие франчайзинга в России, можно назвать меры поддержки Минэкономразвития и Российской ассоциации франчайзинга (РАФ).

Несмотря на большое число участников рынка франчайзинга в туризме в нашей стране, он все еще недооценен и находится на стадии формирования. При увеличении числа фирм и усилении конкуренции на рынке франчайзинг будет развиваться, однако главным фактором, влияющим на это, является состояние российской экономики. При кризисе и рецессии торговые точки будут сокращать продажи, закрываться. Тем не менее при неблагоприятных условиях на рынке предприятия как раз стремятся войти в крупную сеть для большей устойчивости. Вопрос в том, преодолет ли этот шаг общий разрушительный эффект от кризиса.

Выделим также проблемы франчайзинга в российской экономике. В первую очередь это юридические проблемы – законодательная база по данному вопросу мала и несовершенна. К организационным проблемам отнесем небольшой опыт работы по схемам франчайзинга, трудности в подготовке и переподготовке кадров при вхождении в сеть [1].

В заключение стоит сказать, что в России имеются условия для развития франчайзинга в сфере туризма, несмотря на то, что это достаточно молодой способ ведения бизнеса в нашей стране и есть связанные с этим проблемы. Франчайзинг, как механизм диверсификации туристских технологий, может

стать наиболее приемлемым в условиях быстро меняющегося рынка туризма в РФ, кризиса выездного туризма на фоне общеэкономических трудностей последних лет.

Список литературы

1. Кицис В. М. Франчайзинговые сети в туризме России // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14, № 4. С. 44–56.
2. Франчайзинг в сфере туризма: бренды «на развес». URL: <https://www.beboss.ru/franchise/j-203-franchayzing-v-sfere-turizma-brendy-na-gazves> (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.
3. Российский франчайзинг 2022. URL: <https://franshiza.ru> (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.
4. Коновалова Е. Е., Силаева А. А. Развитие франчайзинга в сфере туризма // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 7. С. 79–89.

Информация об авторах

Яна Александровна Жданова, студент, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Изабелла Ивановна Цветкова, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Information about the authors

Yana Alexandrovna Zhdanova, Student, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Isabella Ivanovna Tsvetkova, PhD of Economics, Associate Professor of the Department of Management, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

УДК 338.48:353.8

Интенсификация развития туристской инфраструктуры в ДНР за счёт формирования эффективного механизма государственно-частного партнерства

*Людмила Александровна Овчаренко¹,
Татьяна Викторовна Черкашина²*

^{1,2} *Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье на основе рассмотрения проблем, связанных с использованием туристско-рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики, обосновывается целесообразность формирования эффек-

тивного механизма государственно-частного партнерства для динамичного восстановления существующей и формирования новой туристской инфраструктуры.

Ключевые слова: интенсификация, туристская инфраструктура, Донецкая Народная Республика, развитие, механизм, государственно-частное партнерство

Intensification of the Tourism Infrastructure Development in the DPR through the Formation of an Effective Mechanism for Public-Private Partnership

*Liudmila Aleksandrovna Ovcharenko¹,
Tatiana Victorovna Cherkashina²*

*^{1,2} Donetsk Academy of Management and Public Administration under
the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia*

Based on the research of the problems associated with the use of the tourist and recreational potential of the Donetsk People's Republic, in the article, it is substantiated the expediency of formation of an effective public-private partnership mechanism for the dynamic restoration of the existing and the formation of new tourist infrastructure.

Keywords: *intensification, tourist infrastructure, Donetsk People's Republic, development, mechanism, public-private partnership*

В связи с продолжающимся с 2014 г. военным конфликтом с Украиной возможности развития внутреннего туризма были практически нивелированы, несмотря на имеющийся туристско-рекреационный потенциал [1]. Многолетнее нарастание социальной напряженности, связанное в том числе и с невозможностью удовлетворения рекреационных потребностей большей части населения, привело к снижению качества жизни, увеличению показателя заболеваемости и снижению уровня удовлетворенности жизнью среди жителей региона. Донбасс стал «разрушенной землей неразрушенного достоинства», территорией, которая утратила значительную часть инфраструктуры, но сохранила свой высокий человеческий потенциал.

Начиная с 2019 г. Министерством молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики был определен курс на продвижение внутреннего туризма в ДНР как приоритетного

направления социально-экономического развития. Вместе с тем, несмотря на проведение специализированной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины, значительная часть территорий региона еще находятся под контролем ВСУ, что не позволяет в полной мере реализовать природный туристско-рекреационный потенциал региона для целей отдыха и туризма. В настоящее время территории, на которых сосредоточены лесные угодья Донбасса, расположена главная зона рекреационной значимости (вдоль р. Северский Донец), находятся под контролем ВСУ и являются территориями активного военного противостояния. До начала военного конфликта Святогорье, Краснолиманская зона отдыха и город-курорт Славянск, наравне с Азовским побережьем составляли основные центры туристского притяжения региона.

Однако после завершения специализированной военной операции настанет период интенсивного восстановления и создания новой туристской инфраструктуры, что частично можно наблюдать уже в текущий момент на примере г. Мариуполь. В связи с этим вопросы формирования эффективного механизма государственно-частного партнерства в данной сфере деятельности приобретают особую актуальность.

Туристско-рекреационный потенциал Донецкой Народной Республики достаточен для формирования инновационного туристско-рекреационного комплекса и эффективного развития туристско-рекреационной деятельности в регионе. Основой туристско-рекреационного потенциала выступают природные ресурсы, в первую очередь особо охраняемые природные территории. В таблице приведен перечень особо охраняемых природных территорий (ООПТ) Донецкой Народной Республики (включая территории, временно находящиеся под контролем Украины).

**Особо охраняемые природные территории
Донецкой Народной Республики**

<i>Донецкая Народная Республика</i>	<i>Территории ДНР, временно находящиеся под контролем Украины</i>
<ul style="list-style-type: none"> – Биосферная особо охраняемая природная территория республиканского значения «Хомутовская степь – Меотида». – 16 государственных природных заказников. – Республиканский ландшафтный парк «Донецкий Кряж». – Ландшафтно-рекреационный парк «Зувский». – 13 памятников природы государственного и местного значения. – 3 заповедных урочища, расположенные в Старобешевском районе Донецкой Народной Республики. – Донецкий ботанический сад. – Парки-памятники садово-паркового искусства «Имени А. П. Чехова» и «Дубовый Гай» 	<ul style="list-style-type: none"> – Два отделения Украинского степного природного заповедника: «Каменные могилы», «Меловая флора». – Парк-памятник садово-паркового искусства «Дендропарк Маяцкого лесничества». – Национальный природный парк «Святые горы». – 3 региональных ландшафтных парка: «Славянский курорт», «Краматорский», «Клебан-Бык». – 9 заповедных урочищ: «Мариупольская лесная дача», «Никаноровский лес», «Кучеров яр», «Брандушка», «Долгенький лес», «Широкий лес», «Мирное поле», «Балка Зеленая», «Лес на граните». – 22 памятника природы. – 37 государственных природных заказников
30 тыс. га	60 тыс. га

Таким образом, суммарная площадь особо охраняемых природных территорий (ООПТ) Донецкой Народной Республики составляет 90 тыс. га. Данные территории потенциально пригодны для создания туристских зон, отдельных объектов сферы туризма и гостеприимства и развития экологического, рекреационного и других видов туризма.

В период, последующий после завершения специализированной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины, реализация приоритетных туристских проектов потребует в первую очередь государственного участия, что обусловлено высоким уровнем издержек и длительным сроком окупаемости при строительстве и реконструкции туристской

инфраструктуры. Однако частный капитал также может стать значимым ресурсом для достижения цели создания в регионе инновационной туристской инфраструктуры.

Согласно российскому опыту комплексные проекты государственно-частного партнерства в сфере туризма и гостеприимства могут реализоваться в рамках создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа (сокращенно ОЭЗ ТРТ), которые предусматривают совместное инвестирование бюджетных и частных финансовых средств в развитие туризма в пределах конкретной территории (региона).

В условиях экономических и политических санкций, русофобских настроений во многих странах мира, ставших причиной ограничения выездного туризма и переориентации населения России на внутренний туризм, вопрос дальнейшего развития ОЭЗ ТРТ представляется актуальным. Донецкая и Луганская Народные Республики, а также Запорожская и Херсонская области обладают достаточным природным потенциалом для создания туристско-рекреационного комплекса вдоль побережья Азовского моря, также интерес представляют лесные ресурсы ДНР и ЛНР в бассейне р. Северский Донец.

Вместе с тем в РФ государственно-частное партнерство в сфере туризма не получило достаточного распространения. Инвесторы предпочитают краткосрочные проекты, в то время как для проектов в сфере туризма и гостеприимства сроки окупаемости колеблются в среднем от 9 до 12 лет, довольно высока и стоимость земли для реализации туристских проектов. Поэтому для привлечения инвестиций в сферу туризма и гостеприимства необходима продуманная господдержка в форме льгот и других преференций со стороны государства.

Актуальным направлением является поиск эффективных форм государственно-частного партнерства, позволяющих привлечь частные инвестиции в экономику регионов. Это свидетельствует о необходимости совершенствования принципов формирования механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма; целесообразности координации взаимодействия участников (в том числе на основе активно-

го привлечения участия населения и трудовых коллективов в проектах) и совершенствовании информационного обеспечения реализации управленческих решений.

В Донбассе до 2014 г. многие государственные образовательные организации высшего профессионального образования имели на балансе одно либо несколько объектов туристско-рекреационного назначения, которые активно использовались для организации отдыха научно-педагогических работников и студентов. С началом военного конфликта данные объекты были потеряны, оказавшись, как правило, на подконтрольной Украине части Донецкой Народной Республики. В связи с чем можно рассматривать трудовые коллективы образовательных организаций как потенциальных инвесторов в процессе реализации проектов государственно-частного партнерства в сфере туризма и рекреации.

Примечательно, что в 2021 г. В Российской Федерации был запущен национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который нацелен на развитие внутреннего туризма. В частности, в планах проекта к 2030 г. увеличить внутренний туристический поток до 140 млн поездок [2]. Также среди поставленных задач: создать новые туристические объекты, развивать инфраструктуру и сформировать туристические макротерритории по всей стране [Там же]. Одной из таких макротерриторий после завершения специализированной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины может стать территория ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей, имеющая значительный природный потенциал для развития рекреационного пляжного туризма. Протяженная береговая линия Азовского побережья, мягкий климат и протяженный купально-пляжный период являются предпосылками для создания на данных территориях ОЭЗ ТРТ, что при условии выработки комплексной и сбалансированной системы государственно-частного партнёрства позволит привлечь инвесторов для формирования инновационной туристско-рекреационной инфраструктуры, отвечающей передовым мировым критериям.

Таким образом, для эффективного решения проблемы формирования современной туристской инфраструктуры в Донецкой Народной Республике необходимо задействовать эффективные механизмы государственно-частного партнерства, что позволит привлечь не только государственные, но и частные инвестиции в создание, модернизацию (восстановление) туристской инфраструктуры, что в свою очередь обеспечит формирование устойчивых конкурентных преимуществ туристско-рекреационного комплекса региона и будет способствовать росту качества жизни населения за счет удовлетворения туристско-рекреационных потребностей.

Список литературы

1. Овчаренко Л. А. Комплексная оценка природного рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики // Ландшафтные и экологические исследования природных и антропогенных геосистем: материалы IV Общероссийской (с международным участием) науч.-практ. конф. (заочной), посвященной 85-летию высшего географического образования в Тамбовской области. Тамбов: ИД «Державинский», 2022. С. 318–325.

2. О туризме 2022: рынок и тренды. URL: <https://wtcmoscow.ru> (дата обращения: 13.06.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Людмила Александровна Овчаренко, д-р экон. наук, доцент кафедры туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Татьяна Викторовна Черкашина, старший преподаватель кафедры иностранных языков, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Liudmila Aleksandrovna Ovcharenko, Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Donetsk People's Republic, Russia

Tat'yana Viktorovna Cherkashina, Senior Teacher of the Department of Foreign Languages, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Donetsk People's Republic, Russia

УДК 658.8:338.48

**Повышение потребительской лояльности
как фактора конкурентоспособности
туристического предприятия**

**Виктория Николаевна Тищенко¹,
Виктория Григорьевна Антонец²**

^{1,2} *Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия*

Обоснована необходимость и целесообразность формирования потребительской лояльности, что позволит туристическому предприятию быть конкурентоспособным на рынке и добиваться поставленных целей, а также рассмотрены разные методы формирования лояльности клиентов туристической фирмы. Предложена модель разработки стратегии повышения лояльности клиентов туристических компаний.

Ключевые слова: лояльность, туристическое предприятие, клиент, эффективность, конкурентоспособность

**Implementation of the Customer Loyalty System
as a Tool to Improve
the Tourism Enterprise Management Efficiency**

**Victoria Nikolaevna Tischenko¹,
Victoria Grigorievna Antonets²**

^{1,2} *Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia*

The necessity and expediency of forming consumer loyalty is substantiated, which will allow a travel company to be competitive in the market and achieve its goals, as well as various methods of forming customer loyalty of a travel company are considered. A model for developing a strategy for increasing the loyalty of customers of travel companies is proposed.

Keywords: loyalty, tourism enterprise, client, efficiency, competitiveness

Система лояльности клиентов предполагает разработку долгосрочных программ взаимовыгодного сотрудничества между потребителями и туристическим предприятием. Это бизнес-процесс идентификации, поддержки и увеличения «отдачи» от лучших клиентов с использованием интерактивных коммуникационных отношений и формирование эмоциональной взаимосвязи клиентов с брендом и бизнесом в це-

лом [1]. Стратегической целью такой системы является увеличение доходности ключевых сегментов покупателей (клиентов).

Необходимость управления лояльностью predeterminedena ростом количества компаний, производящих идентичные по характеристикам товары или оказывают сравнимые по стоимости и качеству услуги.

Таким образом, для повышения эффективности управления туристическим предприятием, кроме самого товара/услуги, важно умение убедить потребителя в его ценности.

При разработке программ лояльности следует учитывать, что не все покупатели равноценны на предприятии. Программа лояльности считается эффективной, если она способствует удержанию постоянных лучших клиентов (по принципу Паретто «80/20»), увеличивает активность тех, кто покупает меньше, и уменьшает расходы на случайных клиентов.

Важным фактором лояльности клиентов является высокое качество обслуживания, характеризующееся скоростью обслуживания и способностью сотрудников ориентировать клиента на принятие правильного (необходимого туристической фирме) решения при покупке туристического продукта [2].

Чтобы достичь лояльности клиентов, существует ряд методов. В мировой практике в зависимости от поставленной цели программы лояльности выбирается метод, посредством которого эта цель будет достигаться. Выбранный метод зависит от доступных ресурсов. Список и краткая характеристика основных методов формирования лояльности клиентов туристической фирмы приведены в таблице.

Основные методы формирования лояльности клиентов туристической фирмы

<i>Метод</i>	<i>Описание метода</i>
<i>Методы, основанные на предоставлении финансовой выгоды (материальные)</i>	
Простой метод	Выгоду получают все постоянные клиенты, участвующие в программе лояльности. Заработанные баллы потребители могут обменять на скидку, бесплатный товар или дополнительную услугу

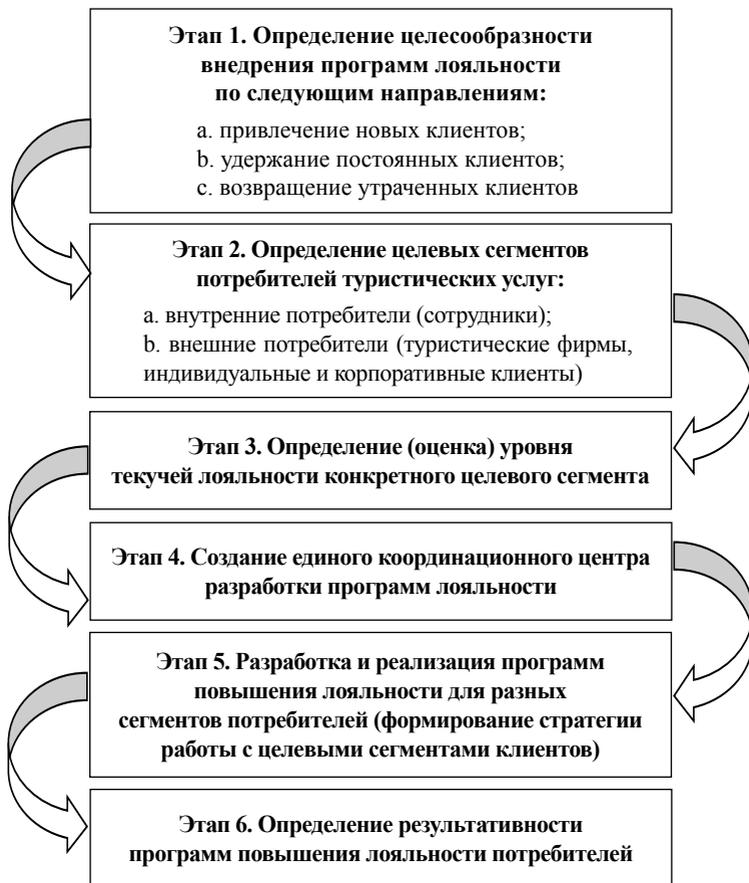
<i>Метод</i>	<i>Описание метода</i>
Ярусный метод	Потребителям, находящимся на разных стадиях пирамиды лояльности, предоставляются разные бонусы: на нижней ступени клиенты пользуются краткосрочными поощрениями, а на верхних – долгосрочными преимуществами
Платный метод	Выгода предоставляется за единовременную плату
Отложенный метод	Выгода предоставляется всем потребителям, но спустя определенный промежуток времени
Метод партнерства	Сотрудничество с партнерами, предоставляющими бонусы при совершении покупки клиентами
<i>Методы, основанные на предоставлении неденежной выгоды (нематериальные)</i>	
Игровой метод	Предоставление выгоды в виде вовлечения в игру
Органический метод	Выгода заключается в принадлежности к кругу пользователей продукцией (услугами) компании

Результаты исследований особенностей формирования лояльности клиентов туристических предприятий позволяют утверждать, что сейчас одним из более конструктивных инструментов их развития стали интернет-ресурсы. Это является закономерным следствием информатизации в целом. Туристический бизнес достаточно информационно насыщен, потому эффект масштаба от использования Интернета проявляется не только в традиционной форме, т. е. предложения туристического продукта, но также в спросе на него. При этом одним из наиболее значимых инструментов формирования лояльности потребителей становится виртуальный маркетинг, который можно трактовать как систему знаний о предложении на рынке туристического товара/услуги на базе современных информационных технологий, интегрирующих маркетинговую деятельность предприятия во внутренней и внешней среде [5].

Механизм формирования лояльности клиентов туристических компаний предполагает его формирование на долгосрочной стратегии сотрудничества компании и клиента для обеспечения его удовлетворенности качеством турпродукта (туруслуги) и, наконец, повышения лояльности клиентов [4].

Предлагаем осуществлять процесс повышения лояльности клиентов туристической компании с помощью модели разработки соответствующей стратегии (см. рисунок).

На начальном этапе следует, учитывая высокую конкуренцию на рынке туристических услуг, определить целесообразность разработки программы лояльности и направление действия этой программы, т. е. на что она будет преимущественно направлена: привлечение новых, удержание постоянных или возвращение утраченных клиентов. В высококонкурентной среде туристического рынка управление лояльностью становится очень востребованным. Эта сфера является уже зрелой экономической системой, где завоевание новых клиентов – это достаточно сложный процесс. Еще сложнее отвоевать уже утраченных клиентов, поэтому большинство туристических компаний пытаются, прежде всего, удержать имеющихся клиентов. Однако для новых туристических фирм важны первые два направления: и привлечение новых, и удержание постоянных клиентов. На этапе определения целевых сегментов потребителей туристических услуг необходимо сориентироваться по сегментам, на которые в первую очередь будет нацелена конкретная программа лояльности. Для руководства туристической компании важной будет разработка программы повышения лояльности собственных сотрудников перед формированием конкретной программы повышения лояльности потребителей. Лояльность персонала позволит быть уверенным в использовании всех мер по удержанию имеющихся клиентов компании и завоевания новых.



Модель разработки стратегии повышения лояльности клиентов туристической компании

На этапе определения (оценки) уровня текущей лояльности конкретного целевого сегмента необходимо провести оценку этой лояльности выбранного целевого сегмента с помощью имеющихся разнообразных методик (NPS, CSI, CES, RFM-анализ и т. д.), а также определить соответствующие приоритеты и потребности. Этап создания единого координа-

ционного центра разработки программ лояльности является актуальным и целесообразным для крупных туристических фирм.

На этапе разработки и реализации программ повышения лояльности для разных сегментов потребителей следует определить методы, инструменты программы и мероприятия, которые будут доминантными для конкретной группы потребителей.

На заключительном этапе определяется результативность программ повышения лояльности потребителей. Результатом успешной реализации программ лояльности могут быть такие показатели, как увеличение количества лояльных клиентов, рост объемов продаж турпродуктов, а следовательно, и выручки, рост рыночной доли туристического предприятия, повышение показателей прибыльности и рентабельности турфирмы и т. д. [3].

Развитие туристического рынка, который интенсифицировался в последние годы, ставит перед туристическими предприятиями сложные задачи привлечения новых и удержание имеющихся клиентов.

Таким образом, обоснована необходимость и целесообразность формирования потребительской лояльности, что позволит туристическому предприятию быть конкурентоспособным на рынке и добиваться поставленных целей.

Список литературы

1. Голубева Т. Б., Нифонтова А. Д. Оптимизация бизнес-процессов и клиентоориентированность предприятия сервиса // Публичное / частное в современной цивилизации: материалы XXII Российской науч.-практ. конф. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2020. С. 581–585.

2. Красковская А. С. Клиентоориентированный сервис – ключ к успешному развитию гостиничного бизнеса в России. Текст: электронный // Студенческий научный форум: материалы VII Междунар. студенческой науч. конф. URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/20170105>>><https://scienceforum.ru/2017/artic> (дата обращения: 12.09.2022).

3. Краснова Е. С., Горностаева Ж. В. Разработка программ лояльности потребителей // Наука и бизнес: проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф., 2018. С. 119–123.

4. Мальцева Е. С., Паладова Т. А. Программы лояльности и их актуальность для современного потребителя // Образование и наука в России и за рубежом. 2019. № 2. С. 125–129.

5. Хорошева А. Традиционные программы лояльности в туризме устарели. URL: <https://www.trn-news.ru/analytics/64260> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Виктория Николаевна Тищенко, студент, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Виктория Григорьевна Антонец, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Victoria Nikolaevna Tischenko, Student, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

Victoria Grigoryevna Antonets, Candidate of Economics, Associate Professor of the Tourism Department, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

УДК 338.4

Роль программы удержания персонала предприятий сферы туризма

***Людмила Вениаминовна Балабанова¹,
Елена Викторовна Сардак²***

*^{1,2} Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия*

В статье обоснована необходимость разработки программы удержания персонала предприятий сферы туризма. Определены внутренние и внешние индикаторы, отражающие необходимость внедрения программы удержания сотрудников. Уточнены содержание и роль HR-брендинга в процессе реализации программы удержания персонала предприятий сферы туризма.

Ключевые слова: удержание, программа, туризм, предприятие, персонал, HR-бренд, HR-брендинг

A Role of the Personnel Withholding Program of the Tourism Enterprises

***Lyudmila Veniaminovna Balabanova¹,
Helena Viktorovna Sardak²***

*^{1,2} Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, DPR, Russia*

In the article the necessity of development of the program of personnel withholding of tourism enterprises is grounded. Internal and external indicators, wich reflecting the necessity of introduction of the program of personnel withholding, are certain. Maintenance and role of HR-branding in the process of realization of the program of personnel withholding of tourism enterprises are specified.

Keywords: *withholding, program, tourism, enterprise, personnel, HR-brand, HR-branding*

В современных реалиях, связанных с трансформацией сферы туризма (в силу ограничений пандемии, санкционного давления, экономической и политической нестабильности), одним из важнейших факторов, влияющих на поддержание конкурентоспособности и репутационного капитала предприятий данной сферы, является удержание ценных сотрудников. Это обуславливает актуализацию соответствующих теоретических аспектов, а также повышение практической значимости вопросов, отражающих выбор направлений и разработку механизма удержания персонала.

В 2021 году HR-менеджеры туристических предприятий столкнулись с рядом проблем, типичных и для других сфер деятельности. Это: обострение конкурентной борьбы, повышение неопределенности и рисков, рост текучести персонала, завышенные ожидания соискателей в отношении заработной платы и социальных льгот, кадровый дефицит, коренные изменения в системе ценностей работников, а также необходимость разработки новых форм организации труда, гибридной работы и т. п.

Текущий год характеризуется адаптацией предприятий-работодателей, а также соискателей рынка труда к изменениям, требующим вернуться к решению отложенных ранее

HR-задач, установлению новых целей, найму новых работников и удержанию имеющихся ценных сотрудников. При этом в настоящее время предприятия сферы туризма в большей степени ориентированы не на развитие, а на поддержание жизнедеятельности в прежних объемах и на сохранение своего персонала, не уделяя должного внимания процессу разработки и внедрения программы удержания сотрудников.

Многие профессионалы отмечают, что в последнее время у них произошла определённая переоценка факторов, влияющих на принятие решения о выборе места работы – материальная сторона вопроса стала более значимой. В 2021 году в число самых популярных материальных факторов вошли: конкурентная заработная плата (91 %, в 2020 г. – 76 %), медицинское страхование (включая членов семьи) и компенсация расходов на частную медицину сверх страховки (60 %), стопроцентная оплата больничного листа (52 %), индивидуальные вознаграждения (42 %), увеличенный отпуск (34 %) и компенсация расходов на мобильную связь (34 %) [4].

Таким образом, приведенные выше факторы позволяют определить, на какие параметры следует ориентироваться работодателю при разработке программы удержания ценных сотрудников.

При этом важным является выявление внутренних и внешних индикаторов проблемной ситуации, свидетельствующей о необходимости оперативной разработки программы удержания персонала. Так, к внутренним индикаторам можно отнести: низкую эффективность деятельности, рост текучести персонала, отток работников из категории «звезды», увольнение сильного лидера (лидеров), повышение уровня конфликтов в коллективе, большую концентрацию высокопродуктивных сотрудников в одном структурном подразделении, снижение сплоченности коллектива, запланированную реструктуризацию, падение репутации предприятия как работодателя, а также имиджа его сотрудников. Внешними индикаторами, отражающими потребность в разработке программы удержания персонала предприятий сферы туризма, являются: рост активности предприятий-конкурентов в сфере

найма, увеличение числа вакансий на рынке труда, совершенствование систем мотивации и развития персонала в предприятиях-конкурентах, повышение спроса на таланты в данной сфере.

Процедура разработки программы удержания персонала должна предусматривать:

- анализ внутренних и внешних индикаторов проблемной ситуации;
- мониторинг внешней и внутренней среды (их влияния на текучесть персонала и прочие негативные тенденции), бенчмаркинг, анализ системы удержания в предприятиях-конкурентах;
- определение целей (в долгосрочном и/или краткосрочном периоде) и целевой аудитории программы удержания персонала;
- оценка факторов и непосредственно риска увольнения ключевых сотрудников, талантов;
- выбор инструментария удержания сотрудников;
- составление плана удержания персонала (определение сроков выполнения мероприятий, ролей и ответственных);
- анализ отклонений, выводы и рекомендации.

В данном контексте важными также являются мероприятия по HR-брендингу, которые должны предусматривать работу по повышению репутации предприятия как работодателя (с целью повышения ценности труда в предприятии как для действующих, так и для потенциальных работников), а также мероприятия по формированию высокого имиджа своих сотрудников (с целью снижения текучести персонала, роста удовлетворенности трудом в предприятии, привлечения талантов и т. д.).

Развитие HR-бренда в рамках реализации программы удержания персонала целесообразно базировать на достижении соответствия между ценностями предприятия, которые задекларированы и популяризируются с помощью комплекса маркетинговых HR-брендинговых коммуникаций, и ценностями, фактически реализуемыми в предприятии сферы туризма. Оценка данного соответствия позволяет своевременно выявлять отклонения, анализировать соответствующие проблемы

(снижение удовлетворенности работников своим трудом, отсутствие или снижение уровня их лояльности по отношению к предприятию, рост текучести кадров и т. п.), их устранять и предупреждать. Таким образом, объектом внимания руководства обязательно должно быть обеспечение соответствия между предложенными и реальными ценностями HR-бренда предприятия. В процессе управления развитием бренда работодателя сферы туризма рекомендуются: развитие ценностей бренда предприятия, которые соответствуют потребностям целевой аудитории; разработка программы по корректировке бренда работодателя (на основе оценки его сильных и слабых сторон); развитие социальных аспектов бренда работодателя; формирование гибкой политики продвижения бренда работодателя; расширение внутренних коммуникаций и внутреннего PR; развитие корпоративной культуры.

Таким образом, разработка и внедрение программы удержания персонала предприятий сферы туризма, сопровождающиеся активными мероприятиями HR-брендинга, будут способствовать снижению текучести кадров, стабилизации кадрового состава, повышению удовлетворенности работников трудом, а также росту эффективности HR-менеджмента и репутации работодателей на рынке труда.

Список литературы

1. Армстронг М., Тейлор С. Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2018.
2. Армстронг М., Тейлор С. Главный учебник HR в мире. М.: Бомбора, 2022.
3. Балабанова Л. В., Сардак Е. В. Концептуальные основы управления персонал-маркетингом предприятия // Economic and Law Human Resources Management Issues: Collective Monograph. Caricom, 2016. С. 15–29.
4. Обзор рынка труда и заработных плат в России. URL: <http://htatypss.x/x/s/saalalaryyguuididee.hays.ru> (дата обращения: 20.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Людмила Вениаминовна Балабанова, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетингового менеджмента, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Елена Викторовна Сардак, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры маркетингового менеджмента, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Lyudmila Veniaminovna Balabanova, Doctor of Economics, Professor, Manager by the Department of Marketing Management, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

Helena Viktorovna Sardak, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of marketing management, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

УДК 338.48

Маркетинговое исследование актуальности проектирования приключенческого тура в Каларском районе

Виктория Валерьевна Лиханова

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Отмечено, что приключенческий туризм – перспективное направление в сфере отдыха и развлечений. Мотивами и целями приключенческого туризма являются участие в программах и мероприятиях, обеспечивающих получение интенсивного эмоционального опыта, переживания, волнения, адреналинового всплеска. Несмотря на свою новизну, приключенческий туризм привлекает к себе все большее внимание. В статье представлены результаты анкетирования среди жителей г. Читы на предмет актуальности разработки нового туристического маршрута в Каларском районе.

Ключевые слова: *Забайкальский край, приключенческий туризм, маркетинговое исследование, анкетирование, Каларский район*

Marketing Research of the Relevance of Designing an Adventure Tour in the Kalarsky District

Victoria Valeryevna Likhanova

Zabaikalsky State University, Chita, Russia

Adventure tourism is a promising direction in the field of recreation and entertainment. The motives and goals of adventure tourism are participation in programs and activities that provide intense emotional experience,

excitement, adrenaline rush. Despite its novelty, adventure tourism attracts more and more attention. In this article, the author presents the results of a survey among residents of Chita for the relevance of developing a new tourist route in the Kalarsky district.

Keywords: *Trans-Baikal Territory, adventure tourism, marketing research, survey, Kalarsky district*

Каларский район в туристском отношении уникален. Здесь сконцентрированы в большом количестве и разнообразии перспективные туристские ресурсы для путешествия с самыми различными целями. Уникальные разнообразные природные и археологические памятники, богатое этническое наследие, ландшафтно-рекреационные ресурсы, культурно-исторические ценности обеспечивают конкурентоспособность в развитии внутреннего туризма, открывают возможность для туристской, экскурсионной и рекреационной деятельности, создают условия для формирования научных, познавательных, экологических, приключенческих, экстремальных и других туров.

Потенциал туристского предложения базируется на уникальных природных ресурсах, ландшафтном и биологическом разнообразии территории, ресурсах познавательного и научного туризма, орнитологического туризма, этнотуризма, геологической и палеонтологической сохранившихся памятниках археологии, культуры.

Каларский район один из самых популярных уголков России среди туристов. Разнообразие природных ландшафтов с каждым годом все больше привлекает самодеятельно-спортивные туристические группы. Большой популярностью пользуется хребет Кодар, с его наивысшей точкой пик БАМ 3 073 метра, здесь можно совершить горные маршруты до шестой категории сложности. В последние годы туристами начали активно осваиваться также Каларский и Удоканский хребты со своими минеральными источниками и вулканами.

Каларский район уникален по своему содержанию памятников природы, которые являются самыми удивительными и неповторимыми во всем Забайкалье. Всё это притягивает по-

ток туристических самодеятельных групп в летний период, как граждан Российской Федерации, так и зарубежных государств.

С целью разработки нового туристического маршрута на территории Каларского района нами было проведено маркетинговое исследование для изучения востребованности создания нового тура, выявления интереса потребителей к нему. Маркетинговое исследование представляет собой сбор, обработку и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

Одним из наиболее используемых методов маркетингового исследования является анкетирование, представляющее собой форму опроса, в ходе которого респондент самостоятельно фиксирует ответы на поставленные в анкете вопросы.

С целью определения сегмента потенциальных потребителей приключенческого тура по Каларскому району было проведено анкетирование, в котором приняло участие 65 человек, из которых 75 % женщин и 25 % мужчин. По возрастному критерию в анкетировании приняли участие: молодежь в возрасте от 18 до 25 лет – это 69,20 % опрошенных, 18,40 % опрошенных в возрасте 26–35 лет и 12,40 % в возрасте от 35 до 40 лет.

Основной группой для опроса были студенты 73,8 %, работающие в сфере образования и обслуживания составили по 7,6 и 6,2 % соответственно. Таким образом, мы можем увидеть, что в опросе приняли участие различные группы респондентов по возрастному и половому составу.

Затем респондентам были заданы вопросы о том, любят ли они приключенческий туризм. Положительный ответ дали 84,80 % опрошенных. На вопрос «приходилось ли принимать участие в приключенческих турах?» были получены следующие результаты – 50,80 % не принимали участия в приключенческих турах. Это связано с тем, что в Забайкальском крае приключенческий туризм развит не очень хорошо и в принципе в России он только набирает обороты. Но 49,20 % респондентов принимали участие в приключенческих турах, возможно в других городах России и в других странах мира.

Также можно сделать вывод, что не все респонденты знают, что представляет собой приключенческий туризм, поэтому вытекает следующий вопрос «Что для респондентов является приключением?».

Мы предполагали выяснить, какие составляющие приключения в путешествии интересны респондентам. Поэтому из опроса можно сделать вывод, что для большинства это активный вид на отдыхе (43 %). Для многих приключенческие туры – это неожиданные и спонтанные поездки, сценарии которых заранее неизвестны. Неразрывно с познавательными функциями путешествие должно быть наполнено яркими эмоциями (24,60 %), для многих респондентов приключения – это выход из зоны комфорта (23 %).

Стоит сказать о том, что многие респонденты являются городскими жителями, поэтому природное пространство для них наиболее привлекательно, так, походы в горы, пребывание на озерах, вовлечение в общение с животными, спуск по горной реке на каноэ и другие активные виды отдыха на природе были выбраны значительным количеством человек (43 %).

На наш взгляд, это связано с тем, что современные люди в повседневной жизни все реже взаимодействуют с природой. Некоторые респонденты отмечали, что в поездках с приключенческими целями необходимо наличие элементов экстрима и получение острых ощущений (24,6 %).

Если говорить о продолжительности поездки, то основная масса опрошенных указывает, что оптимальная продолжительность приключенческого тура для них неделя (43 %), 3–5 дней выбрало 27 % и два дня выбрали 23 % респондентов.

Данные исследования показывают, что большинство респондентов готовы потратить от 5 до 10 тыс. рублей (31 %) на приключенческий тур, а 25 % респондентов готовы оплатить за такой тур около 10–20 тыс. рублей.

Около 80 % респондентов считают, что потребность у жителей Забайкальского края в развитии приключенческих турах высокая. Наибольшей популярностью, по мнению респондентов, среди посещаемых районов обладают: Читинский (34 %) и Каларский (38 %). Анализ выявил, что более половины

опрошенных потенциальных туристов интересуются территориями Забайкальского края и готовы совершить по нему путешествие.

Подводя итоги анкетирования, можно сделать выводы о том, что приключенческий туризм интересен потенциальным туристам. Основная масса населения предпочитает туры продолжительностью 5–7 дней. Среди районов Забайкальского края был выделен Каларский район, как перспективный для разработки нового уникального маршрута приключенческого туризма.

Таким образом, можно говорить об актуальности и востребованности приключенческих туров на туристском рынке Забайкальского края. Учитывая перспективность приключенческого туризма и его растущую популярность, проект нового маршрута будет иметь практическую значимость и может быть полезен турфирмам и экскурсионным бюро города Читы, поскольку проектируемый маршрут способен расширить спектр предоставляемых услуг и может способствовать привлечению новых клиентов, а также развитию приключенческого туризма в Забайкальском крае.

Список литературы

1. Насырова Р. А. Памятники природы Чарской котловины // Удочкан. Подготовка территории к освоению. Чита, 1992. С. 182–188.
2. Невероятное сочетание: пустыня среди ледников в Забайкалье. URL: <http://vchasnik.ua> (дата обращения: 04.10.2022). Текст: электронный.
3. Охраняемые территории Восточного Забайкалья: какие земли, почему и каким образом нужно сохранить в Байкальском регионе. Чита: ЗабГПУ, 2002. 125 с.
4. Сеница С. М., Лазаревская С. В. Туристический край – Забайкалье // Ресурсы Забайкалья. Чита, 2002. 130 с.

Информация об авторе

Виктория Валерьевна Лиханова, канд. пед. наук, доцент кафедры социокультурного туризма, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Victoria Valeryevna Likhanova, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Tourism, Trans-Baikal State University, Chita, Russia

УДК 338.48

Подходы к управлению туристическим кластером

Марина Павловна Титова

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

В статье рассматриваются подходы к управлению туристическим кластером. Анализируется вопрос участия государства как законодателя и создателя проектов кластерного развития для обеспечения баланса в функционировании туристического кластера и осуществления им прямого управления.

Ключевые слова: *туристический кластер, подходы к управлению, центры развития, влияние государства, модели туристических кластеров*

Approaches to Tourism Cluster Management

Marina Pavlovna Titova

Transbaikal State University, Chita, Russia

The article discusses approaches to the management of the tourism cluster. The issue of participation of the state as a legislator and creator of cluster development projects to ensure a balance in the functioning of the tourism cluster and its direct management is analyzed.

Keywords: *tourism cluster, approaches to management, development centers, government influence, models of tourism clusters*

Подходы к управлению туристическим кластером зависят от этапа жизненного цикла кластера: является ли кластер уже сформированным или только формируется, или уже переживает стадию угасания и трансформации. На этапе формирования кластера выделить конкретную управленческую структуру очень сложно. На этом этапе они или сами возникают стихийно или осознанно создаются участниками кластера для нормализации процесса взаимодействия.

Туристический кластер может управляться центрами развития, частными организациями или одной из организаций участников. Данные подходы к управлению имеют и положительные и отрицательные черты.

Центры развития представляют собой специализированные структуры, создаваемые, как правило, при правительствах

регионов с целью реализации региональной кластерной политики [2]. Подобные Центры являются достаточно компактными по численности сотрудников и участвуют не только в управлении, но и в создании кластерных структур, осуществляя свои полномочия в рамках федеральных и региональных программ по развитию кластерной экономики. К плюсам подобного подхода в управлении относятся независимость государственного управляющего центра от непосредственно производства и, как следствие, невозможность чрезмерного лоббирования интересов одного из участников кластера. К отрицательным чертам такого подхода можно отнести значительную оторванность управляющего центра от производственных процессов и, как следствие, отсутствие их понимания и невозможность принимать управленческие решения оперативно и адекватно текущей ситуации. Как правило, государственные структуры чрезмерно зарегулированы и не обладают должной быстротой в принятии решений, которые на данный момент от них ждет экономика. С другой стороны, преследуя цель развития кластера, такие организации имеют возможность поощрять инновационные процессы.

Частные управляющие организации, как правило, создаются по инициативе участников формируемого кластера и действуют в их интересах. Организуются в форме обществ с ограниченной ответственностью и некоммерческих партнерств. Здесь может наблюдаться чрезмерный лоббизм интересов создателей управляющей организации и пренебрежение интересами других участников. Кроме того, заботясь о максимизации прибыли, такие управляющие организации более склонны к пренебрежению инновациями, которые не несут явной выгоды. К положительным сторонам такого управления отнесем более тесную связь с производством, чем у управляющего центра, и, как следствие, более оперативную реакцию на все происходящие события.

Управление через участников кластера представляет собой выделение одного из предприятий кластера в качестве управляющего предприятия. А. Анисимов именует такие предприятия «якорными» [1]. Они осуществляют управление

кластером с согласия остальных предприятий-членов. Так же подобную функцию могут осуществлять входящие в состав кластера крупные научные институты и образовательные организации.

Отдельно стоит затронуть вопрос влияния государства на развитие туристического кластера. Мировая практика использования кластерного подхода к развитию бизнеса и территории свидетельствует, что в основе кластерной политики лежит национальная доктрина повышения конкурентоспособности страны, решаемая путем перевода экономики на инновационные рельсы (развитие науки и образования, стимулирование инновационных процессов в экономике) через распространение новой гибкой формы организации производства, названной кластером [3].

Первоначально кластеры возникали стихийно и развивались самостоятельно, без влияния государства. С развитием науки и появлением доказательств эффективности кластерного подхода государства стали создавать кластеры по собственной инициативе в рамках государственно-частного партнерства, оказывая этому процессу ощутимое материальное и моральное содействие.

В стратегии же развития регионов кластерный подход представляет собой форму территориально-отраслевой организации производства, способствующей реализации инновационных предпринимательских проектов экономического развития, обуславливающих синергетический эффект взаимодействия с научными, проектными институтами при заинтересованном участии федеральных, региональных и муниципальных органов управления.

Государство в процессе формирования кластеров имеет тройственную роль: регулятор, гарант стабильности и предприниматель. В качестве регулятора государство определяет правила взаимодействия участников кластера между собой. Как гарант стабильности оно обеспечивает сохранение и развитие благоприятных условий для инвестиций и инноваций, и развития структур внутри кластера. Как предприниматель государство выступает собственником предприятий и участником кластера.

В связи с тем, что государство имеет возможность вмешиваться в процесс формирования и функционирования кластера, возникает вопрос о степени его участия в этих процессах. Исследователи высказывают следующие мнения: кластеры развиваются естественным путем и не могут быть созданы с использованием административного ресурса; кластер не может полноценно развиваться без поддержки государства; кластеры имеют собственное видение развития, которое способствует реализации основных приоритетов государства [4].

Также интересен подход К. Кетельса: государство не должно отбирать участников потенциальных кластеров, определять приоритеты их развития; государство может финансировать кластеры и инициировать их создание; государство должно участвовать в кластерных структурах, быть готовым выполнять соответствующие рекомендации, поддерживать доступ к данным [по: 5].

Эта концепция на данный момент поддерживается в Европе, и, тем не менее, степень своего вмешательства в развитие кластеров каждое европейское государство определяет для себя самостоятельно.

Наиболее верным кажется мнение о том, что:

- кластеры изначально формируются под влиянием факторов среды, в которой расположены. Их функционирование предопределяется историческим и культурным наследием, географическим положением данного региона, системой институционального и нормативно-правового регулирования и макроэкономической средой;

- кластеры также формируются предпринимательской активностью и фирмами, которые внедряют инновационные стратегии и бизнес-модели. Эти действия отдельных компаний, как правило, не скоординированы, но являются частью общего рыночного механизма;

- для обеспечения, сбалансированного развития кластеров и избежания чрезмерного влияния со стороны того или иного участника кластера следует использовать такие инструменты, как кластерная инициатива и кластерная политика. Кластерная инициатива идет от предпринимателей и предста-

вителей научного сообщества. Кластерная политика реализуется государством и является усилиями по формированию и развитию кластеров [3].

Относительно влияния государства на формирование кластера сформулированы две модели туристических кластеров: либеральная и дирижистская.

Дирижистская модель предполагает активную роль государства в развитии туристического кластера. Либеральная модель предполагает, что кластер является рыночным организмом, и роль властей заключается в снятии барьеров для его естественного развития [1]. Однако различные формы поддержки как в дирижистской, так и в либеральной модели не подразумевают создание какой-либо организационной управленческой структуры.

В России практика развития туристических кластеров реализуется в рамках особых экономических зон туристско-рекреационного типа. В 2010 г. в Госдуму был внесен законопроект, определявший понятия туристического кластера и управляющей компании такого кластера. Под туристическим кластером понималась совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению Правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых Правительством РФ [6]. Управляющей компанией туристического кластера признавалось юридическое лицо в форме ОАО, учрежденное на основе принципов государственно-частного партнерства, которому по решению Правительства РФ могут быть переданы отдельные полномочия по управлению туристско-рекреационными особыми экономическими зонами, входящими в туристический кластер.

Видим, что ключевой особенностью отечественной трактовки туристических кластеров является их прямое государственное управление, включая вопросы планирования и создания, организации и менеджмента, а также инвестирования и контроля.

Кроме того, законодательство в области кластеров пересекается с законодательством об особых экономических зонах

(ОЭЗ). К ОЭЗ относятся специально обособленные территории, которые государство наделяет особым юридическим статусом и экономическими льготами. Это делается для привлечения инвесторов и стимулирования производства в таких зонах. Особый режим предпринимательской деятельности позволяет инвесторам снизить издержки на создание производства, упростить взаимодействие предпринимателей с государством и получить налоговые льготы.

Таким образом, туристический кластер представляет собой структуру, которая может управляться центрами развития, частными организациями или одной из организаций участников. Он не требует строгого государственного управления. Скорее наоборот, предпочтительно участие государства в процессах кластера как равноправного члена наравне с другими участниками. Однако государство также должно участвовать как законодатель и создатель проектов кластерного развития для обеспечения баланса в функционировании туристического кластера. В России модель кластера выстраивается зачастую по дирижистской модели, где государство осуществляет прямое управление туристическим кластером.

Список литературы

1. Анисимов К. В. Формирование типологии кластеров в контексте развития высокотехнологичных отраслей промышленности // Научные труды Вольного экономического общества России. 2021. № 2. С. 318–342.
2. Виноградова М. В., Ульянченко Л. А. Региональные туристские комплексы и кластеры: общие черты и основные отличия // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 8. С. 127–140.
3. Волков С. К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Экономика. Информатика». 2016. № 16. С. 5–15.
4. Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности / В. Л. Абашкин, С. В. Артемов, Е. А. Исланкина [и др.]. М.: ВШЭ, 2017. 324 с.
5. Нагорная М. С., Шевцова В. В. Зарубежный опыт кластерной модели управления в сфере туризма // Управление в современных системах. 2019. № 1. С. 7–13.
6. Хныкина Т. С., Смирнова Ю. Л. Проблемы формирования туристических кластеров в Российской Федерации // Международный научный журнал. 2017. № 1. С. 24–28.

Информация об авторе

Марина Павловна Титова, канд. филос. наук, доцент кафедры социокультурного туризма, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Marina Pavlovna Titova, PhD in Philosophy Sciences, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Tourism, Transbaikal State University, Chita, Russia

УДК 338.48

Совершенствование организации и продвижения театрально-событийных фестивалей Омской области

Юлия Викторовна Шляпина¹, Динара Биляловна Газизова², Елена Валерьевна Храпова³

^{1,2,3} Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск, Россия

В статье на основе ретроспективного анализа организации театральных фестивалей Омского региона предложено изменение формата проведения театральных фестивалей за счет включения в программу фестиваля, помимо спектаклей, перформансов, хеппенингов, флешмобов, квестов и других подобных мероприятий. Разработан план продвижения театральных фестивалей, учитывающий сегмент продвижения и возможности информационных каналов.

Ключевые слова: *театральный фестиваль, событийный туризм, театрально-фестивальное движение*

Improving the Organization and Promotion of Theatrical and Event Festivals in the Omsk Region

Yuliya Viktorovna Shlyapina¹, Dinara Bilyalovna Gazizova², Elena Valerievna Khrapova³

^{1,2,3} Omsk Institute of Water Transport – branch of the Siberian State University of Water Transport, Omsk, Russia

Based on a retrospective analysis of the organization of theater festivals in the Omsk region, the article proposes a change in the format of holding theater festivals, due to the inclusion in the festival program, in addition to performances, performances, happenings, flash mobs, quests and other

similar events. A promotion plan for theater festivals has been developed, taking into account the promotion segment and the possibilities of information channels.

Keywords: *theater festival, event tourism, theater and festival movement*

Изучение теоретических основ событийного туризма и ретроспективный анализ организации театральных фестивалей Омского региона позволяют сформировать вывод, что регион располагает всеми необходимыми ресурсами для организации событийного туризма на базе театрально-фестивального движения.

Несмотря на все имеющиеся ресурсы театральные фестивали, которые могли бы быть стать центром притяжения туристов, таковыми не становятся. Для исправления ситуации требуется совершенствовать формата фестивалей; составлять план продвижения фестивалей.

Слово «фестиваль» у большинства потенциальных участников ассоциируется с чем-то ярким, красочным, привлекательным и праздничным. Именно так и должны проходить фестивали, для того что привлечь туристические потоки в регион. Однако в том формате, в котором сегодня проводятся омские театральные фестивали, они могут привлекают сугубо профессиональную среду (театралов, театральных критиков и т. д.).

Даже организаторы фестивалей признают, что в настоящее время [2] не существует научно обоснованного подхода к организации и продвижению фестивального движения; организаторы в регионах признают необходимость изменения формата театральных фестивалей и испытывает серьезные проблемы в их развитии.

Формально-административный характер проведения театральных фестивалей сегодня является устаревшим и малопривлекательным для местных жителей и туристов.

В связи с этим мы предлагает сделать театральные фестивали многоформатными за счёт включения в программу фестиваля помимо спектаклей перформансов, хеппенингов, флешмобов, квестов и т. д. Тем самым театральные фестивали станут более зрелищными и интерактивными. Все это

позволит добавить новых ярких впечатлений и превратить посетителей фестивалей из пассивных зрителей в активных участников.

На наш взгляд, для развития событийного туризма необходимо вовлекать в театрально-фестивальное движение наиболее активную часть общества – молодых людей 18–35 лет. Доля этого сегмента среди путешествующих лиц занимает более 40 % туристических потоков. Этот сегмент имеет следующие предпочтения [1]: низкая цена (минимальная стоимость размещения, преимущественное использование общественного транспорта); максимальное общение (новые знакомства, контакты с участниками событийного мероприятия; общение с местным населением); максимум информации (возможность получения информации о событии из интернет-источников, обмена информацией, мнениями, фото и видеоматериалами в социальных сетях); максимальная насыщенность событиями (насыщенность программы, возможность выбора мероприятия, быстрый перекус и т. д.); материальное подтверждение участия в событийном мероприятии (памятные сувениры, футболки, бейсболки и т. д.).

Кроме того, предлагается привлекать к некоторым мероприятиям местных жителей и студентов профильных вузов и сузов. Для них участие в театральных фестивалях будет проведением досуга. Местные жители могут быть задействованы при проведении театральных карнавалов, перформансов, флешмобов, театральных шествий и т. д.

Часть мероприятий театральных фестивалей по возможности сделать открытыми и бесплатными, например, перформансы, хеппенинги, флешмобы и т. д. Локация открытых мероприятий определяется тематикой фестиваля, т. к. это театральные фестивали, то локациями могут быть театральный сад, театральный музей, музей имени М. А. Врубеля, библиотека им. А. С. Пушкина и т. д.

Таким образом, при сравнительно небольших финансовых вложениях можно создать креативное, яркое и запоминающееся событие.

Проанализировав предложения туристических фирм г. Омска, можно прийти к выводу, что все они сводятся к краткосрочным экскурсиям (1–2 часа). К сожалению, не одна из омских туристических компаний не предлагает продолжительных туров (например, туров выходного дня) с посещением спектаклей.

Средняя продолжительность театральных фестивалей составляет от одной до двух недель, в связи с чем нами предлагается организаторам фестиваля совместно с одной туристической компанией разработать такой тур на период проведения фестивалей.

Таким образом, развитие театрального туризма сделает театр более доступным и привлекательным времяпрепровождением не только для жителей Омска, но и для жителей Омской области и смежных областей, что свою очередь повысит культуру и образованность участников театральных фестивалей.

Проведя анализ продвижения омских театральных фестивалей, приходится признать, что учредители и организаторы фестивалей, даже имея многолетний опыт проведения подобных мероприятий, продвигают фестивали скорее на энтузиазме, чем на профессиональном уровне. Несмотря на то, что практически во всех Положения о проведении фестивалей задекларировано информирование о его организации и проведении на сайтах учредителя и организатора, информация о большинстве театральных фестивалях недостаточна и разрознена. Из восьми рассмотренных фестивалей официальный сайт существует только у двух (Международный фестиваль «Академия», Международный фестиваль «В гостях у Арлекина») и только два фестиваля имеют группы в социальных сетях (Международный фестиваль «Молодые театры России», Международный фестиваль «Академия») [3]. Чаще всего все продвижение театральных фестивалей сводится к публикации коротких анонсов на сайтах учредителей и организаторов, в крайнем случае в печатных изданиях и местных СМИ. При этом следует отметить и крайне сжатые сроки продвижения театральных фестивалей (не более месяца до начала события). Информационная поддержка со стороны региональных властей зачастую

сводится лишь к обеспечению разрешительной документации при проведении с последующим включением в отчеты.

Для привлечения туристов на театральные фестивали следует составлять план продвижения мероприятия [3]. Во-первых, информационная поддержка фестивалей не должна ограничиваться временем проведения фестиваля и должна вестись на трех стадиях: до мероприятия (pre-event), во время мероприятия (at-event), после мероприятия (post-event). Во-вторых, на каждой из вышеперечисленных стадий нужно выбирать информационные каналы и инструменты событийного маркетинга. В-третьих, необходимо учитывать специфику целевой аудитории театральных фестивалей. В целевой аудитории этих мероприятий можно выделить следующие сегменты: участники (театральные коллективы, именитые гости), потенциальные посетители (местные жители и туристы), спонсоры и представители СМИ.

Таким образом, театральное движение сегодня становится фактором формирования благоприятного имиджа города. Ключевым фактором, способствующим развитию театрального туризма, является возрастание значимости досуга в структуре ценностей современного человека.

Список литературы

1. Башкарев А. А. PR-сопровождение событийного туризма в Ленинградской области // Технологии PR и рекламы в современном обществе: материалы XII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 18–21.

2. Чесакова Л. Омский фестиваль «Молодые театры России» требует трансформации. URL: https://omsk.bezformata.com/listnews/oms_kij_festival-molodie-teatri/78281419 (дата обращения: 19.02.2020). Текст: электронный.

3. Шляпина Ю. В. Развитие событийного туризма в г. Омске на примере театрально-фестивального движения: маркетинговый аспект: монография. М.: РУСАЙНС, 2022. 118 с.

Информация об авторах

Юлия Викторовна Шляпина, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления на транспорте, Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск, Россия

Динара Биляловна Газизова, старший преподаватель кафедры экономики и управления на транспорте, Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск, Россия

Елена Валерьевна Храпова, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления на транспорте, Омский институт водного транспорта – филиал Сибирского государственного университета водного транспорта, г. Омск, Россия

Information about the authors

Yuliya Viktorovna Shlyapina, Cand. Economy Sci., Associate Professor, Department of Economics and Management in Transport, Omsk Institute of Water Transport – Branch of the Siberian State University of Water Transport, Omsk, Russia

Dinara Bilyalovna Gazizova, Old Lecturer, Department of Economics and Management in Transport, Omsk Institute of Water Transport – Branch of the Siberian State University of Water Transport, Omsk, Russia

Elena Valerievna Khrapova, Cand. Economy Sci., Associate Professor, Department of Economics and Management in Transport, Omsk Institute of Water Transport – Branch of the Siberian State University of Water Transport, Omsk, Russia

УДК 338.48:339.174

Маркетинговая стратегия как выход предприятия на туристский рынок услуг

Елена Владимировна Логвина¹, Елисей Александрович Кирьянов²

*^{1,2} Таврическая академия Крымского федерального университета
им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия*

В статье приводятся статистические данные по объёму продаж турфирмы «Грифон». Приведен SWOT-анализ исследуемого предприятия, выявлены главные преимущества и недостатки в работе предприятия. Для выхода предприятия на туристский рынок России авторами приведены расчеты для участия в ярмарочно-выставочной деятельности турфирмы «Грифон».

***Ключевые слова:** Республика Крым, маркетинговая деятельность, экскурсионная услуга, туристское предприятие, калькуляция затрат*

Marketing Strategy as an Enterprise's Entry Into the Tourist Services Market

Elena Vladimirovna Logvina¹, Elisey Aleksandrovich Kirianov²

*^{1,2} Department of Tourism of the Faculty of Geography
of the Taurian Academy Institute,*

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

In the article, the authors provide statistical data on the volume of sales of the travel agency "Griffin". The SWOT analysis of the investigated enterprise was carried out, the main advantages and disadvantages in the work of the enterprise were revealed. To enter the tourist market of Russia, the authors provide calculations for participation in the fair and exhibition activities of the travel agency "Griffin".

Keywords: *Republic of Crimea, marketing activity, excursion service, tourist enterprise, cost calculation*

Отсутствие маркетинговой стратегии может привести к потере позиций предприятия на рынке. Рассмотрим формирование маркетинговой политики на примере туристского предприятия «Грифон». Данное предприятие было основано в 2012 г. и имеет статус туроператора. Основная сфера деятельности предприятия – внутренний туризм. Расположено в г. Судак в Юго-Восточном Крыму. В течение туристского сезона собирается материал по продаже экскурсионных и туристских услуг. Одновременно анализируется ассортимент экскурсионных услуг и уровень цен на них. Так, в 2018 году объем продаж составил – 8 131 билетов, в 2019 г. – 7 307 шт., а в 2020 г. – 7 844 шт. Отмечается заметное увеличение объема продаж за 2018 и 2020 гг. Количество возвращённых билетов колеблется в зависимости от сезона. При рассмотрении данного параметра наблюдается тенденция к увеличению: так, например, в 2018 г. – 174 шт. (2,10 %); в 2019 г. – 169 шт. (2,26 %), а в 2020 г. – 348 шт. (4,25 %). Частая причина отказа: возникновение форс-мажорных обстоятельств, связанных с организацией экскурсии и т. д. [1]. Для характеристики маркетинговой деятельности туристского предприятия «Грифон», определим пути выхода данного предприятия на туристский рынок РФ. Анализ факторов внутренней и внешней среды представлен в табл. 1.

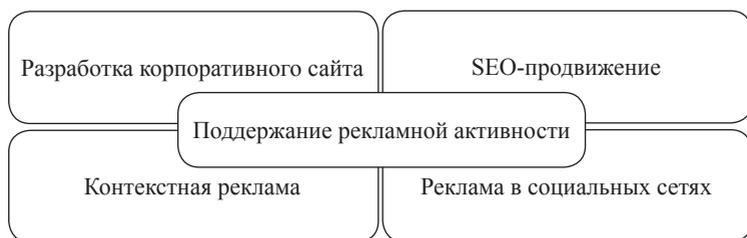
Таблица 1

SWOT-анализ ООО «ГРИФОН» (составлено авторами)

	<i>Положительное влияние</i>	<i>Отрицательное влияние</i>
	<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<i>Внутренняя среда</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие данного предприятия в Едином реестре туроператоров России. 2. Разработка собственного туристского продукта. Квалифицированный персонал. 3. Высокий уровень качества оказания услуг; широкий ассортимент экскурсионных программ по Крыму и по Судакскому региону. 4. Возможность организации туров на материковую часть России 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие эффективного управления бизнеса, упущение возможностей для предприятия. 2. Консерватизм и состояние застоя в развитии предприятия. Незаинтересованность руководства внедрять новые туристские услуги и продукты. 3. Отсутствие направления деятельности предприятия, связанной с приёмом организованных туристов; 4. Отсутствие активной деятельности в сети Интернет и социальных сетях
	<i>Преимущества</i>	<i>Угрозы</i>
<i>Внешняя среда</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Географическое положение и исторические, культурные предпосылки Судакского региона. 2. Высокая концентрация природных памятников, исторических и культурных объектов. 3. Близость размещения и доступность туристских и экскурсионных объектов в городском округе Судак, Феодосия и Белогорском районе. 4. Государственная поддержка развития внутреннего туризма 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок экскурсионных услуг ограничивается только территорией г. Судака. 2. Высокий уровень конкуренции предприятий на рынке экскурсионных и туристских услуг. 3. Зависимость деятельности туристских предприятий по реализации экскурсионных услуг от количества прибывающих туристов и туристского сезона. 4. Незаинтересованность органов местной власти продвижению дестинации на туристском рынке

Одним из важных преимуществ данного предприятия является поддержание стабильных деловых отношений с транспортной компанией ООО «ВИП-СИТИ», обеспечиваю-

шей транспортом средствами для проведения экскурсий. Для эффективной организации деятельности по оказанию туристских и экскурсионных услуг необходимо учитывать пути и способы их продвижения и реализации. Чтобы поддерживать высокий уровень конкурентоспособности, туристское предприятие «Грифон» должно искать новые рынки сбыта [2]. И одним из направлений выхода на новые рынки сбыта – продвижение туристских и экскурсионных услуг в сети Интернет и социальных сетей (см. рисунок).



Продвижение предприятия «Грифон» в интернет-пространстве
(составлено авторами)

Необходимость в таргетинге практически отпадает, т. к. составляется портрет потенциального потребителя туристских и экскурсионных услуг. Место продвижения услуг организации – Судакский регион (табл. 2).

Таблица 2

**Особенности продвижения туристских и экскурсионных услуг
в интернет-пространстве (составлено авторами)**

<i>Параметры</i>	<i>Значение</i>
Территория продвижения услуг	Городской округ Судак; Республика Крым; Российская Федерация
Длительность рекламной кампании	Круглогодично
Объект продвижения и рекламы	Туристские и экскурсионные услуги

<i>Параметры</i>	<i>Значение</i>
Платформы для продвижения услуг	Яндекс.Директ, Яндекс.Дзен, ВКонтакте, Instagram, Одноклассники, сервисы Mail.ru
Адаптация сайта к типам устройств	Мобильные (преимущественно) компьютер
Связь с клиентом	Обязательна, посредством телефонной связи; возможно использование мессенджеров Telegram, Viber, WhatsApp
Способ оплаты	Безналичный, с использованием платёжных систем «МИР», Visa, MasterCard возможно использование онлайн-банкинга

Важным аспектом маркетинговой деятельности является позиционирование туристского предприятия «Грифон» на туристском рынке, наработка репутации, создание положительного имиджа организации и региона в целом. Данные цели реализуются во время проведения различных мероприятий, которые связаны с ярмарочно-выставочной деятельностью. С целью выхода на туристский рынок РФ туристскому предприятию «Грифон» необходимо принимать участие в подобных мероприятиях. Процесс организации участия в ярмарочно-выставочной деятельности туристского предприятия «Грифон» условно можно представить в таких этапах: 1-й этап – формирование плана действий; 2-й этап – контакты с руководством выставки; 3-й этап – определение мероприятий и событий; 4-й этап – составление плана экспозиции; 5-й этап – выбор места размещения экспозиции; 6-й этап – предварительная оценка расходов. Для участия в ярмарочно-выставочной деятельности необходимо разработать и изготовить выставочный стенд, подготовить раздаточный материал. Стоимость затрат на выставочный стенд (с учетом разработки дизайна, макета и баннеров) – 40 500 рублей. На полиграфиче-

скую продукцию (визитки, буклеты и флаеры) – 3 200 рублей. И, таким образом, затраты составят – 43 700 рублей без учета затрат на доставку и монтаж выставочного стенда, расходы на персонал, а также стоимость размещения представителей организации на момент проведения туристской выставки [3; 4]. Туристскому предприятию «Грифон» необходимо с нуля выстраивать деятельность в цифровом пространстве, ориентируясь на потребителя. Создание данного направления маркетинговой деятельности приведёт к значительным затратам, но в дальнейшем предприятие получит выгоду не только материального характера, но и укрепит позиции на туристском рынке, сформирует свой положительный имидж и имидж Судакского региона в целом.

Список литературы

1. Сведения о деятельности ООО «Грифон». URL: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1169102087010_9108115282_OOGRIFON (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
2. Логвина Е. В., Кирьянов Е. А. Перспективы выхода туристского предприятия на туристский рынок России // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. Симферополь: ИТ «Ариал», 2022. С. 173–180.
3. Виды выставочных стендов. URL: <https://www.exponentr.ru/ru> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
4. Дизайн выставочных стендов. URL: https://www.ra-quality.ru/design_studio/stend_design (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
5. Стоимость печати флаеров. URL: <https://printomat.ru/calc/flaer> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
6. Стоимость рекламы в социальных сетях. URL: <https://7bloggers.ru/stoimost-reklamy-v-socialnyx-setyah> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Елена Владимировна Логвина, доцент, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма, Таврическая академия Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Елисей Александрович Кирьянов, магистр, Таврическая академия Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Information about the authors

Elena Vladimirovna Logvina, Candidate of Economic Sciences, PhD, Associate Professor Department of Tourism of the Faculty of Geography of the Taurian Academy Institute, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Elisey Aleksandrovich Kirianov, Master Student, Taurian Academy Institute, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

УДК 658.8

Классификация видов контроля маркетинга на предприятиях сферы туризма

Елена Александровна Гасило¹, Лидия Андреевна Полонская²

^{1,2} *Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия*

В статье обоснованы сущность и преимущества осуществления контроля маркетинга на предприятиях сферы туризма. Предложена классификация видов контроля маркетинга.

Ключевые слова: *контроль, маркетинг, эффективность, виды контроля маркетинга, результативность*

Classification of Marketing Control Types at Tourism Enterprises

Elena Alexandrovna Gasilo¹, Lydia Andreevna Polonskaya²

^{1,2} *Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia*

The article substantiates the essence and advantages of marketing control at tourism enterprises. A classification of types of marketing control is proposed.

Keywords: *control, marketing, efficiency, types of marketing control, effectiveness*

В современных условиях хозяйствования эффективность управления предприятиями туризма во много зависит от эффективности реализации маркетинговых программ и качества осуществления маркетинговой деятельности, а также информационной поддержки управленческих решений, на обеспечение которых направлен контроль маркетинга.

В современных условиях контроль маркетинга приобретает большое значение на предприятиях сферы туризма, так как обеспечивает адекватность реакции предприятия на изменения во внешней и внутренней среде функционирования; мониторинг ключевых показателей эффективности маркетинга, обуславливающих эффективность деятельности предприятия сферы туризма в целом и разработку рекомендаций по их оптимизации; служит источником информации для поддержки управленческих решений в сфере маркетинга, следовательно, влияет на формирование целей и задач, планов деятельности предприятия и их корректировку.

Контроль маркетинга на предприятиях сферы туризма целесообразно рассматривать как комплексную, всестороннюю, периодическую, объективную проверку маркетинговой деятельности предприятия, обеспечивающую своевременное определение проблем и возможностей предприятия в сфере маркетинговой деятельности с целью разработки рекомендаций относительно потребности в корректировке плановых заданий предприятия и обоснования альтернативных управленческих решений в сфере маркетинга.

Осуществление контроля маркетинга на предприятии сферы туризма позволит реализовать его основные задачи: информационно-аналитическое обеспечение принятия управленческих решений в сфере маркетинга; обеспечение адаптации системы управления к изменяющимся условиям внешней среды; оценка степени достижения целей маркетинговой деятельности; обеспечение координации деятельности разных подразделений предприятия с целью достижения целей маркетинга; обеспечение соответствия элементов системы маркетинга выбранной стратегии; определение отклонений фактических показателей от плановых и факторов, что обусловили возникновение вышеупомянутых отклонений; разработка рекомендаций по ликвидации отклонений; определение потребностей в корректировке плановых заданий; оценка уровня использования предприятием собственного потенциала и имеющихся возможностей; поиск резервов и повышение эффективности маркетинговой деятельности; обеспечение потенци-

альной и фактической эффективности контроля маркетинга; обоснование и анализ результативности управленческих решений в сфере маркетинга; выявление и решение проблем маркетинговой деятельности предприятия; обеспечение выживания и успешности деятельности предприятия в длительном периоде; своевременное выявление новых возможностей предприятия в сфере маркетинговой деятельности; оценка качества реализации функций управления маркетингом предприятия [Маркетинг и логистика...].

Виды контроля маркетинга изучаются многими отечественными и зарубежными учеными. Критический обзор научной литературы позволил выделить два основных подхода к выделению видов контроля маркетинга. Первый подход предполагает выделение видов контроля маркетинга в зависимости от направлений его осуществления по отдельным сферам: контроль фактического выполнения показателей деятельности в разрезе временных периодов; контроль доходности (рентабельности) в разрезе отдельных услуг, регионов, рыночных сегментов, размеров сделок; стратегический контроль, являющийся средством наблюдения за соответствием программы, задач и стратегии маркетинга предприятия и прогнозируемой рыночной ситуации. Второй подход определения видов контроля маркетинга более популярен и предполагает выделение таких видов, как контроль за выполнением годовых планов, оперативный (текущий) контроль, контроль доходности и стратегический контроль.

Следует заметить, что последний подход включает в себя сразу два классификационных признака: по направлению осуществления (контроль доходности) и в зависимости от целевой ориентации или горизонта осуществления охватываемой маркетинговой деятельности (стратегический, тактический и оперативный).

Целесообразным считается выделение видов контроля маркетинга в зависимости от времени их осуществления по отношению к процессу планирования маркетинга: предварительный, текущий и заключительный.

В маркетинге предварительный контроль должен использоваться по отношению к таким ключевым сферам, как информация, материальные и трудовые ресурсы, финансовые ресурсы. Он осуществляется до начала работ по реализации плана маркетинга и позволяет выявить потенциальную эффективность, качество информации, дефицит материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Предварительный контроль маркетинга также призван обеспечить качество организации выполнения плана маркетинговой деятельности и проверку соответствия плана маркетинга основным требованиям (реальность, системность использования мер разработки, соответствие целей главной цели, обеспеченность ресурсами, результативность, экономичность, согласованность с другими планами и т. п.).

Текущий контроль осуществляется непосредственно при реализации плана маркетинга, он призван выявить отклонения и разработать соответствующие рекомендации, позволяющие обеспечить выполнение плана. Также при осуществлении текущего контроля может быть определена необходимость внесения корректив в план маркетинговой деятельности, которая, в свою очередь, может быть обусловлена изменениями во внешней и внутренней среде предприятия.

Заключительный контроль маркетинга предполагает сравнение фактически достигнутых и плановых показателей, что дает возможность определить не только отклонения, но и факторы, обусловившие их возникновение. Результаты заключительного контроля используются в процессе дальнейшего планирования и в процессе мотивации персонала предприятия сферы турбизнеса.

Рассмотрение общепринятых подходов по выделению видов контроля маркетинга позволило предложить представленную в таблице классификацию видов контроля маркетинга.

Классификация видов контроля маркетинга

<i>Признаки классификации</i>	<i>Виды контроля маркетинга</i>
В зависимости от целевой ориентации или горизонта осуществления охватываемой маркетинговой деятельности	– стратегический; – тактический; – оперативный
В зависимости от объема выборки	– направлен на маркетинг-микс в целом; – направлен на отдельные инструменты
В зависимости от направленности	– тематический; – комплексный
В зависимости от регулярности	– регулярный; – не регулярный
В зависимости от принадлежности к субъекту контроля	– внешний; – внутренний
В зависимости от уровня проведения контроля	– на уровне подразделения; – на уровне предприятия
В зависимости от времени осуществления по отношению к процессу планирования маркетинга	– предварительный; – текущий; – заключительный
В зависимости от сферы или направления осуществления	– контроль фактического выполнения показателей деятельности в разрезе временных периодов; – контроль доходности (рентабельности) в разрезе отдельных услуг, регионов, рыночных сегментов, размеров сделок; – контроль стратегических составляющих управления маркетинговой деятельностью предприятия
В зависимости от критериев оценки	– монетарный; – качественный

Таким образом, контроль маркетинга на предприятиях сферы туризма следует классифицировать по таким признакам: в зависимости от целевой ориентации или горизонта

осуществления охватываемой маркетинговой деятельности; в зависимости от объема выборки; в зависимости от направленности; в зависимости от регулярности; в зависимости от принадлежности к субъекту контроля; в зависимости от уровня проведения контроля; в зависимости от времени осуществления по отношению к процессу планирования маркетинга; в зависимости от сферы или направления осуществления; в зависимости от критериев оценки.

Список литературы

Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса: монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, А. К. Берко [и др.]. Донецк: Донецкий нац. ун-т, 2022. 345 с.

Информация об авторах

Елена Александровна Гасило, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетингового менеджмента, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Лидия Андреевна Полонская, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетингового менеджмента, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Elena Alexandrovna Gasilo, Ph. D. Economy Sciences, Associate Professor of the Marketing Management Department, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

Lidia Andreevna Polonskaya, Ph. D. Economy Sciences, Associate Professor of the Marketing Management Department, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

Экскурсионная деятельность

УДК 338.48

Познавательные и эмоциональные аспекты экскурсий формата «с закрытыми глазами»

Виктория Сергеевна Плотникова

*Петрозаводский государственный университет,
г. Петрозаводск, Россия*

*Статья посвящена теоретическому обоснованию познаватель-
но-эмоциональных аспектов, на которых основывается проведение
экскурсий формата «с закрытыми глазами». Представлены резуль-
таты анкетирования с анализом актуальности проведения экскурсий
«с закрытыми глазами», их длительности, содержания. Предложены
рекомендации, которые следует учитывать при их проектировании и
проведении.*

Ключевые слова: процесс познания, эмоции, экскурсии «с закры-
тыми глазами»

Cognitive and Emotional Aspects of Excursions Format with “Closed Eyes”

Victoria Sergeevna Plotnikova

Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russia

*The article is devoted to the theoretical substantiation of the cognitive-
emotional aspects on which the guided tours of the “eyes closed” format are
based. The results of a survey are presented with an analysis of the relevance
of conducting excursions with “closed eyes”, their duration, content.
Recommendations are proposed that should be taken into account in their
design and implementation.*

Keywords: the process of cognition, emotions, excursions with “closed
eyes”

Современная экскурсионная деятельность предполагает использование различных форм ее реализации. Большая часть инноваций касается форм и методов проведения экскурсий: экскурсии с мастер-классами, костюмированные экскурсии, экскурсии, пробежки, виртуальные и квест-экскурсии [2]. Одной из новых форм является проведение экскурсий в формате «с закрытыми глазами». Стандартные экскурсии предполагают опору на главные органы чувств человека: зрение, слух, осязание. Но что произойдет, если лишить человека на некоторое время одного из главных чувств – зрения? Именно такой опыт можно получить на экскурсии с закрытыми глазами, направленной на познание на основе звуков, тактильных ощущений, запахов.

Для того чтобы понять теоретические основы данного процесса, необходимо обратиться к рассмотрению экскурсии как части процесса познания мира.

Тема «Экскурсия как процесс познания» изучается при подготовке студентов туристских вузов при изучении дисциплин экскурсионного блока, при подготовке экскурсоводов на курсах профессиональной переподготовки и повышения квалификации. Чаще всего здесь констатируется, что экскурсия помогает познанию окружающего мира и это форма познания мира. Но если посмотреть более глубоко на эту тему, то можно выявить интересное. Экскурсия всегда предполагает действие. Действие связано с разными аспектами: ощущениями, чувствами, движением, мышлением, доля которых для каждого человека будет различна.

Ощущения (зрение, слух, вкус, запахи, осязание, кинестетические ощущения, ориентация в пространстве, ощущение времени, ритм) требуют, чтобы человек видел, слышал и воспринимал тактильные сигналы. Для этого он должен заметить нечто, что его касается, заинтересоваться этим. При этом он должен двигаться, чувствовать и думать.

Для восприятия нужно чувствовать, без чувств нет ничего, нет даже импульса жить. Любое чувство заставляет нас что-то делать, например, чувство удушья заставляет нас дышать. В чувства помимо общеизвестных эмоций радости,

печали, страха, любви и прочего входит самоуважение, униженность, сверхчувствительность и другие сознательные и бессознательные эмоции сопровождающие нас. Чтобы представлять необходимо ощущать, чувствовать, думать. Противопоставлять добро и зло, понимать значение вещей, узнавать правила поведения [4].

На основе ощущений, восприятия и представлений – чувственного познания, формируется логическое мышление. Чтобы мыслить, человек должен двигаться, ощущать, чувствовать. Каждый человек как чувствует, так и думает по-разному, в соответствии с тем образом действий, который он построил в течение своей жизни. Изменение привычного образа чувственного познания приводит к изменению образа его действий. Действия могут естественными и насильственными, предполагающие наличие мышечного напряжения. Действия в ненасилии помогают нашему телу быть более эффективным, свободным, естественным.

Современный человек живёт крайне напряжённо, зачастую игнорируя свои внутренние потребности, стараясь соответствовать общественным нормам, оценивая себя и других вместо того, чтобы развиваться и плодотворно жить. Этому может помочь умение действовать без напряжения и спешки, которые делают любое обучение невозможным, и пробовать новые способы познания мира.

Одним из таких способов является экскурсия с закрытыми глазами. Она предполагает отключение зрительного анализатора и обращение к тактильному восприятию экскурсионных объектов в сочетании со слуховой информацией, движением. Возможность по-новому посмотреть на привычные вещи, знакомые объекты позволяет не только сформировать новый способ познания мира, но и понять себя, свои потребности. Данный формат экскурсий связан и с эмоциональной сферой человека. Эмоции бывают положительные, отрицательные, нейтральные. Не всем нравится испытывать отрицательные эмоции, потому что они вызывают неприятные для человека ощущения. Но когда ты ничего не испытываешь, то мир делается тусклым и бесцветным. Эмоции не бывают плохими и хо-

рошими, они просто есть. Они являются реакцией на восприятие. Но если восприятие ложно, то и эмоциональная оценка будет ложной. Поэтому важно проверять верность того во что веришь. Именно переживание помогает ясно видеть.

В ходе экскурсии с закрытыми глазами испытываешь и эмоции, связанные со страхом довериться сопровождающему тебя человеку, эмоции радости новых открытий в рамках изучения знакомых тебе объектов, которые ты ощущаешь по-другому: через запахи, прикосновения, звуки [1].

Такой формат экскурсий подходит как для местных жителей, так и для туристов. Местным они помогут открыть свой город с новой стороны, взглянуть на привычные вещи и знакомые места не используя орган зрения. Туристам, которые посещают город, также будет интересен новый необычный опыт познания мира. При их проведении важно помнить о создании атмосферы спокойствия и безопасности; спокойный ритм, близость к природе, подходящая инфраструктура, продуманный контрольный текст и задания для экскурсантов – залог успеха данной экскурсии.

На кафедре туризма Петрозаводского государственного университета было проведено исследование, посвященное актуальности проведения данного формата экскурсий. Студенткой кафедры Мугачевой Дарьей было опрошено 104 человека. В ходе опроса было выявлено, что 43,5 % респондентов не знаком форматом экскурсий «с закрытыми глазами». Только 8 % указали, что они не хотели бы принимать участие в таком формате по таким причинам как: страх перед темнотой (17,6 %), страх довериться незнакомому человеку – проводнику (11,8 %), формат не интересует (23,5 %). Из тех, кто хотел бы поучаствовать в подобной экскурсии и готов полностью довериться сопровождающему и получить новый опыт – 72,8 %, затрудняются пока ответить на данный вопрос 24,7 %. Большинство респондентов хотели бы отправиться на данную экскурсию с друзьями – 55,9 %, с членами семьи – 24,7 %, провести ее в одиночестве под руководством экскурсовода – 6,1 %. Большинство опрошенных отметили, что такая экскурсия не должна длиться долго: 45 минут – 74 %, до полутора экскур-

сионных часов – 24 %. Большинство ждут от такого формата экскурсий новых эмоций и впечатлений (66,3 %), получения новой информации (54,8 %), возможности увидеть привычные объекты по-новому (53,8 %), возможности лучшего понимания объектов (31,7 %), помощи в самопознании (26,9 %).

Таким образом, можно сделать выводы, что данный формат актуален, важен как для развития познавательной, так и эмоциональной сферы человека и позволяет организовать семейный досуг, досуг с друзьями, так и погрузиться в процесс самопознания для определения новых своих возможностей. При их проектировании и проведении важно учитывать следующие рекомендации.

1. Уделить особое внимание объектам дающим возможность использовать звуковые эффекты, непривычные тактильные ощущения, запахи.

2. Активно использовать приемы развития воображения и внимания.

3. Построить рассказ так, чтобы он максимально способствовал восприятию окружающего мира без возможности на него посмотреть, использовать метафоры и сочетания слов, активизирующие зрительные образы и внутренние ощущения.

4. Постоянно помнить о безопасности участников, интуитивно о препятствиях по пути следования.

5. Не проводить данный формат для больших экскурсионных групп, количество участников не должно превышать пять человек, желательно на каждых двух участников иметь хотя бы одного сопровождающего.

6. Использовать разнообразные объекты показа и их фактуру: природные, сделанные человеком, спланировать возможность потрогать разные поверхности и формы.

7. Тщательно подготовить материалы «портфеля экскурсовода», включающего фактурные и природные материалы, аудиозаписи, рифленые таблички, флакончики с безопасными ароматами, не вызывающими негативных ощущений, сыпучие материалы, монеты, маркеры и бумагу для рисования.

8. Продумать методические приемы проведения экскурсии: описания, характеристики, объяснения, комментирования.

ния, цитирования, исследования, контраста, заданий, позволяющие ярко и интересно активизировать воображение и исследовательскую деятельность экскурсантов [3].

Выполнение данных рекомендаций и учет теоретической основы познавательных и эмоциональных аспектов экскурсий позволяет активизировать деятельность экскурсантов и получить новый опыт действий, ощущений, движений и впечатлений, способствуя развитию их познавательной и эмоциональной сферы.

Список литературы

1. Елькина А. Д. Экскурсия с закрытыми глазами: почувствуй мир на кончиках пальцев // Научно-исследовательская работа обучающихся и молодых ученых. Петрозаводск, 2019. С. 382–384.
2. Лях О. А., Лиханова В. В. Инновации в экскурсионной деятельности // Учёные записки Забайкальского государственного университета. Серия «Философия, социология, культурология, социальная работа». 2017. № 3. С. 160–138.
3. Плотникова В. С., Сухоцкая А. Д. Разработка тактильной экскурсии «Онежская набережная на кончиках пальцев». Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2021. 52 с.
4. Фельденкрайз М. Осознавание через движение. М., 2001. 152 с.

Информация об авторе

Виктория Сергеевна Плотникова, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры туризма, Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск, Россия

Information about the author

Victoria Sergeevna Plotnikova, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Tourism Department, Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russia

УДК 371.233

**Особенности экскурсионной деятельности
на примере тематической экскурсии
в Иглинском районе, деревня Тикеево**

Анна Евгеньевна Прокудина

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Экскурсионная деятельность – это тяжёлая эмоциональная работа, в ходе которой ты сам должен быть заинтересован в том, что ты говоришь, а также должен заинтересовать своих экскурсантов. В Иглинском районе, деревне Тикеево, расположилась «Индийская территория», в которой дети школьного возраста могут почувствовать себя настоящими индейцами. На протяжении всей экскурсии экскурсоводы занимают школьников интересными историями о жизни индейцев, показывают, как правильно стрелять из лука, а также как не бояться кататься на лошади.

Ключевые слова: *экскурсия, экскурсионная деятельность, экскурсант, экскурсовод, трансфер, индейцы, типи, вигвам, пиктографическая надпись, тотем, ирокезский дом, «страна мёртвых», «столб мужества»*

**Features of Excursion Activities
on the Example of a Thematic Excursion
in the Iglinsky District, the Village of Tikeevo**

Anna Evgenievna Prokudina

Bashkir State University, Ufa, Russia

Excursion activity is a hard emotional work, during which you yourself should be interested in what you are saying, and also should interest your tourists. In the Iglinsky district, the village of Tikeevo, there is an “Indian territory” in which school-age children can feel like real Indians. Throughout the tour, the guides entertain schoolchildren with interesting stories about the life of the Indians, show how to shoot a bow correctly, as well as how not to be afraid to ride a horse.

Keywords: *excursion, excursion activity, tourist, guide, transfer, Indians, tipi, wigwam, pictographic inscription, totem, Iroquois house, “land of the dead”, “pillar of courage”*

Экскурсия – это организованный, коллективный осмотр достопримечательных мест, музеев, памятников архитектуры и т. д. с учебными либо культурно-просветительскими целями.

Экскурсионная деятельность – деятельность по организации ознакомления туристов и экскурсантов с экскурсионными объектами в месте временного пребывания без предоставления услуг размещения [1].

Целью экскурсии в тематическом месте, в деревне Тикеево Иглинского района, было – вызвать интерес у детей школьного возраста к коренному американскому народу – индейцам.

Основные задачи:

- показать на конкретных примерах жизнь индейцев от начала и до современности;
- окунуться в их быт, традиции и обычаи с помощью традиционных костюмов, головных уборов, катания на лошадях, стрельбы из лука.

Какая особенность у данной экскурсии?

При проведении экскурсии один экскурсовод, сидя на коне, встречает экскурсантов, при этом одновременно рассказывая, что их сегодня ждёт. Другой экскурсовод стоит у входа в «выставочный зал», то есть у входа на локацию в поле, на котором и стоят основные экспонаты, связанные с индейцами [2] (рис. 1).

Экскурсия опирается на две основные формы познания: чувственное и логическое. Чувственное познание основывается на ощущениях у людей. Экскурсовод воздействует на их органы чувства, для того чтобы добиться определенного результата. Например, он, рассказывая историю о том, чем отличается типи от вигвама, пытается передать ту атмосферу, которая присутствовала в этих жилищах (рис. 2). Экскурсовод наглядно показывает, из чего состоит типи, почему внутри него стоит кострище, и на чем спали индейцы. Дети с интересом заходили внутрь и удивлялись, как в таком жилище индейцы не мерзли и могли жить долгое время [3].



Рис. 1. Экскурсанты у входа в «Индейскую территорию»



Рис. 2. Школьники заходят в типи

Логическое познание заключается в мыслительном процессе, в ходе которого дети анализируют информацию, сравнивая какие-либо объекты, а также получают новую информацию [2]. Результатом такого мыслительного процесса является образование таких понятий, как суждения о наиболее существенных признаках объекта. Пример: Экскурсовод рассказал детям о производстве резиновых сапог из сока каучукового дерева, ведь индейцы были первыми, кто придумал резиновые сапоги [3]. Так экскурсанты узнали, как изготавливалась раньше обувь, в те времена, когда еще не было заводов по производству обуви и одежды.

Экскурсионные объекты, связанные с индейцами, включают в себя тотем, типи, вигвам, пиктографическую надпись, «столб мужества», «страну мёртвых», мишени для стрельбы из лука, ирокезный большой дом [4]. У каждого объекта экскурсанты слушают определенную историю 7–10 минут. Также у них есть возможность переодеться в индейские одежды, пострелять из лука и покататься на лошадях. В целом экскурсия длится примерно 1,5–2 часа.

На протяжении всей экскурсии экскурсоводы:

- взаимодействуют с детьми;
- отвечают на их вопросы;
- помогают садиться на лошадь (рис. 3);
- объясняют правила безопасности;
- показывают, как правильно держать лук и стрелять из него стрелами.

Самое главное в этой экскурсии – по-настоящему заинтересовать детей тематикой индейской жизни, научить их не бояться кататься верхом на лошади, доступным языком и наглядными примерами показать жизнь коренного народа Америки. Это большой и тяжелый труд – уметь заинтересовать человека в чём-то. Прежде чем заинтересовать кого-то, особенно детей, нужно быть самим в этом заинтересованным. Поэтому экскурсоводы тщательно читают важные моменты из истории индейцев, составляют определенную речь и выбирают, что может понравиться из этой истории детям, а также сами преодолевают страхи катания верхом на лошадях.



Рис. 3. Катание на лошадях

Список литературы

1. Наглядность в экскурсиях: метод. рекомендации. М.: ЦРИБ «Турист», 1976.
2. Подготовка и проведение экскурсий: метод. рекомендации. М.: Профиздат, 1974.
3. Индейцы Америки: этнографический сборник. М.: Изд-во Академии наук СССР, 1955. 264 с.
4. Индейцы // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. СПб., 1890–1907.

Информация об авторе

Анна Евгеньевна Прокудина, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Научный руководитель Зульфия Анваровна Хамадеева, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георурбанизации и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Anna E. Prokudina, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Scientific supervisor Zulfya Anvarovna Khamadeeva, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Geo-Urban Studies and Economic Geography, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 069.12; 069.15

Патриотические мероприятия и уроки мужества, проводимые в краеведческом музее им. А. К. Кузнецова

Мария Олеговна Черепанова

Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова, г. Чита, Россия

В статье кратко описывается основная экскурсионная деятельность музея за год в области военно-патриотической направленности: уроки мужества, патриотические мероприятия, квесты.

Ключевые слова: ВОВ, урок мужества, День памяти, патриотическое воспитание

Patriotic Events and Lessons of Courage Held at the Transbaikal regional Local Lore Museum named after A. K. Kuznetsov

Maria O. Cherepanova

Transbaikal Regional Local Lore Museum named after A. K. Kuznetsov, Chita, Russia

The report lists and briefly describes the main excursion activities of the museum for the year in the field of military-patriotic orientation: lessons of courage, patriotic events, quests.

Keywords: WWII, a lesson in courage, Memorial day, patriotic education

Победа советского народа в Великой Отечественной войне является ярким примером героического и патриотического прошлого нашей страны. Она должна навсегда не только остаться в памяти современников, но и стать символом современной мощи и величия России.

В прошлом году, 9 сентября 2021 г., нашему городу присвоили почетное звание «Город трудовой доблести». Этот статус Чита получила не просто так. В период ВОВ Забай-

кальский фронт направил на советско-германский фронт 16 дивизий и две бригады, всего около 300 тысяч человек, более двух тысяч орудий и минометов, свыше тысячи четырехсот танков [1, с. 104]. Большой вклад в победу внесли железная дорога, здравоохранение, промышленные предприятия и многие другие. Так, артели, выполняя спецзаказы, изготавливали одежду для фронта: гимнастерки, шаровары, шинели, обувь [3, с. 112–113].

В каждой семье есть герои, которые отдали свою жизнь за Великую Победу. Благодаря таким героям, мы живем сейчас. Наша задача – увековечить их подвиг и рассказать о нём будущим поколениям.

Каждый год в Забайкальском краевом краеведческом музее проводятся разные мероприятия военно-патриотической направленности: уроки мужества, встречи с земляками – участниками боевых действий и тружениками тыла. В целом за год в музее проводятся и обще-патриотические уроки, которые отмечают по всей России и региональные Дни памяти.

Так, в январе музей проводит урок мужества «Ленинградский салют», посвященный блокаде Ленинграда, на этом уроке детям рассказывают не только об основных этапах блокады, но и бытовой жизни ленинградцев этого периода, так же о том, как сохранялась культурная деятельность в городе.

В феврале проводится мероприятие, посвященное разгрому немецко-фашистских войск в Сталинградской битве. Здесь, помимо основных эпизодов битвы, мы вспоминаем участие сформированных в Забайкалье 321-й, 304-й и 116-й стрелковых дивизий. В частности, говорим о некоторых забайкальцах – участниках Сталинградской битвы. В экспозиции музея находятся предметы, принадлежавшие В. С. Сизикову: китель с орденами и наградами. Василий Савельевич отличился не только в этой битве, но и на многих других участках боевых действий, является полным кавалером ордена Славы.

15 февраля, на уроке мужества «Афганистан к нам тянется сквозь годы», посвященном годовщине вывода советских войск из республики Афганистан (1989). Мы говорим о забайкальцах – участниках афганской войны, о памятных местах и мемориальных досках, находящихся в нашем городе.

В апреле и мае в нашем музее проводится квест «Стратегия победы». Квест позволяет погрузиться в историю Великой Отечественной войны, решать «боевые» задачи и почувствовать, что такое полковое братство, а также узнать о подвигах забайкальцев – героев Отечества [4]. Участники делятся на две команды и поэтапно выполняют задания на смекалку, ловкость, меткость и силу, которые призваны сплотить коллектив.

22 июня, в рамках Дня памяти начала Великой Отечественной войны мы проводим мероприятие «Родина-мать зовет!». Совместно с Клубом военно-исторической реконструкции «Забайкальский фронт», музей организует несколько заданий для детей: прослушать экскурсию по выставке «Великая Отечественная война», пройти военно-политическую и медицинскую подготовку, изучить снаряжение бойца Красной Армии и штыковой бой.

24 сентября в музее, совместно с клубом военно-исторической реконструкции «Забайкальский фронт», проводится урок мужества «Бессмертен тот, кто жизни спас» ко Дню памяти забайкальцев, погибших при исполнении воинского и служебного долга. На уроке представляются образцы оружия, формы и снаряжения Ограниченного контингента советских войск, а также одежда и оружие афганских моджахедов. В этом году мы приглашали для беседы со студентами участника боевых действий в Афганистане и Чечне, подполковника запаса, члена Забайкальского союза десантников Евгения Николаевича Хорошилова.

14 октября музей участвует во всероссийской ежегодной акции «День российских кадет в музее». В рамках акции проходят экскурсии для учеников Кадетской школы-интерната Забайкальского края.

30 октября отмечается День памяти жертв политических репрессий. В этот день в музее проводится встреча, посвященная трагическим событиям 30–40-х гг., на которую собираются забайкальские историки и краеведы, члены Комитета Памяти жертв политических репрессий, потомки репрессированных и

молодежь. На мероприятии экспонируется передвижная выставка «Два лица одной эпохи», посвященная политическим репрессиям 1930–1940-х гг.

Кроме того, в музее на постоянной основе работает экспозиция «От Транссиба до БАМа», рассказывающая об истории Забайкалья в XX веке, где значительную роль занимает раздел, посвященный вооруженному конфликту на р. Халхин-Гол и Великой Отечественной войне.

Ежегодно мы открываем на официальном сайте музея электронные выставки военно-патриотической тематики, которые предоставляет Музей Победы в г. Москве. Так, сейчас там работает выставка «Трагедия народов» (16+), посвященная памяти советских граждан, пострадавших от нацистской агрессии, замученных в гетто, концлагерях [4].

В сентябре 2022 г. в Музее Победы открылась экспозиция «Чита – центр Забайкальского фронта». Она представлена в рамках реализации Международного проекта «Территория Победы», рассказывает о вкладе Сибири в общее дело Победы. Экспозиция охватывает период с 1939 по 1945 год и состоит из трех разделов: «Чита – центр воинского братства: Халхин-Гол», «Чита – город трудовой доблести: вклад в Победу» и «Чита – центр воинского братства. Забайкальский фронт» [2]:

В музейных мероприятиях по патриотическому воспитанию участвуют школьники, студенты, солдаты, историки-краеведы и многие другие.

Краеведческий музей тесно сотрудничает и проводит совместные мероприятия с Музеем Победы в г. Москва, с Клубом военно-исторической реконструкции «Забайкальский фронт», Клубом краеведов с другими организациями.

Для музея одним из важнейших направлений является патриотическое воспитание подрастающего поколения, формирование у него бережного отношения к Родине, её культурно-историческому прошлому. Работа в этом направлении не стоит на месте, активно развивается и продвигается.

Список литературы

1. Военное управление / Н. С. Кирмель, В. П. Судаков [и др.] // Энциклопедия Забайкалья: Чита; Новосибирск: Наука, 2014. С. 103–106.
2. Культура РФ. Официальный проект, посвященный культуре России. Текст: электронный // CoolLib. URL: <https://www.culture.ru/events/2274745/vystavka-chita-centr-zabaikalskogo-fronta> (дата обращения: 07.10.2022).
3. Мерцалов В. И. Забайкалье в контексте российской истории (середина XVII – начало XXI в.): учеб. пособие. Чита: ЗабГУ, 2019. 158 с.
4. Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова: [офици. сайт]. URL: <https://museums75.ru> (дата обращения: 06.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Мария Олеговна Черепанова, научный сотрудник отдела хранения, Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова, г. Чита, Россия

Information about the author

Maria Olegovna Cherepanova, Research Fellow of the Department Storage, Transbaikal Regional Local Lore Museum named after A. K. Kuznetsov, Chita, Russia

УДК 371.233

Особенности экскурсии на даблдекере по центру Уфы – столице Башкирии

Елизавета Владимировна Пашкова

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Экскурсия – это организованный, коллективный осмотр достопримечательных мест, музеев и т. п. с образовательной, научной, спортивной или увеселительной целью, требующий определенной затраты физических и духовных сил. У туристов, только прибывших в Уфу, есть уникальная возможность ознакомиться с её достопримечательностями очень интересным способом. Terra Bashkiriya – национальная туроператорская компания Республики Башкортостан, которая проводит экскурсии на двухэтажном автобусе, от которых никто не остается равнодушным.

Ключевые слова: экскурсионная деятельность, автобусные туры, экскурсант, экскурсовод, достопримечательности, трансфер, туристический автобус, даблдекер, Terra Bashkiriya

Features of the Doubledecker Tour in the Center of Ufa – the Capital of Bashkiria

Elizaveta Vladimirovna Pashkova

Bashkir State University, Ufa, Russia

An excursion is an organized, collective inspection of places of interest, museums, etc. with an educational, scientific, sports or entertainment purpose, requiring a certain expenditure of physical and spiritual strength. Tourists who have just arrived in Ufa have a unique opportunity to get acquainted with its sights in a very interesting way. Terra Bashkiria – the national tour operator company of the Republic of Bashkortostan conducts excursions on a double-decker bus, from which no one remains indifferent.

Keywords: *sightseeing activities, bus tours, tourist guide, sightseeing, tourist bus, doubledecker, Terra Bashkiria*

Экскурсионная деятельность – деятельность туристских организаций по проведению экскурсий для ознакомления туристов и экскурсантов с экскурсионными объектами в месте временного пребывания без предоставления услуг размещения [1].

Автобусные туры – путешествия групп туристов на собственных или арендованных автобусах. Они могут проводиться повсеместно и практически без ограничений. Благодаря своей мобильности и относительной независимости от транспортных коммуникаций и расписаний автобусные путешествия позволяют организовывать маршруты по интересным местам в наиболее удобные для туристов сроки. Маршруты автобусных путешествий подразделяются на городские, пригородные и междугородные [2].

Даблдекер – название двухэтажного автобуса, на котором осуществляется экскурсия по городу Уфа от туроператорской фирмы Terra Bashkiria.

Цель экскурсии на даблдекере – оригинальное ознакомление туристов с достопримечательностями города Уфы, Республики Башкортостан.

Основные задачи:

– ознакомление гостей столицы Башкирии с основными достопримечательностями города;

– развитие экскурсионного туризма в республике Башкортостан.

Особенность данной экскурсии в том, что у туристов есть возможность посмотреть центр Уфы с высоты двухэтажного автобуса.

Столица Башкирии входит в пятерку крупнейших российских городов по занимаемой площади. Однако в то же самое время Уфа не слишком плотно населенный, а потому просторный, чистый и красивый город. В центре башкирской столицы есть немало объектов старины. Жители и гости столицы могут проехать по самым главным достопримечательностям Уфы в сопровождении опытного экскурсовода, который расскажет увлекательные истории об удивительных местах и людях города.

Даблдекер является подарком городу на средства республиканского бюджета Его запустили 8 сентября 2020 г. На данный момент автобус курсирует южнее Гостиного двора. Экскурсионный транспорт проезжает по улицам Ленина, Пушкина, Гафури, Заки Валиди, Сочинской с заездом на набережную реки Белой.

Внутри экскурсионный транспорт почти такой же, как и любой городской. Первое, на что обращаешь внимание внутри, – желто-красные сиденья и такие же тактильные перила для незрячих людей. На первом этаже сидений немного, но есть специально оборудованная площадка для инвалидов-колясочников. Второй этаж поделен на две зоны. Первый отсек под крышей. Во втором отсеке потолок летом убирается и можно проехаться «с ветерком». Там же, на втором этаже, установлен микрофон для экскурсовода. Возле кабины водителя находится лестница на второй этаж. Современные системы отопления и кондиционирования позволяют использовать автобус зимой (см. рисунок).



Туристический автобус ZurbusUfa от Terra Bashkiria

Автобус трогается, и экскурсовод начинает экскурсию. Экскурсанты слушают рассказ про улицу Ленина и Гостинный двор. Звук льётся из колонок на стенах автобуса. Далее автобус проезжает памятник Ленину и далее движется по улицам Уфы и доезжает до Кафедрального собора. После того как автобус подъезжает к собору из колонок начинает звучать колокольный звон, который помогает окунуться в атмосферу здания. Автобус объезжает собор и дальше проезжает памятник Мустаю Кариму. Дальнейшей точкой экскурсионного маршрута является Арт Квадрат – новое творческое пространство Уфы. Затем автобус проезжает Коммунистическую улицу и улицу Карла Маркса. Потом, двигаясь по улице Валиди, экскурсанты могут увидеть стадион «Динамо», далее двухэтажный трансфер проезжает БГУ – «Башкирский государственный университет». Затем следуют: Конгресс-холл, Телецентр и площадь Салавата Юлаева, где осуществляется выход из автобуса и

прогулка. Следующей точкой экскурсионного маршрута является Башкирский театр драмы имени Мажита Гафури. После него автобус доезжает до Первой Уфимской Соборной мечети. Когда даблдекер подъезжает к мечети, в автобусе также включают исламскую музыку. Далее следует проезд по Софьюшкиной аллее, потом экскурсантам показывают дом-музей Аксакова, парк Салавата Юлаева, Набережную реки Белой и Монумент дружбы. В 2022 году в экскурсионный маршрут автобуса Terra Bashkiriа включили реконструированную Советскую площадь с памятником генерал-майору Минигали Шаймуратову. Возле памятника осуществляется остановка, все выходят из автобуса, и экскурсовод проводит группу к достопримечательности и рассказывает её историю. После посещения памятника, автобус возвращается к Гостиному Двору, через Советскую площадь. На протяжении всей экскурсии экскурсовод рассказывает интересные факты о самой Уфе и о тех достопримечательностях, которые экскурсанты могут видеть во время экскурсии на автобусе.

Двухэтажный автобус ходит во вторник, четверг и субботу в 10.00, 13.00 и 18.00. Отправной и конечной точкой экскурсии является площадь перед «Гостиным двором». Длительность экскурсии около двух часов. Проезд – платный, билеты приобретаются на месте. Записаться на экскурсию можно также и по телефону. Анонсы экскурсий размещаются на страницах Центра развития туризма республики в социальных сетях.

Автобусный туризм становится все более перспективным направлением российского туристического бизнеса. Неудивительно, что экскурсии на даблдекере по Уфе пользуются популярностью у туристов из других городов России и зарубежных стран. Ведь это удобный и интересный способ познакомиться с городом и узнать про его интересные места.

Список литературы

1. Бабанина О. В. Наглядность в экскурсиях: метод. рекомендации. М.: ЦРИБ «Турист», 1976. 24 с.
2. Бутко И. И. Транспортное обслуживание туризма: учеб. пособие. Ростов н/Д.: МарТ, 2007. 336 с.

Информация об авторе

Елизавета Владимировна Пашкова, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Elizaveta Vladimirovna Pashkova, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 338.48

Экскурсия в стиле ретро «Один день из жизни туриста, решившего посетить Мариуполь»

Дарья Михайловна Хорошун¹, Елена Михайловна Сапьяная²

^{1,2} *Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье обоснованы рекомендации по созданию экскурсионного продукта по г. Мариуполь, включающего посещение историко-культурных объектов, объектов питания и размещения, экскурсионных объектов и центральной части г. Мариуполь. Выделены особенности стиля и маршрута экскурсионного продукта.

Ключевые слова: *экскурсия, история, стиль ретро, Донецкая Народная Республика, Мариуполь*

Retro-Style Excursion “One Day in the Life of a Tourist who Decided to Visit Mariupol”

Daria Mikhailovna Khoroshun¹, Elena Mikhailovna Sapyanaya²

^{1,2} *Donetsk Academy of Management and Public Administration under the head of the Donetsk People’s Republic, Donetsk, Russia*

The article offers an excursion program around the city of Mariupol, including historical and cultural objects, catering and accommodation facilities, sightseeing objects of the city center of Mariupol. The peculiarities of the style and route of the excursion are also highlighted.

Keywords: *excursion, history, retro style, the Donetsk People’s Republic, Mariupol*

Экскурсионная деятельность является одной из самых главных сфер развития туризма. В курортных городах экскурсии выступают важнейшим способом знакомства с городом, его историей, культурой и местными традициями.

Роль экскурсионной деятельности заключается в привлечении и увеличении туристского потока за счет использования познавательных, образовательных, воспитательных и коммуникативных потребностей туриста.

По мнению исполнительного директора Ассоциации туроператоров М. Ломидзе, туристы всегда едут за неповторимыми чувствами и навыками, но при этом должна быть комфортабельная и благоприятная обстановка. Эти факторы не могут существовать по отдельности [1].

Успешное и эффективное управление туристской отраслью невозможно без формирования единой туристской политики, направленной на повышение качества услуг, отвечающим высоким международным стандартам и способных удовлетворить все категории туристов [2].

В качестве примера развития экскурсионной деятельности в г. Мариуполь можно предложить экскурсию в ретро-стиле «Один день из жизни туриста, решившего посетить Мариуполь».

Объекты, предложенные в маршруте экскурсии, выбраны с условием их реального существования, однако программа экскурсии позволяет заменить выбранный объект на другие. Главное требование, чтобы в маршрут экскурсии входило 3 историко-культурных объекта, 1 ресторан (обязательно на берегу моря), а финальной точкой экскурсии должна быть вечеринка на яхте. Отель также может быть любой, важно, чтобы был соблюден стиль экскурсии.

Экскурсия «Один день из жизни туриста, решившего посетить Мариуполь» начинается на вокзале. К назначенному времени на вокзал приезжает ретро-автомобиль, который отвозит отдыхающих в их отель. Туристам выделяется 3 часа на отдых, после чего происходит знакомство с городом.

Обязательным условием для посещения данной экскурсии является наряд в ретро-стиле.

Из отеля (например, Гранд Готель) туристы отправляются в галерею деревянной скульптуры Георгия Короткова, в которой узнают о жизни и творчестве мастера по резьбе по дереву; далее туристы посещают музей культуры и быта народов При-

азовья и узнают об особенностях развития данного региона; далее туристы отправляются в городской центр современного искусства и культуры имени Архипа Ивановича Куинджи, родиной которого является г. Мариуполь. Здесь туристы узнают о биографии Куинджи и мероприятиях, которые проходили в Центре. На посещение данных историко-культурных объектов отведен целый день.

После насыщенной экскурсии по городу туристы отправляются в ресторан «Старый Маяк», напоминающий большой морской крейсер. Здесь туристы смогут попробовать блюда европейской и национальной кухни, насладиться живой музыкой, полюбоваться вечерним морем и почувствовать дыхание легкого морского бриза.

Финальной изюминкой является вечеринка на яхте в стиле Ретро, на которой неотъемлемыми атрибутами являются: зеркальный шар, музыка прошлого века, афиши с исполнителями того времени, конфетти, гирлянды.

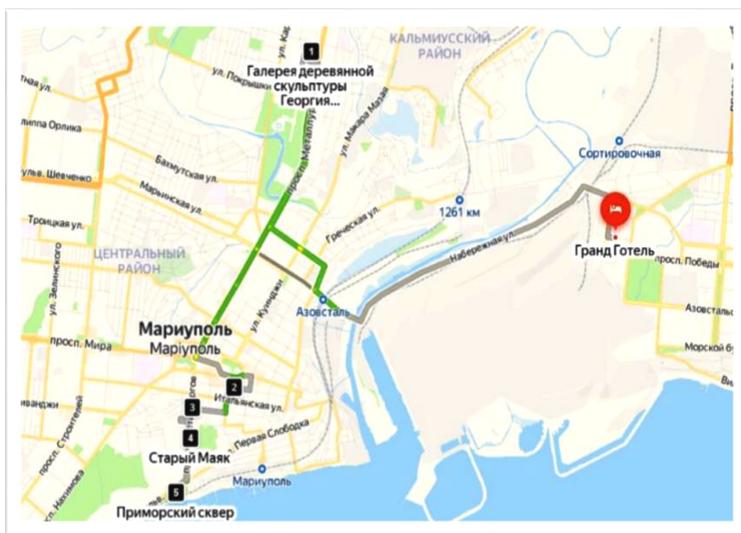
Фишкой вечеринки является также и меню: хлеб с маслом и шпротами, закуски, салат «Шуба», Советское шампанское, наливки и др.

В 23:00 вечеринка заканчивается и ретро-автомобиль отвозит гостей города в отель.

Экскурсия «Один день из жизни туриста (см. рисунок), решившего посетить Мариуполь» имеет свои особенности, на которые нужно обратить внимание:

- экскурсия предназначена для состоятельных людей, поскольку в стоимость экскурсии входит аренда яхты;
- экскурсия рассчитана в среднем на 12 часов;
- возраст экскурсантов от 18 лет;
- экскурсия не подходит для людей с ограниченными возможностями;
- отсутствие животных;
- в машине отсутствует кондиционер;
- экскурсию можно заказать как по приезду в город, так и в любой другой день;
- экскурсия исключительно индивидуальная (группа до 3 человек);

- во время проведения экскурсии туристам предоставляется возможность покупать сувениры и другие атрибуты, делать фото;
- на протяжении мероприятия (до ресторана) туристов сопровождает гид.



Маршрут экскурсии «Один день из жизни туриста, решившего посетить Мариуполь»

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что для максимального развития туристской деятельности в г. Мариуполь необходимо учитывать две составляющие: общую обстановку в регионе и правильную разработку турпродукта, основанную на формировании его уникальности [3].

Список литературы

1. Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.rusiatourism.ru> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
2. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Внутренний туризм в России: состояние и перспективы. URL: <https://book.ru/book/940538> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

3. Белоусова К. В., Лабазова А. В., Булганина С. В. Развитие внутреннего туризма средствами экскурсионных программ // Московский экономический журнал. 2021. № 11. С. 377–385.

Информация об авторах

Елена Михайловна Сапьяная, старший преподаватель кафедры туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Дарья Михайловна Хорошун, студент, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Elena Mikhailovna Sapyanaya, Senior Teacher of the Department of Tourism, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

Darya Mikhailovna Khoroshun, Student, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

УДК 379.85

Религиозные квест-экскурсии как способ формирования общественного сознания

Галина Павловна Фирсова

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Статья посвящена исследованию квест-экскурсий как инновационной формы экскурсионной деятельности. Проанализированы основные формы проведения квест-экскурсий. Выявлена связь между религиозными квест-экскурсиями и общественным сознанием, а также предпринята попытка разработки квест-экскурсии.

Ключевые слова: квест-экскурсия, религии, экскурсионная деятельность

Religious Quest Excursions as a Way to Form Public Consciousness

Galina Pavlovna Firsova

Transbaikal State University, Chita, Russia

The article is devoted to the study of quest excursions as an innovative form of excursion activity. The main forms of conducting quest excursions

are analyzed. The connection between religious quest excursions and public consciousness was revealed, and an attempt was made to develop a quest excursion.

Keywords: *quest-excursion, religions, excursion activity*

Определение квест-экскурсий наиболее точно сформулировали Н. Д. Алексеева и Е. В. Рябова в научной статье «Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности». В более ранних источниках по данной теме не дается чёткого определения термину квест-экскурсия. «Квест-экскурсия – это услуга по организации посещения специально подобранных объектов экскурсионного показа индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристическими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов посредством наблюдения, общения с другими субъектами и решения логических задач под руководством квалифицированного специалиста – экскурсовода, продолжительностью менее 24 часов без ночевки» [1].

Н. В. Николаева выделяет следующие формы квест-экскурсий:

- «квест-экскурсии с участием экскурсовода, где каждое задание экскурсовод (ведущий) выдает лично сам;
- безличная квест-экскурсия, где участникам выдают сразу весь пакет-легенду (квест-маршрут);
- квест-экскурсия, где задания выдаются дистанционно, т. е. участники получают задания на смартфон/планшет, или ищут заданную точку при помощи GPS-навигатора (мобильные квесты)» [2].

В нашей статье описывается квест-экскурсия, которая может участникам получить общее представление разобраться в поликонфессиональном поле г. Читы, поскольку изучение религий является одной из формирующих основ нравственного развития личности.

Актуальность работы обусловлена тем, что на территории Забайкалья проживают различные народы со своей уникальной культурой и религией. Все эти народы являются самобытными, поэтому изучение религий края – необходимая задача для понимания основ самих религий, для воспитания

нравственности личности, а также для формирования общественного сознания, так как религия является одной из его основных форм.

Забайкальский край многонациональный, он включает большое количество различных этносов, проживающих на территории края, каждый из которых создал уникальную культурную и религиозную среду.

Для разработки религиозной квест-экскурсии необходимо изучить потенциал края в области религиозных объектов, а также конфессий, находящихся на его территории.

В Забайкальском крае достаточно много конфессий, большинство из них находится в Чите:

- православие (Кафедральный собор Казанской иконы Божьей Матери, Атамановский Всехсвятский женский монастырь, Спасо-Преображенский храм, Успенский мужской монастырь «В честь Успения Пресвятой Богородицы»);

- католицизм (Приход святых апостолов Петра и Павла);

- протестантизм (Читинская церковь Евангельских Христиан Баптистов «Антиохия»);

- мусульманство (Читинская соборная мечеть);

- буддизм (Читинский дацан);

- иудаизм (здание синагоги).

Помимо этого буддизм представлен в Угданском дацане, Цугольском дацане «Даши Чойпэллинг и Национальном парке «Алханай». Иудаизм также имеется в виде синагоги в Петровском Заводе.

Как видим, в столице Забайкальского края достаточно объектов, которые можно использовать для создания квест-экскурсии.

Анализ рынка предложений в области квест-экскурсий показал, что в Чите были разработаны следующие экскурсионные продукты:

- «Забайкальский краевой краеведческий музей имени А. К. Кузнецова» организовывал экскурсию «Чита – моя малая родина» с элементами квеста;

- Музейно-выставочный центр Забайкальского края организовывал экскурсию-квест по выставке художников Забайкалья для учащихся начальной школы;

– компания «Мир квестов» организует городскую квест-экскурсию «Чита 45-го века».

Исходя из проанализированных данных, можно сделать вывод, что на рынке г. Читы представлены квест-экскурсии по различным тематикам, но нет религиозной направленности, хотя такая экскурсия была бы интересна жителям нашего края.

Для выявления спроса на разрабатываемую экскурсию было проведено маркетинговое исследование в форме анкетирования. В опросе приняли участие 10 человек, большинство из которых студенты. Из них 76,4 % женщин, 23,6 % мужчин. Возраст опрошенных от 16 до 60 лет.

Респондентам был задан вопрос о том, знают ли они что такое квест-экскурсии. Положительный ответ дали 72,1 % опрошенных (рис. 1).

Большая часть опрошенных, а это 75,2 %, ответила, что хотела бы посетить религиозную квест-экскурсию (рис. 2).

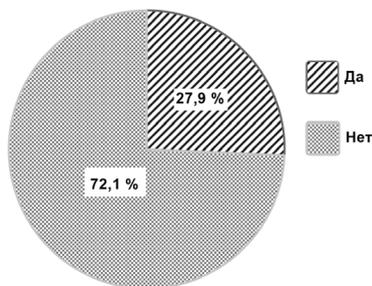


Рис. 1. Знание о квест-экскурсиях

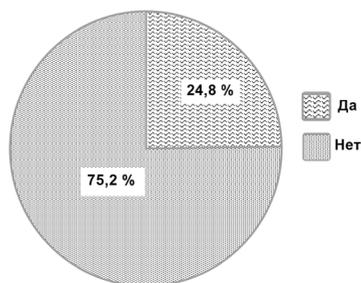


Рис. 2. Интерес к религиозной квест-экскурсии

Данное исследование позволило сделать вывод, что многие жители г. Читы заинтересованы не только в квест-экскурсии, но и в изучении религий Забайкальского края.

На основании полученных данных разрабатывается самостоятельная религиозная квест-экскурсия «Религиозная мозаика», целью которой является знакомство людей с историей разных религий в крае.

Квест-экскурсия «Религиозная мозаика» будет являться достаточно самостоятельной, поскольку задания участники будут видеть в приложении на телефоне и в данном случае помощь экскурсовода не потребуется.

Количество участников не ограничено, можно пройти квест как одному, так и в компании.

Время для прохождения квест-экскурсии строго не фиксировано, пройденный результат можно сохранить, а оставшиеся задания пройти в другое день в подходящее время.

Используемая платформа для создания и прохождения квест-экскурсии Surprise Me является удобной, доступной и бесплатной для всех участников, потребуется только телефон. Во время прохождения квеста участники услышат основную информацию о строительстве каждого здания, познакомятся с историей о становлении каждой конфессии на территории края и в конце получают задание, за каждое правильно решенное задание участники получают бонусные баллы. На платформе участники увидят задания квеста по основным религиозным объектам:

1. Кафедральный Собор Казанской Иконы Божьей Матери, ул. Бутина, 6.

Начальный пункт квеста. Вначале участники послушают основную информацию о строительстве Собора и истории православия на территории края, затем получают задание в виде вопроса: «Сколько куполов имеет Кафедральный Собор?».

2. Здание Синагоги, ул. Ингодинская, 21.

На данном пункте участники также прослушают основную информацию об истории иудейства на территории края, а также получают задание в виде вопроса: «В каком году было построено здание Синагоги?».

3. Читинская Соборная Мечеть, ул. Анохина, 3-а.

Возле здания Мечети, которое участники смогут осмотреть и прослушать информацию задание будет дано в виде разрезанного изображения Мечети, которое необходимо будет собрать и получить бонусные баллы.

4. Протестантский храм «Антиохия», ул. Селенгинская, 7.

Прослушав основную информацию о строительстве храма участники должны будут ответить на вопрос: «Почему храм Антиохия так назван?».

5. Читинский Дацан, ул. Богомяглова, 72.

Участники, узнав об истории строительства Дацана и об истории буддизма, смогут побывать внутри него и приобрести буддийскую атрибутику. В качестве задания будет вопрос: «Какой размер у территории Дацана?».

6. Римско-католическая церковь святых апостолов Петра и Павла, ул. Мостовая, 1 к 1.

Последний пункт квеста. Здесь также участников ждет история о строительстве церкви и становлении католичества на территории края и задание в виде вопроса: «Статуя какого святого стоит в храме?».

В конце экскурсии участники получают знания об основных религиозных объектах, которые находятся на территории Читы. Узнают историю строительства и некоторые объекты смогут посетить.

В заключение отметим, что изучение религий, которые исповедуются в регионе проживания, является необходимой и важной составляющей образования каждого человека. Это развивает эрудицию, нравственность и духовность. Изучение религий посредством квест-экскурсий является доступным способом для каждого человека, который стремится к саморазвитию и самообразованию.

Список литературы

1. Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kves> (дата обращения: 11.10.2022). Текст: электронный.

2. Николаева Н. В. Образовательные квест-проекты как метод и средство развития навыков информационной деятельности учащихся. URL: http://vio.uchim.info/Vio_site/cd_site/Articles/title_1-30.htm#7 (дата обращения: 12.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Галина Павловна Фирсова, студент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Научный руководитель Надежда Дмитриевна Субботина, д-р филос. наук, профессор, профессор кафедры философии, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Galina Pavlovna Firsova, Student, Transbaikal State University, Chita, Russia

Scientific adviser Nadezhda Dmitrievna Subbotina, Doctor of Philosophy Sciences, Professor, Professor Department of Philosophy, Transbaikal State University, Chita, Russia

Возрождение культурно-исторического наследия на основе развития культурно-познавательного туризма

УДК 338.48

Туристские ресурсы Полесского региона Республики Беларусь

Александр Юрьевич Журавский

Полесский государственный университет, г. Пинск, Беларусь

В статье представлен туристско-рекреационный потенциал Полесского региона Республики Беларусь. Известно, что туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. По данным Всемирной туристской организации, он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта. Ожидается, что такая позитивная тенденция сохранится и в будущем. Рост туризма должен произойти преимущественно за счёт появления новых посещаемых территорий. В связи с этим Беларусь и её Полесский регион имеют уникальную возможность занять свою нишу в мировом туристском рынке.

Ключевые слова: *Республика Беларусь, Полесский регион, туристско-рекреационный потенциал*

Tourist Resources of the Polesky Region of the Republic of Belarus

Alexander Yurievich Zhuravsky

Polesky State University, Pinsk, Belarus

The article presents the tourist and recreational potential of the Polesky region of the Republic of Belarus. It is known that tourism plays one of the main roles in the global economy. According to the World Tourism Organization, it provides a tenth of the world's gross national product. This

positive trend is expected to continue in the future. The growth of tourism should occur mainly due to the emergence of new visited territories. In this regard, Belarus and its Polesie region have a unique opportunity to occupy their niche in the global tourism market.

Keywords: *Republic of Belarus, Polesky region, tourist and recreational potential*

Индустрия туризма является высокодоходным и динамично развивающимся сегментом международной торговли услугами. Прибыль от туризма занимают третье место после доходов от экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей. Туризм играет важную роль в мировой экономике. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), он обеспечивает десятую часть мирового валового национального продукта. Ожидается, что такая позитивная тенденция сохранится и в будущем. Рост туризма должен произойти преимущественно за счет появления новых посещаемых территорий [1]. В связи с этим Беларусь и её Полесский регион имеют уникальную возможность занять свою нишу в мировом туристском рынке. В настоящее время мировой экономический кризис оказал негативное влияние на развитие туризма во многих странах мира, не исключением стала и Беларусь. Вложение материальных активов присуще наиболее перспективным, малозатратным и высокорентабельным сферам экономики. К этой группе сфер деятельности относится индустрия туризма и гостеприимства [2].

Территорию Полесского региона пересекает один из основных трансъевропейских коридоров: Париж – Берлин – Варшава – Брест – Минск – Москва. В пределах Полесского региона сформировано несколько культурно-туристских зон: национальный парк «Беловежская пуща», туристско-рекреационные зоны «Белое озеро» и «Телеханская», культурно-туристская зона «Пинское Полесье» и транзитно-туристская зона «Брест-Барановичи-граница области». Анализ туристско-рекреационного потенциала туристических зон Брестской области показал, что наиболее привлекательной зоной для развития экотуризма и наибольшим количеством туристических ресурсов обладает культурно-туристская зона «Пинское Полесье».

Полесский регион характеризуется выгодным приграничным и транзитным положением, сочетающимся с высокой концентрацией естественных ландшафтов и объектов историко-культурного наследия. Брест является традиционными «западными воротами» Беларуси, город с богатой многовековой историей. Первое упоминание о нём в летописях относится к 1019 году. В 1390 году он первый из белорусских городов получил самоуправление на основе Магдебургского права. Здесь в 1596 г. была заключена историческая Брестская церковная Уния, примирившая и объединившая католическую и православную конфессии на Беларуси. Здесь в 1917 году правительство Ленина заключило «Брест-Литовский мир» с Германией в Первой мировой войне. Во Вторую мировую войну Брест прославился беспримерным подвигом защитников Брестской крепости, получившей звание «Крепость-герой». Сегодня мемориал «Брестская крепость-герой» – один из самых посещаемых туристических объектов города и региона в целом. На территории Брестской области, в Вискулях, лидеры России, Беларуси и Украины подписали «Беловежское соглашение», ознаменовавшее окончательный распад СССР.

Вискули – резиденция в Беловежской пуще была построена в 1950-х годах и предназначалась для отдыха государственных и партийных лидеров, которые приезжали сюда поохотиться среди заповедных лесов. Посещение резиденции Деда Мороза близ Вискулей входит во многие экскурсионные маршруты, проходящие по Брестской области.

Культурно-исторический туристический потенциал полесского региона представлен памятными местами, связанными с выдающимися личностями: писателями: А. С. Грибоедовым (города Брест, Кобрин), А. Блоком (города Пинск, Лунинец, пос. Парохонск и др.), Я. Коласом (города Пинск, Лунинец, д. Пинковичи Пинского района, д. Люсино Ганцевичского района), А. Н. Толстым (пос. Парохонск, д. Лопатин – музей), Э. Ожешко (д. Людвиново Дрогичинского района), Ф. М. Достоевским (д. Достоево Ивановского района); полководцем А. В. Суворовым (г. Кобрин); военачальником М. В. Фрунзе (г. Лунинец), подпольщицей В. З. Хоружей

(г. Пинск); художником и писателем Н. Ордой (д. Вороцевичи Ивановского района); первым белорусским космонавтом П. И. Климуком (д. Комаровка Брестского района).

На территории Брестского региона сконцентрировано большое количество историко-культурных ценностей. Здесь расположено около 120 старинных парков и усадеб, 2 084 памятника истории и архитектуры. Всю южную часть региона занимает уникальный природный и этнокультурный край – Белорусское Полесье. Здесь протекает и главная водная артерия региона – р. Припять с её многочисленными притоками. Для сохранения природных особенностей края в области создано 19 заказников республиканского и местного значения, 29 охраняемых памятников природы.

Ведущим центром экологического туризма Полесского региона является национальный парк «Беловежская пуца». Общая площадь парка на территории области составляет 87,6 тысячи гектаров. Здесь произрастает 920 видов растений, обитает 56 видов животных во главе с символом Беларуси – беловежским зубром. Кроме того, в регионе выделено 117 особо охраняемых территорий и объектов, площадь которых занимает 417,5 тыс. га, что составляет 12,7 % от общей площади региона. Из них: 1 национальный парк – 57,4 тыс. га; 19 заказников республиканского значения – 327,2 тыс. га; заказников местного значения – 36,7 тыс. га; 37 памятников природы республиканского значения; 31 памятник природы местного значения. Кроме того, переданы под охрану землепользователям 579 мест обитания (произрастания) 77 редких видов животных и растений, занесенных в Красную книгу Республики Беларусь.

Природный туристический потенциал Полесского региона включает особо охраняемые природные территории: ландшафтные заказники республиканского значения «Прибугское Полесье», «Простырь», «Выгонощанское», «Ольманские болота», «Средняя Припять»; биологические заказники республиканского значения «Луково», «Званец», «Споровский», «Борский», «Бусловка», «Еловский», «Лунинский», «Споровский», «Тырвовичи», гидрологический заказник республиканского значения «Подвеликий мох».

«Ольманские болота» – ландшафтный заказник, в котором концентрируется 151 вид водно-болотных птиц, 25 из которых включены в Красную книгу Республики Беларусь. Среди них: чёрный аист, змеяяд, луговой лунь, большой подорлик, серая неясыть. «Средняя Припять» – ландшафтный заказник, сохранивший на своей территории целый ряд редких видов флоры и фауны. Во флоре заказника включено 14 видов редких и находящихся под угрозой исчезновения растений и 3 вида грибов, занесенных в Красную Книгу Республики Беларусь. На территории заказника обитают 17 редких видов насекомых. В Припяти, её притоках и многочисленных пойменных озерах обитает 12 видов рыб с национальным и международным природоохранным статусом.

Значительная часть историко-культурных объектов региона находится под охраной государства и включены в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. В список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО включены заповедная часть Национального парка «Беловежская пуща» и геодезическая Дуга Струве.

Нетронутая природа, болота, крупные лесные массивы, климат, содействуют развитию таких видов туризма как рекреационный, экологический и оздоровительный. Разнообразная нетронутая природа, богатый животный и растительный мир Полесского региона привлекают ценителей тихого и спокойного отдыха – экотуристов. Увеличение числа субъектов экотуризма, которые не только предоставляют питание и ночлег, но и обеспечивают разнообразный и познавательный досуг туристов, будет способствовать увеличению потока въездного туризма.

Список литературы

1. Журавский А. Ю. Перспективы развития агроэкотуризма в условиях Полесского региона // Современные экологические проблемы устойчивого развития Полесского региона и сопредельных территорий: наука, образование, культура: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Мозырь, 2012. С. 201–203.

2. Ильючик Т. В. Сравнительный анализ туристско-рекреационного потенциала туристских зон Брестской области // Беларусь в современном мире: материалы X Междунар. науч. конф. Минск, 2011. С. 193–195.

Информация об авторе

Александр Юрьевич Журавский, канд. пед. наук, доцент кафедры физической культуры и спорта, Полесский государственный университет, г. Пинск, Беларусь

Information about the author

Alexander Zhuravsky, Ph. D. Ped. Sci., Associate Professor of the Department of Physical Culture and Sports, Polesky State University, Pinsk, Belarus

УДК 379.852

Технологии использования городских квестов для ревитализации историко-культурного наследия

Элина Анатольевна Долгушина

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
г. Калининград, Россия*

В статье рассматриваются технологии, которые можно использовать при создании городских квестов. Необходимость привлечения внимания к историко-культурному наследию, сохранение и возрождение интереса к национальным ценностям – одна из ключевых задач современности по воспитанию патриотизма и любви к Отечеству. Клиповое мышление, как отличительный признак представителей поколения гаджетов, имеет как негативные черты – снижение способности сопереживать, аналитически мыслить, концентрироваться, так и позитивные – способность воспринимать большое количество информации и решать много задач одновременно, не теряя быстроты реакции вследствие перегрузки.

Ключевые слова: культурно-историческое наследие, ревитализация, квест, внимание, технологии, экскурсия, задания

Technologies for the Use of City Quests for the Revitalization of Historical and Cultural Heritage

Ellina Anatolyevna Dolgushina

Baltic Federal University I. Kant, Kaliningrad, Russia

The article discusses technologies that can be used to create city quests. The need to draw attention to the historical and cultural heritage, the preservation and revival of interest in national values – is one of the

key tasks of our time in educating patriotism and love for the fatherland. Clip thinking as a hallmark of the representatives of the gadget generation has both negative features – a decrease in the ability to empathize, think analytically, concentrate, and positive ones – the ability to perceive a large amount of information and solve many tasks at the same time without losing responsiveness due to overload.

Keywords: *cultural and historical heritage, quest, revitalization, attention, technologies, excursion, tasks*

В последние годы определение понятия «культурно-историческое наследие» значительно расширилось. Такие авторитетные организации, как ИКОМОС и ЮНЕСКО, включают в их число не только историко-художественные артефакты, но и окружающую их среду, которую называют культурным ландшафтом. Кроме того, внимание уделяется нематериальным объектам – литературе, поэзии, мифам, фольклору, историческим событиям и традициям.

Ревитализация культурно-исторического наследия подразумевает переосмысление и переоценку культурных ценностей. Эта тенденция сказывается и на туристической сфере. В последние годы состав экскурсионного продукта и требования к нему существенно изменились. После вспышки COVID-19 тысячи туристических проектов и мероприятий были отменены. Этот фактор создал предпосылки для внедрения инноваций в индустрию гостеприимства, в частности, в экскурсионно-просветительской деятельности сформировалась тенденция к более широкому применению блокчейн-технологий. Традиционные и виртуальные экскурсии, аудиогиды претерпели значительную трансформацию, и продолжают совершенствоваться.

Для туристической сферы главной задачей является предоставление путешествующей публике традиционных услуг, включающее возможность приобретать новый опыт активного общения, увлекательный досуг, полезное времяпрепровождение.

Одним из способов удержания интереса любителей путешествий и активного отдыха является создание новых технологий предоставления экскурсионных услуг.

Традиционная экскурсия чаще всего проходит в формате: «спикер говорит – аудитория слушает». Современные технологии позволяют превращать обычные экскурсии в увлекательные приключения. Безусловно, расширить поле взаимодействия между производителями и потребителями туристического продукта невозможно без привлечения внимания к экскурсионным маршрутам. С этой функцией успешно справляются маркетологи. Задача экскурсоводов – создавать новые маршруты и изобретать способы удержания внимания туристов. Идея ревитализации историко-культурного наследия дает большой простор для творчества при создании новых маршрутов. Участие в квест-экскурсии – выход из повседневного общения в историко-культурное пространство. В этом контексте интересно исследовать районы Калининграда, например, Амалиенау. Большое количество домов, построенных в довоенный период, практически не изменили свой внешний облик, и отличаются разнообразием архитектурных стилей. В настоящее время Амалиенау представляет собой синтез советской, российской, прусской и немецкой культур. Создавая маршруты с учетом коммуникативной памяти экскурсантов и культурной памяти заданной территории, экскурсовод выполняет не только просветительскую, но и воспитательную функции. Вторую важную задачу по изысканию способов удерживать внимание экскурсантов можно решить, опираясь на знание особенностей и сферы интересов потенциальных экскурсантов [2].

В настоящее время способность к концентрации внимания у большинства людей значительно снизилась, поэтому успех любого мероприятия обеспечивается, прежде всего, умением организаторов придумать и включить в процесс как можно больше интерактивных действий.

Квест-экскурсия позволяет ее участникам проявлять инициативу. Чем моложе аудитория, тем больше она интересуется участием в активных действиях с использованием гаджетов – если они сами просят контент, то шанс удержать их внимание значительно выше [1].

Еще один способ удержать внимание аудитории – использовать способность нашего мозга синтезировать нейромедиа-

тор дофамина, когда мы достигаем цели. Геймдизайнеры, например, давно освоили искусство использования различных мини-задач, чтобы удерживать внимание игрока на награде. Организаторы виртуальных мероприятий также могут извлечь выгоду из этой тактики: за ответ без использования подсказки начисляются баллы, и эти бонусные баллы можно использовать в качестве валюты для покупки фирменных товаров или сувениров от создателей квеста или их партнеров.

Участники квеста шаг за шагом проходят предложенный маршрут, находя подсказки, разгадывая загадки, погружаясь в атмосферу исторической эпохи.

Технологии интерактивных квестов могут быть следующими: на стендах по ходу маршрута размещаются стикеры с кодами. Участники должны разгадать загадку и ввести ответ в приложение, чтобы завершить шаг.

Квесты в приложении также являются отличным инструментом для тимбилдинга и командных соревнований. Любой сценарий, требующий от команд выполнения ряда задач для обеспечения победы, только выиграет от цифровых технологий. Задания и подсказки публикуются в приложении, но для того, чтобы выполнить шаг и отправить правильный ответ, командам необходимо выполнить некоторые действия в реальной жизни. В этом случае приложение может быть установлено на смартфон каждого участника или на планшет, переданный каждой команде.

Квест можно организовать с привлечением айсбрейкеров. Участник запускает игру и получает список заданий. Каждое задание требует найти человека, соответствующего приведенному описанию, получить от него кодовое слово и ввести его в соответствующее поле в приложении.

Игровые технологии помогают удерживать внимание и вовлеченность участников виртуального мероприятия. Оставаясь пассивным наблюдателем, трудно долго сохранять сосредоточенность. Другое дело, если в перспективе получение приза. Это, безусловно, повышает мотивацию.

Квесты могут включать в себя задачи, требующие наблюдения за прямой трансляцией. Например, в середине трансля-

ции на экране вдруг появится секретное кодовое слово, которое участники должны заметить и ввести в соответствующее поле, чтобы выполнить шаг квеста. Вот еще примеры заданий такого рода: «Зайдите на сайт нашего партнера и найдите правильный ответ на данный вопрос», «Поместите определенное фото в общую диаграмму», «Ответьте на несколько вопросов по теме этой презентации» и т. д.

Идея ревитализации исторических событий и объектов культурного наследия в форме квестов как нельзя лучше подходит для освоения новых открытий в сфере информационных технологий. Участниками квестов могут быть самые разные группы людей – коллективное отгадывание задач, связанных с историей и культурой, имеет не только воспитательное значение – загадки-ребусы, задачи-головоломки на логику, поиск артефактов на историческом месте в музее или на улице привлекают интерес к истории и культуре, развивают когнитивные и коммуникативные навыки.

Список литературы

1. Анохин А. Ю. Инновационные квест-технологии в организации музейной деятельности // Вестник РМАТ. 2022. № 1. С. 124–127.
2. Старкова И. И. Квест-экскурсия как одна из инновационных технологий в экскурсионной деятельности // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч.-практ. интернет-конференции (Чита, 29–30 ноября 2017 г.). Чита: ЗабГУ, 2017. С. 282–287.

Информация об авторе

Эллина Анатольевна Долгушина, студент, кластер «Институт управления и территориального развития», Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Научный руководитель Алексей Юрьевич Анохин, канд. пед. наук, доцент образовательно-научного кластера «Институт управления и территориального развития», Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Information about the author

Ellina Anatolyevna Dolgushina, Student, Cluster “Institute of Management and Territorial Development”, Baltic Federal University I. Kant, Kaliningrad, Russia

Scientific adviser Alexey Yurievich Anokhin, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Educational and Scientific, Cluster “Institute of Management and Territorial Development”, Baltic Federal University. I. Kant, Kaliningrad, Russia

УДК 338.48:398.2

Роль легендирования в сфере туризма в Республике Башкортостан

Илина Ильверовна Ялилова

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

В статье выделяются и описываются особенности Республики Башкортостан и рассматривается один из способов развития туризма в данном регионе. Автор раскрывает значение роли легендирования в туристической сфере и приходит к выводу, что использование легенд, мистических историй и мифов – прекрасная стратегия развития данной сферы, так как республика богата своей историей и культурой.

Ключевые слова: *легенды, легендирование, культура, история, Республика Башкортостан, туризм*

The Role of Legending in Tourism in the Republic of Bashkortostan

Irina Ilverovna Yalilova

Bashkir State University, Ufa, Russia

The article highlights and describes the peculiarities of the Republic of Bashkortostan and considers one of the ways of tourism development in this region. The author reveals the importance of the role of legends in the tourism sector and comes to the conclusion that the use of legends, mystical stories and myths is an excellent strategy for the development of this sphere, since the republic is rich in its history and culture.

Keywords: *legends, legending, culture, history, Republic of Bashkortostan, tourism*

Земля отважных батыров, удивительная непревзойденной природой, увлекательной культурой и вкуснейшей национальной кухней – это всё Башкортостан. Край, расположенный на западных склонах Южного Урала и в Предуралье, находится на границе Европы и Азии и по праву считается «Сердцем Ев-

разии». Здесь можно увидеть неповторимые объекты природы, разнообразие природных ландшафтов, памятников истории, искусства, культуры, а также современной инфраструктуры. Башкирия уникальна тем, что отдохнуть можно в любой сезон года, например, зимой здесь популярны горнолыжные курорты, а летом предлагаются различные туристические программы, такие как конные походы, сплавы по уральским рекам и восхождения на горные вершины, откуда, в свою очередь, открываются живописные пейзажи Башкортостана. Помимо прочего республика может похвастаться своими санаториями, в которых в качестве лечебных факторов используют минеральные источники, термальные воды, целебную грязь и даже знаменитый и неповторимый лечебный кумыс.

Не менее известна Башкирия своими чистейшими озерами, которых, к слову, более 2 000, что полностью компенсирует отсутствие выхода к морю. Их смело можно назвать национальным достоянием республики.

История Башкортостана также уникальна, как и его природные достопримечательности. Башкирский народ, столетия назад обосновавшийся на Южном Урале, входил в состав различных государств. К Российскому государству Башкортостан присоединился лишь в середине XVI века. Непростым был этот путь – были и восстания, и сражения с недружественными соседями, войны... Сейчас на территории Башкортостана проживает более 150 национальностей, и одной из главных особенностей является то, что здесь в единстве и согласии живут люди разных народов и разного вероисповедания. Главным образом республику делает неповторимой и притягательной то, что местные люди с особым трепетом из поколения в поколение передают и сохраняют вековые культурные и исторические традиции, которые могли бы стать основой для создания легендарных туристских маршрутов.

Еще одно из достояний Башкирии – лошади. Край славится своей выносливой породой лошадей, которые недаром стали гордостью целого народа и, конечно же, играли важную роль в его жизни. Покладистые и работоспособные, они покорно и самоотверженно выполняют необходимые задачи.

Одним из чудес земли башкирского народа считается курай – уникальный музыкальный инструмент, являющийся символом республики. О нем ходит много легенд, благодаря которым цветок для народа стал священным. Курай также изображен на флаге и гербе Башкортостана.

И конечно же, визитная карточка нашего края, знаменитая по своим целебным и вкусовым качествам, а также уникальному составу микроэлементов – мёд местных пчел. Местное население его еще называет жидким золотом. Это единственное место в стране, где по сей день сохранились традиции бортевого пчеловодства. Башкирский мёд не имеет аналогов во всем мире.

Для развития туризма в республике необходимо раскрыть её богатство. А для Башкирии это природа и история. И на мой взгляд, чтобы получить привлекательный турпродукт необходимо соединить эти две составляющие, а именно сделать так, чтобы в одном месте раскрывались как красота местных земель, так и исторические легенды о них, другими словами, этому и будет способствовать легендирование.

Туристские легенды являются важным нематериальным ресурсом, привлекающим туристов даже в те города, где «нечего смотреть и нечего показывать» и играют важную роль в формировании тематических маршрутов и стимулируют развитие мистического, романтического, мрачного и других неформальных видов туризма. Туристские легенды являются неотъемлемым элементом туристского брендинга территорий, привлекая туристов и формируя позитивный туристский образ как отдельных городов, так и целых стран. Применение легенд в туризме позволяет усилить внимание экскурсантов путем смены деятельности и дает небольшой отдых экскурсоводу [1, с. 53].

В любом регионе, муниципалитете, уголке природы можно найти свои, пусть скромные, но аутентичные мифы, легенды и очарующие образы. Это существенным образом меняет возможности представления туристского продукта в этих территориях. Одним качеством сервиса и гостеприимства в

сфере услуг и трудно добиться привлечения туристов. Нужен еще тайный мотив, который как раз может скрываться в сфере туристского легендирования [2, с. 108].

Важно понять, что легенды несут в себе историю и некое волшебство, с их помощью некоторые места обретают известность, поэтому легендирование в туризме – прекрасная возможность раскрыть республику с нескольких сторон:

- показать обширность территории;
- познакомить с природными красотами;
- удивить богатством исторического и культурного наследия.

Местные жители трепетно относятся к своим традициям и им очень важен родной язык, на котором они с удовольствием вспоминают и воспроизводят старинные песни, поэмы и легенды. Жанровый состав народного творчества очень разнообразен. Богатый фольклор, одним из основных элементов которого являются легенды, связан с ранним периодом истории местных жителей, поэтому, в произведениях народа художественно отражены воззрения древних башкир на природу, их житейскую мудрость, психологию, нравственные идеалы, социальные надежды и творческую фантазию. Многие традиции древних мифов появились на фоне самого эпического повествования. Например, легенда образования Уральских гор связана с главным героем одноименного башкирского эпоса – Урал-батыра. Там, где Батыр сражался со злыми дивами, появлялись горы. А сыновья Урал – батыра рассекли землю своими острыми саблями и появились реки Идель, Яик и Нугуш.

Легендированный турмаршрут стоит начать с самой истории Башкортостана. Например, стоит рассказать о том, как переводится слово «башкорт». По версии исследователей XVIII века, данное слово переводится как «главный волк». После считали, что это слово означает пчеловода, хозяина пчёл. В наше время слово «башкорт» толкуется как глава рода. А генерал де Марбо во время Отечественной войны, был настолько впечатлен башкирскими воинами, что прозвал их «северными амурами». В этот маршрут необходимо включить

объекты, связанные непосредственно с символами республики. Туристам интересно будет услышать легенду о курае, благодаря которому юноша спасся от страшной смерти. Или об Акбузате – крылатом коне Урал-батыра, который не горел в огне, не тонул в воде и ослеплял всех своей красотой. Акбузат не раз спасал героя – когда Урал-батыр уставал и оставался без сил, верный конь выносил его из самого пекла битвы.

Быстрому исцелению национальных героев способствовали лечебные свойства башкирского мёда и кумыса, которые, как уже сказано ранее, стали достояниями республики.

В целом, будущее туристического комплекса региона связано с созданием на его территории сети туристско-рекреационных кластеров международного уровня, в каждом из которых можно создавать легендированные маршруты с нотками религии и мистики.

Правильное составление маршрутов с использованием легендирования для территории может иметь следующие эффекты:

1. Рост туристских потоков.
2. Положительный привлекательный туристский имидж территории.
3. Формирование ведущих туристских брендов.
4. Появление эффективного маркетингового механизма, который можно использовать в качестве основы для разработки концепции, программы, а также стратегии и тактики по развитию туризма.
5. Рост числа информационных поводов и упоминаний территории в СМИ.
6. Увеличение числа рабочих мест и занятых в индустрии туризма, сервиса и гостеприимства.
7. Улучшение качества и безопасности жизни местного населения.
8. Обретение территорией конкурентного преимущества.
9. Развитие социокультурной сферы.
10. Рост инвестиционной привлекательности территории.

Очевидно, что туристское легендирование позволит раскрыть все красоты обычных и необычных мест республики, «освежить» взгляд местных жителей, которые так привыкли к этим объектам, а гости всегда будут оставлять впечатление о крае, богатого на природные достопримечательности. Экскурсии такого плана обязательно должны быть включены в школьную программу таких дисциплин, как «Башкирский язык» и «История и культура Башкортостана».

Список литературы

1. Афанасьев О. Е., Афанасьева А. В. Функциональное значение и место туристских легенд в формировании привлекательных свойств дестинаций // Вестник ассоциаций вузов туризма и сервиса. 2015. № 1. С. 52–60.

2. Ширинкин П. С. Туристское легендирование: региональные аспекты (Пермский край): учеб. пособие. Пермь: Перм. гос. акад. искусства и культуры, 2014. 260 с.

Информация об авторе

Илина Ильверовна Ялилова, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Irina Ilvirovna Yalilova, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Туризм и краеведение

УДК 911.52 (571.1)

Историко-географическая характеристика краеведческого туристского маршрута в окрестности г. Ханты-Мансийска

***Петр Владимирович Большаник¹,
Дмитрий Александрович Трофимов²***

*^{1,2} Омский государственный педагогический университет,
г. Омск, Россия*

В статье дается историко-географическая характеристика туристского маршрута, разработанного авторами для проведения учебной практики студентов, обучающихся по направлению «Туризм». Маршрут протяженностью более 122 км и продолжительностью в 6 дней. В ходе проведения маршрута обучающиеся знакомятся с краеведческими особенностями окрестностей г. Ханты-Мансийска, закрепляют туристские умения и навыки.

***Ключевые слова:** туристский маршрут, краеведение, туристские умения и навыки*

Historical and Geographical Characteristics of the Local History Tourist Route in the Vicinity of the City of Khanty-Mansiysk

***Petr Vladimirovich Bolshanik¹,
Dmitry Alexandrovich Trofimov²***

^{1,2} Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

The article gives the historical and geographical characteristics of the tourist route, developed by the authors for the educational practice of students

studying in the direction of "Tourism". The route is over 122 km long and lasts 6 days. During the route, students get acquainted with the local history features of the surroundings of the city of Khanty-Mansiysk, consolidate tourist skills and abilities.

Keywords: *tourist route, local history, tourist skills*

Туристский краеведческий маршрут разработан с целью закрепления туристских навыков, знакомства с краеведческими особенностями окрестностей г. Ханты-Мансийска.

Лучшее время проведения похода, по метеорологическим условиям и отсутствию гнуса, в августе. Можно проводить поход в июне и июле или в начале сентября. В июне неблагоприятными факторами является обилие гнуса и высокая вода в реках, пойма затоплена.

Участки похода. Первый участок дневного перехода: г. Ханты-Мансийск – 60 км трассы на Сургут – Кукушкинские озера – р. Шапшинская (61° 04' с. ш. и 69° 46' в. д.). Общая протяженность маршрута около 18 км. Заброска автотранспортом к месту активной части похода. Грунтовая тропа проходит через елово-березовый и березовый редкий лес, который чередуется с открытыми пространствами, занятыми травяной, злаковой, кустарничковой и моховой растительностью, с участками залитыми водой. Южный берег озера Кукушкино имеет координаты: широта: 61° 03' 40") и долгота: (69° 58' 16"). Здесь организуется дневной привал. Проверяется снаряжение и оборудование. Поправляется одежда и обувь. Так как тропа часто пересекает влажные участки – требуются сапоги. По пути много валежника и упавших деревьев. Берега озера заняты торфяным кочкарником. Урез воды – 44 м [1]. К озеру подходят гривы (возвышенные участки). Если пройти по юго-западному берегу, то вначале попадаешь на мыс, вдающийся в озеро. А затем на гриву, занятую лесом. Высота гривы – 45 м. Затем путь проходит в основном по просекам, прорубленным по березово-сосновому лесу. Стоянка на обед происходит посреди леса, на лесной прогалине, где пересекаются две лесные просеки. Дров много. Вода принесена с собой. Затем путь продолжается по просеке до ее пересечения с

р. Шапшинской и далее идет вдоль ее правого берега. Остановка на ночлег на мысу высокого правого берега р. Шапшинской, недалеко от стоянки хантов.

Система Кукушкиных озер имеет предположительно термокарстовое происхождение (на месте растаявших многолетне-немерзлых пород). Самое большое называется Кукушкино. Соседние озера не имеют наименования на карте. Их называют правым и левым. Все озера активно посещаются рыбаками в зимнее и летнее время [2]. По озерам плавают лодки, которые забрасывают болотоходом. Приречные сырые участки заняты урманом – густой и дремучей тайгой, состоящей в основном из пихты с примесью ели и сибирского кедра, растущих на подзолистых почвах. На водоразделах много рямов – верховых сфагновых болот с кустарниковой порослью и низкорослой сосной или кедром.

Второй участок – р. Шапшинская – устье р. Лазарькова, протяженностью 23,5 км. Путь идет по лесной просеке строго на запад. Дорога волнообразно изгибается по рельефу. Спускается в долины малых водотоков (30 м) и поднимается на гривы (42 м). На тропе много валежника и пней. Есть участки гати. После преодоления р. Кипейник, преодолеваем еще три ручья и останавливаемся на обед. Дров много. Вода из Шапшинской. Лесная просека подходит к пойме р. Шапшинской и пойму надо пересекать в юго-западном направлении по возвышенной приречной гриве. Глубина русла Шапшинской около 0,8–1 м, ширина русла – 20 м. Период затопления поймы может продолжаться с мая по июль. После преодоления Шапшинской оказываемся на ее левом берегу (высота 35 м). Далее движение проходит по левому террасному берегу до пересечения р. Лазарькова, на левом берегу, недалеко от изб – ночевка. Для питья используется вода из Шапшинской.

В лесу преобладают (до 80 %) хвойные породы: сосна, ель, кедр, незначительную площадь занимают березовые и осиновые рощи. Большие пространства покрыты зеленомошниковыми болотами с клюквенниками. Здесь сформировалось большое по площади урочище Шапшинский сор, шириной до 2 км. Соры – низменное луговое пространство, затопляемое

весенним разливом вод. Во время разлива имеет сообщение с рекой в виде рукава – пролива (горло). После спада весенних вод сообщение с рекой у большинства соров прекращается, так как они постепенно высыхают. Летом соры используются в качестве покосов.

Третий участок – р. Лазарькова – терраса возле устья р. Шапшинской, протяженностью 19,5 км. Путь проходит по лесным просекам и тропинкам вдоль бровки надпойменной террасы по березо-еловому, в понижениях березово-осиновому лесу. Обед после преодоления двух ручьев. Дров много. Вода из Шапшинской. Высота местности колеблется в районе отметки 40 м. Стоянка в междуречье Шапшинской и р. Сучковки, недалеко от сарая.

Из наиболее редких растений в лесу встречаются: плаун булавовидный, можжевельник, живокость, ятрышник пестролистый. Густой лес с преобладанием пихты, ели, кедра с примесью лиственницы и осины, с развитым подлеском из рябины на почвах с признаками застоя воды называют чернолесьем или чернью.

Четвертый участок – р. Сучковка – урочище Шапша, протяженностью 18 км. Путь проходит по кедрово-пихтовому лесу, который в понижениях сменяется на елово-березовый лес. Отметки высоты террасы колеблются от 45 до 35 м. По маршруту преодолеваются ручьи на высоте 23 м. Обед возле протоки Верхнешайтанская. Много дров для костра. Вода из протоки Горной. Ночевка возле п. Шапша. Посещение мини-зоопарка. Экскурсия по поселку. Посещение кладбища, моста через Шайтанская, памятника активистам красного движения.

На территории поселка находится массив вековых кедров, известный как памятник природы «Шапшинские кедровники». На территории кедровника пролегает экологическая тропа, работают мини-зоопарк и школьное лесничество. Шапша в переводе с хантыйского – «бугор, разделенный рекой» [3].

Пятый участок – п. Шапша – перешеек между двумя протоками Горными, протяженностью 23,5 км. Путь проходит по бровке надпойменной террасы к югу от протоки Горной по ке-

дрово-пихтовому и кедрово-березовому лесу. Колебания высот от 50 до 33 м. Путь не сложный, проходит по сухой грунтовой тропе. Много хвороста.

В сосновых лесах на песчаных почвах простираются бегомшники, а в остальных господствуют мхи, лишайники. Пойменная часть покрыта луговой травой, кустарниками, камышами и осокой.

Шестой участок – Буровая – Ханты-Мансийск, протяженностью 19,5 км. Путь проходит по грунтовой дороге на запад по границе бровки надпойменной террасы и поймы р. Оби. Лес елово-березовый и кедрово-березовый. Много хвороста. Путь проходит возле Учхоза.

В пойме протекают протоки Оби – Неулева, Горная, Сумкина, Ходовая. Течение спокойное (0,2–0,5 м/с). Большую площадь занимают крупные и мелкие озера и болота. Территория хорошо водообеспечена. Высота дождевых паводков в августе-октябре – 2–5 м.

Итого за 6 дней пути будет пройдено 122,3 км.

Список литературы

1. Большаник П. В. Геоэкологические проблемы трансформации рельефа урбанизированных территорий (на примере городов Западной Сибири). М.: ИНФРА-М, 2017. 243 с.
2. Большаник П. В. География туризма. М.: ИНФРА-М, 2017. 355 с.
3. Большаник П. В. Региональное природопользование. М.: ИНФРА-М, 2018. 177 с.

Информация об авторах

Петр Владимирович Большаник, канд. геогр. наук, доцент кафедры географии и методики обучения географии, Омский государственный педагогический университет, г. Омск, Россия

Дмитрий Александрович Трофимов, аспирант, Омский государственный педагогический университет, г. Омск, Россия

Information about the authors

Petr Vladimirovich Bolshaniк, Ph. D. Geogr. Sciences, Associate Professor of the Department of Geography and Teaching Methods of Geography, Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

Dmitry Aleksandrovich Trofimov, PhD Student, Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

**Северное Приазовье
как перспективный туристско-рекреационный район**

**Светлана Николаевна Голубничая¹,
Геннадий Валерьевич Мишечкин²**

^{1,2} *Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия*

В статье дается характеристика Северному Приазовью как туристско-рекреационному району. Указывается на то, что данный район обладает большим потенциалом для развития туристско-рекреационной сферы. Авторы предлагают пути повышения эффективности развития туристско-рекреационной деятельности.

Ключевые слова: *Северное Приазовье, туризм, рекреация, туристско-рекреационный район, рекреационно-оздоровительное направление*

**Northern Sea of Azov as a Perspective Tourist
and Recreational Area**

**Svetlana Nikolaevna Golubnichaya¹,
Gennady Valerievich Mishechkin²**

^{1,2} *Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia*

The Northern Sea of Azov as a tourist and recreational area are characterized in the article. It is indicated that this area has great potential for the development of the tourist and recreational sector. The authors suggest ways to increase the effectiveness of the development of tourist and recreational activities.

Keywords: *Northern Azov region, tourism, recreation, tourist and recreational area, recreational and health direction*

С древних времен человек проявлял интерес к прибрежной территории Азовского моря, в том числе к району Северного Приазовья. Об этом свидетельствуют находки стоянок древнего человека в Новоазовском районе Донецкой Народной Республики (ДНР) и Неклиновском районе Ростовской области. Древние греки, оценив выгодное экономико-географическое положение указанного района, основали на его территории эмпорий Танаис, один из самых восточных форпостов древнегреческой цивилизации.

В советский период, особенно с начала 60-х гг. XX в., на данный регион все больше стали обращать внимание как на потенциальную перспективную туристско-рекреационную территорию.

Проблематика развития Северного Приазовья как туристско-рекреационного района была в фокусе внимания отечественных специалистов [1–4]. В их трудах анализировались различные аспекты проблемы: общие вопросы развития санаторно-курортной деятельности, природные лечебные ресурсы региона, пути повышения эффективности рекреационно-оздоровительной сферы и т. д. Исследователи констатировали отсутствие системного подхода к проблеме.

Опираясь на вышесказанное и учитывая небольшой объем исследования, в работе поставлена цель: проанализировать Северное Приазовье как туристско-рекреационный район, выявить основные проблемы и обозначить перспективы дальнейшего развития.

Предваряя изложение основного материала, заметим, что под Северным Приазовьем в работе понималась территория Новоазовского и Тельмановского районов ДНР, Неклиновского, Азовского, Мясниковского районов и города Таганрога Ростовской области.

Как нами указывалось выше, в 1960-е гг. Северное Приазовье стало рассматриваться органами власти в СССР как туристско-рекреационная территория, ориентированная, прежде всего, на семейный отдых, рекреацию и оздоровление жителей Донецкой, Ростовской областей и смежных регионов, т. е. на внутреннего туриста и рекреанта. Освоение обозначенного туристско-рекреационного района характеризовалось отсутствием комплексного плана его развития, бессистемностью застройки учреждениями рекреации, приоритетностью пляжно-купального отдыха. До распада СССР поток рекреантов был устойчивым, а после – начался резкий спад туристско-рекреационной деятельности. Ситуация изменилась в начале XXI века, когда новые собственники рекреационных учреждений стали вкладывать средства в коллективные средства размещения и инфраструктуру. Отдельные учреждения

по уровню комфорта и ценовой политике соответствовали высоким мировым стандартам. Большинство коллективных мест размещения располагали устаревшей материально-технической базой.

Количественные показатели в значительной степени опережали качественные. К примеру, Донецкая область находилась на втором месте в Украине в рейтинге потенциала рекреационных учреждений. Объяснялось это приоритетностью угледобывающей и металлургической промышленности, которые были наиболее развиты в области. Предприятия обозначенных отраслей вкладывали значительные финансовые средства в строительство и функционирование собственных рекреационных учреждений. Кроме того, тяжелые и вредные условия труда на данных предприятиях определяли острую необходимость оздоровления рабочих в приморских районах.

У 63 % рекреационных учреждений отмечались нарушения архитектурно-градостроительных норм: превышение нагрузки на пляжи, наличие капитальных сооружений в водоохранной зоне, несоблюдение норм отведения общей площади на одного отдыхающего. В то же время из-за ведомственной разобщенности, большие участки пляжей, вообще, пустовали.

Возросшая антропогенная нагрузка вызвала негативные экологические последствия: уменьшение биоразнообразия, загрязнение моря и т. д. С целью сохранения многообразия видов флоры и фауны в регионе были созданы и функционировали 21 особо охраняемая природная территория площадью более 307 км², что свидетельствовало о потенциале для развития экологического туризма.

Рекреационные комплексы Северного Приазовья в основном тяготеют к побережью Азовского моря. В регионе расположено более 70 рекреационных учреждений различных типов, способных одновременно принимать до 9 000 человек. В приеме отдыхающих задействованы частные гостиницы и гостевые дома, количество мест в которых сложно поддается учету.

В регионе также развивается сельский туризм. Так, в 2022 году грант на развитие получил Агротуристический

кластер «Био-хутор Петровский» в Неклиновском районе. Изюминка кластера – возможность туристов ознакомиться с производством органических продуктов и посетить областной фестиваль сельского и гастрономического туризма «Хутор фест». Примером развития этнотуризма служит тур «Лоза лимана» в поселок Малофедоровка в 30 км от Таганрога.

Новоазовский и Тельмановский районы обладают потенциалом для развития этнотуризма. База для него – традиционная культура урумов и румеев. Особой популярностью пользуются праздники Панаир, Мега-Юрты. Кроме того, функционируют этнографические музеи.

Перспективным направлением туристско-рекреационной деятельности в Северном Приазовье представляется бальнеотерапия, так как на территории региона находятся месторождения разнообразных бальнеологических ресурсов, с преобладанием минеральных вод слабой минерализации без специфических компонентов (Новоазовский, Тельмановский районы), йодобромные воды, железистые (Азовский и Неклиновский районы).

В Северном Приазовье находится крупное Новоазовское месторождение лечебной грязи сульфатного типа. Однако оно, также, как и лечебные грязи озера Пелёнкино (Пиленкино) в Азовском районе, не используются рекреационными учреждениями.

Климатолечение – значимое направление для региона. Все параметры биоклимата благоприятны для развития рекреации и оздоровления во все времена года, кроме зимних месяцев, когда наблюдаются значительные и резкие колебания параметров биоклимата.

Азовское море – важный лечебный фактор талассотерапии. Из-за ветровых явлений песок азовских пляжей также, как и воды моря богат биогенными элементами. Воздух в данной местности насыщен ионами, что благотворно влияет на самочувствие и здоровье человека.

Северное Приазовье имеет перспективы и для фитотерапии. Флора региона насчитывает более 600 видов растений,

30 % из них признаны официальной медициной. Например, кермек Майера, имеет выраженный противовоспалительный, ранозаживляющий эффекты. В регионе имеются эндемичные виды лекарственных растений, такие как, тимьян гранитный, шиповник донецкий и др.

Таким образом, Северное Приазовье представляет собой перспективный туристско-рекреационный район, на территории которого можно развивать рекреационно-оздоровительное направление, используя такие виды лечения как талассотерапия, аэротерапия, гелиотерапия, псаммотерапия, фитотерапия, бальнеотерапия.

Однако следует разработать комплексный подход к управлению и развитию туристско-рекреационной деятельности в районе, механизм эффективного взаимодействия государства и частного бизнеса, решить первоочередные проблемы: экологические, изношенности материально-технической базы, сезонности функционирования учреждений рекреации, низкого уровня сервиса и информационно-коммуникационного обеспечения и т. д.

Список литературы

1. Голубничая С. Н., Мишечкин Г. В. Использование природного наследия Донецкого региона в туризме // Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие: коллективная монография. СПб: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. С. 305–307.
2. Ивлиева О. В. Современное состояние и перспективы развития экологического туризма в Ростовской области // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15, № 3. С. 165–176.
3. Корнеева Е. В. История создания особо охраняемых природных территорий (в России и Крыму) // Сборник тезисов докладов участников пула научно-практических конференций. Керчь, 2021. С. 278–285.
4. Сухов Р. И. Особенности и проблемы формирования и развития туристских кластеров на Нижнем Дону // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15, № 3. С. 131–146.

Информация об авторах

Светлана Николаевна Голубничая, канд. биол. наук, доцент кафедры туризма, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Геннадий Валерьевич Мишечкин, канд. ист. наук, доцент кафедры туризма, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Svetlana Nikolaevna Golubnichaya, Candidate of Biological Sciences, Associate Professor, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

Gennady Valerievich Mishechkin, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhail Tugan-Baranovsky, Donetsk, Russia

УДК 316.346

**Об опыте развития инклюзивного туризма
в Республике Хакасия**

Наталья Федоровна Кузнецова

*Хакасский государственный университет
им. Н. Ф. Катанова, г. Абакан, Россия*

В статье раскрываются вопросы развития инклюзивного туризма в России и в Республике Хакасия, его понятие и сущность, требования к доступности туристских объектов. Особое внимание уделяется поддержке государством негосударственных некоммерческих организаций в форме грантов для создания на туристских объектах безбарьерной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Ключевые слова: туризм, инклюзивный туризм, туристский продукт, проект, грант, экскурсия, туристская дестинация, ограниченные возможности здоровья

**On the Experience of Developing Inclusive Tourism
in the Republic of Khakassia**

Nataliya Fedorovna Kuznetsova

Khakass State University of N. F. Katanov, Abakan, Russia

The article reveals the development of inclusive tourism in Russia and the Republic of Khakassia, its concept and essence, requirements for the availability of tourist facilities. Particular attention is paid to the state support of non-governmental non-profit organizations in the form of grants to create a barrier-free environment for people with disabilities at tourist sites.

Keywords: tourism, inclusive tourism, tourism product, project, grant, excursion, tourist destination, disability

Термин «инклюзия» в переводе с латинского языка означает включение, заключение, вкрапление. Понятие «инклюзивный туризм» имеет различные синонимы, используемые в других странах: туризм, доступный для всех; безбарьерный туризм; доступный туризм или туризм для всех.

Согласно рекомендациям Всемирной туристской организации, туризм для всех предусматривает создание таких условий, когда все путешествующие люди могут пользоваться туристскими услугами без ограничений, в т. ч. лица с особыми потребностями в доступности: зрительной, слуховой и в передвижении. А это предусматривает особые требования к транспорту (адаптация автобусов и поездов), к связи, информации, ко всей инфраструктуре. Это наличие хорошо распознаваемых и читаемых информационных знаков; отсутствие бордюров; низкая высота порогов; определенная ширина дверных проемов, городских тротуаров и аллей; наличие аудиопереводчиков в музеях и т. п.; пандусов; эскалаторов или лифтов в высотных зданиях; траволаторов в аэропортах; пешеходных переходов со световыми и звуковыми сигналами; специально оборудованных туалетов; высоких платформ-перронов на железнодорожных вокзалах; низкопольных автобусов или троллейбусов, адаптированных такси; наличие дополнительных сервисов: служб по ремонту специального оборудования и др.

Инклюзивный туризм нацелен не только на инвалидов, а на широкий круг потребителей. К ним относятся лица с заболеваниями опорно-двигательного аппарата; органов слуха и зрения; люди с другой инвалидностью; а также беременные женщины; родители с детьми; пенсионеры и люди старшего возраста; лица, не знающие иностранных языков; туристы с тяжелым чемоданом или другим крупногабаритным багажом. То есть развитие инклюзивного туризма полезно для многих категорий граждан. Поэтому его развитие – это актуальная задача для государства.

В последние десятилетия во многих странах мира инклюзивный туризм активно и успешно развивается. Европейские города (например, Барселона, Берлин и др.) создали специальные сайты, посвященные инклюзивному туризму, где приво-

дятся туры для лиц с ограниченной мобильностью, указываются отели, магазины, предприятия общественного питания, музеи с доступной инфраструктурой, специальные сервисы для лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляются видеофильмы о достопримечательностях города с сурдо- и тифлопереводом и т. п. В Великобритании существует специальный туроператор по инклюзивному туризму – Tourism for all.

В Российской Федерации подобная работа еще только началась. Хотя потребность в развитии инклюзивного туризма существует, т. к. в РФ более 10 миллионов человек имеют разные группы инвалидности, в т. ч. более 500 тысяч – это дети от 0 до 17 лет. На развитие указанного вида туризма нацелены Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года (2019), Государственная программа РФ «Развитие туризма» (2021), а также другие документы.

Вопросам и проблемам развития инклюзивного туризма в России были посвящены многие научные конференции и форумы. В декабре 2019 г. в Москве состоялась Всероссийская конференция «Россия – доступная страна», обсудившая проблемы развития внутреннего туризма, организатором которой выступил Ростуризм. Центральное место в работе конференции заняли вопросы внедрения инклюзивных принципов в туристские продукты России. Участники мероприятия обратили особое внимание на медленное продвижение инклюзивных турпродуктов, на отсутствие системного подхода к доступности на рынке туристских услуг. Итоговая резолюция указанной конференции содержит рекомендации по разработке методологии оценки доступности объектов размещения для инвалидов туроператорами и туристско-информационными центрами, по специальному обучению специалистов турфирм [1].

Более 15 лет назад в России появились первые турфирмы, нацеленные на маршруты для инвалидов. С 2004 года подобную деятельность, используя специализированный транспорт для инвалидов, осуществляет ООО «Либерти» в г. Санкт-Петербурге [2]. При этой фирме также работает онлайн-школа

инва-туризма. В Москве с инвалидами работают фирмы «Парилис-Инватур», агентство «Велл» и Анекс тур. Подобные, но малочисленные фирмы есть и в других городах России.

Благодаря деятельности этих турфирм в РФ стали появляться специальные туры для лиц с ограниченными возможностями здоровья. В апреле 2022 года были объявлены победители премии в сфере внутреннего туризма «Маршрут построен». Ее учредителем стала медиагруппа «Комсомольская правда» при содействии Федерального агентства по туризму РФ. Эта премия присуждалась в 15 номинациях, среди которых была и специальная – «Доброта спасет мир», где были представлены инклюзивные маршруты. Победителем в указанной номинации стал тур «Отдых без границ»: инклюзивный туризм от Анекс тура, г. Москва. Призерами в указанной номинации стали «Инклюзивный автоквест для людей с инвалидностью: экскурсии по Ярославской области» и «Солнечный круг»: фестиваль творчества для детей с ОВЗ в Алтайском крае [3].

В Вологодской области департамент культуры и туризма вместе с Туристско-информационным центром этой области составили специальную карту городов области по инклюзивному туризму, где были представлены 30 учреждений, доступных для посещения туристами с ограниченными возможностями здоровья [4].

Работа по развитию инклюзивного туризма в Хакасии еще только началась. В Стратегии развития туризма в Республике Хакасия на период до 2035 года (2022) отмечается низкий уровень развития безбарьерного туризма и ставится задача по созданию среды, комфортной для туристов с инвалидностью [5]. В 2020 г. в Хакасии началась работа по анализу доступности туристских объектов. Негосударственным некоммерческим организациям республики стала оказываться государственная поддержка на создание специальной инфраструктуры для туристов с ограничениями по здоровью.

В 2021 г. Министерством экономического развития Республики Хакасия был объявлен конкурс грантов, направленный на развитие инклюзивного туризма. По условиям конкурса

предусматривалось софинансирование проектов-победителей из республиканского бюджета до 90 процентов от их стоимости, но не более 400 тыс. рублей. Проекты должны были быть направлены на создание или обустройство необходимой инфраструктуры для приема туристов с ОВЗ. Но в этом конкурсе участвовали только 4 проекта, один из которых и был признан победителем. Это проект «По волнам в забытое прошлое» Хакасской региональной физкультурно-спортивной общественной организации «Федерация парусного спорта и водного туризма» [6].

Большая заслуга в развитии инклюзивного туризма в Хакасии принадлежит людям-энтузиастам. В Республике Хакасия инклюзивным туризмом занимается только один туроператор – «Ладование», о чём есть специальная информация на его сайте. В течение 2021 и 2022 гг. этой фирмой были проведены специальные мероприятия для семей с особенными детьми. В частности, были организованы 2 смены летнего семейного инклюзивного лагеря в природном парке «Ергаки» в рамках президентского гранта «Мастерская кочевников». Его организаторами стали ООО «Ладование» и АНО Центр инклюзивных проектов в г. Абакане «Особый ракурс». В программе лагеря были поисковые квесты для детей, увлекательные походы в горы, купание в озере и др. А в зимний период были организованы новогодние мероприятия с елкой и Дедом Морозом, катание детей на лошадях, мастер-класс по изготовлению новогодних игрушек [7].

В 2022 году на конкурсе грантов Президентского фонда культурных инициатив победил проект ассоциации развития туризма «Сибирь» «Этнокультурный инклюзивный фестиваль-погружение «Трогательная Хакасия» для туристов с ограничениями по зрению. Цель проекта – проведение в августе 2022 года в Аскизском районе указанного фестиваля как творческой площадки для взаимодействия и обмена опытом по этнокультурному инклюзивному туризму, когда знакомство с культурно-историческим наследием происходит через прикосновение, звуки, запахи и вкусы; а также создание инклюзивного турпродукта и включение его в регулярные предложения туроператоров Сибири [8].

В 2022 г. заповедник «Хакасский» при поддержке Всемирного фонда дикой природы – WWF – начал подготовительную работу по созданию инклюзивного экомаршрута по степному участку Оглахты для туристов с ограничениями по зрению «Короткое путешествие длиной в 400 миллионов лет». Планируется создать малые тактильные скульптуры, стенды и постеры со шрифтом Брайля и др. [9].

Подобную работу органам власти разных уровней необходимо продолжать более активно, выделяя больше государственных средств на поддержку социальных предпринимателей, некоммерческих организаций, чтобы сформировать такую туристскую среду, которая удовлетворяла бы потребности всех туристов, независимо от состояния здоровья, возраста и социального статуса, а туризм стал бы доступным для всех.

Список литературы

1. Ростуризм обсудил развитие доступной среды в туристической индустрии. URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
2. ООО «Либерти»: [официальный сайт]. URL: <http://libertytour.ru> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
3. Лидеры в отрасли: [официальный сайт Федерального агентства по туризму]. URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
4. В Вологодской области разработали карты по 4 видам туризма. URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 18.10.2022). Текст: электронный.
5. Стратегия развития туризма в Республике Хакасия на период до 2035 года. URL: <https://r-19.ru/documents/140/127017.html> (дата обращения: 18.10.2022). Текст: электронный.
6. Министерство экономического развития Республики Хакасия: [официальный сайт]. URL: <https://r-19.ru/society/8447/122438> (дата обращения: 20.10.2022). Текст: электронный.
7. ООО «Ладование»: [официальный сайт]. URL: <https://ladovanie.ru.com> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
8. Президентский фонд культурных инициатив: [официальный сайт]. URL: <https://фондкультурныхинициатив.рф> (дата обращения: 21.10.2022). Текст: электронный.
9. Агентство социальной информации: [официальный сайт]. URL: <https://www.asi.org.ru> (дата обращения: 21.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Наталья Федоровна Кузнецова, канд. ист. наук, доцент кафедры экономики и бизнеса, Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, г. Абакан, Россия

Information about the author

Nataliya Fedorovna Kuznetsova, Candidate of History Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Business, Khakass State University of N. F. Katanov, Abakan, Russia

УДК 373.2; 373.3; 908

**Применение основных принципов интерпретации
культурного и природного наследия
при разработке материалов для занятий
по экологическому образованию и краеведению
для дошкольников и младших школьников**

Анна Александровна Огородникова

Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия

В статье рассматривается использование принципов интерпретации природного наследия (по Ф. Тилдену, 1957) на примере материалов (настольных игр, учебных пособий, печатных изданий) по экологическому образованию и краеведению для дошкольников и младших школьников, разработанных АНО «Байкальский интерактивный экологический центр».

Ключевые слова: дошкольное образование, краеведение, интерпретация, природное наследие, озеро Байкал, экологическое образование

**Applying the Basic Principles of Interpretation
of Cultural and Natural Heritage for the Development
of Materials for the Classes in Environmental Education
and Local History for Preschoolers and Younger Students**

Anna Aleksandrovna Ogorodnikova

Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

The article discusses the use of the principles of nature heritage interpretation (according to F. Tilden, 1957) on the example of materials

(board games, teaching aids, printed publications) in the field of environmental education and local history for preschoolers and younger schoolchildren developed by NGO Baikal Interactive Ecological Center.

Keywords: *preschool education, local history, interpretation, natural heritage, lake Baikal, environmental education*

Интерпретация природного наследия зародилась в США в первой половине двадцатого века. Согласно одному из основоположников этого течения Фриману Тилдену «интерпретация – это образовательная деятельность, направленная на раскрытие смыслов и отношений посредством обращения к оригинальным объектам, с опорой на непосредственный опыт и иллюстративные средства, а не просто передачу фактической информации» [2]. Это определение отражает и подход к работе многих современных педагогов дополнительного и общего образования, которые считают необходимым не просто знакомить детей с сухими фактами из области экологии и краеведения, но дать им возможность узнать родной край при помощи занятий на свежем воздухе, походов, интерактивных уроков.

Интерпретация природного наследия опирается на 6 принципов, которые Фриман Тилден сформулировал ещё в 1957 году в книге “Interpreting Our Heritage”. В данной статье мы рассмотрим как эти принципы применялись при создании материалов (настольных игр, пособий, печатных изданий), разработанных Автономной некоммерческой организацией «Байкальский интерактивный экологический центр», г. Иркутск (далее «экоцентр»).

Первый принцип гласит «Любая интерпретация, которая никоим образом не связывает то, что представляется или описывается, с личностью или опытом того, для кого это описывается, будет бесплодной» [1]. Наиболее ярко применение этого принципа видно в раскраске «Байкальская путаница», которая знакомит детей дошкольного и младшего школьного возраста с десятью представителями фауны Байкальского региона. После описания тех или иных биологических особенностей каждого животного идёт вопрос, обращённый к ребёнку, в ко-

тором звучит предложение рассмотреть свои способности или особенности и сравнить их с характеристиками животного (рис. 1). Так например, после факта о том, что медведь различает запахи на расстоянии двух с половиной километров, авторы просят ребёнка провести эксперимент и определить какое у него обоняние, сможет ли он учуять мандарин или чеснок в метре, двух от себя.

Волк

Положение рта, губ, ушей и хвоста, а также показ зубов волка говорят нам, что он чувствует — злится, нервничает или радуется.



У волка 42 зуба,
а у тебя?

Рис. 1. Фрагмент раскраски «Байкальская путаница»

Второй принцип утверждает, что «информация как таковая не является интерпретацией. Интерпретация — это открытие, основанное на информации. Информация и интерпретация — две совершенно разные вещи. Однако любая интерпретация включает информацию» [1]. В игровом пособии «Угадай, кто ты? Байкал», частью которого является буклет с описаниями пятидесяти представителей, фауны озера Байкал, авторами была проделана большая работа по преобразованию информации в интерпретацию. Так, например описание олигохеты, предложенное биологом, выглядело так: «Я олигохета, или малощетинковый червяк. Мое тело достаточно длинное с небольшим количеством щетинок на каждом сегменте (кроме ротового). Наше разнообразие в озере Байкал поистине поразительно. Группа моих сородичей является одной из самых богатых видами и одна из самых массовых в составе зообентоса. В настоящее время для озера описано

197 видов и 8 подвидов, причем 80 % видов являются эндемичными и это при том, что систематический список олигохет Байкала во многом еще далек от завершения. Ученые считают озеро Байкал крупнейшим центром нашего эндемичного видообразования. Мы играем очень важное значение для донных биоценозов: благодаря нашему роющему образу жизни мы сохраняем у дна и в грунтах высокое содержание кислорода даже на максимальных глубинах озера. Кроме того, мы служим кормом для многих рыб и хищных беспозвоночных – гаммарид (бокоплавов), пиявок и планарий». Текст, вошедший в буклет, значительно упростили, сократили и сделали более выразительным при помощи эмоционально окрашенных слов. В итоге был получен следующий текст: «Я олигохета, или малощетинковый червь. У меня довольно длинное тело с небольшим количеством щетинок на каждом сегменте (кроме ротового). Я живу на дне Байкала. Я много рою и таким образом сохраняю у дна и в грунте высокое содержание кислорода даже на максимальных глубинах озера, что очень важно для обитателей Байкала! В основном я ем остатки отмирающих водных растений. А вот мною любят полакомиться многие рыбы и хищные беспозвоночные – бокоплав, пиявка и планария».

Применение третьего принципа «Интерпретация – это искусство, объединяющее многие виды искусства, независимо от того, относятся ли представляемые материалы к науке, истории или архитектуре» [1] также может быть проиллюстрировано игровым пособием «Угадай, кто ты? Байкал», где? помимо художественной обработки научных текстов, также используются акварельные рисунки животных, которые при этом являются анатомически точными (рис. 2).



Рис. 2. Одна из иллюстраций в игре «Угадай, кто ты? Байкал»

Четвёртый принцип «Главной целью интерпретации является не обучение, а стимулирование работы мысли» [1] представлен в буклете с инструкцией к пособию «Звёзды в ладошке», которое знакомит детей с созвездиями, которые можно легко найти на ночном небе в походе. В буклете (рис. 3) представлен ряд заданий, которые побуждают детей самостоятельно узнать определенные закономерности движения небесных тел, найти информацию о других созвездиях, рассмотреть карту звёздного неба. Так, например, одно из таких заданий сформулировано следующим образом: «Нарисуй пейзаж зимой или летом около своего дома с привязкой к звёздам над крупными заметными предметами (например, высоким деревом или зданием, холмом). Посмотри, поменялось ли местоположение созвездий относительно этих предметов в зависимости от времени года, когда эти рисунки были сделаны». Задание мотивирует детей обратить внимание на звездное небо, отследить положение звёзд в разное время года и сделать свои собственные выводы, а не даёт готовое объяснение.



Рис. 3. Обложка буклета с инструкцией к пособию «Звёзды в ладошке», одна страница буклета

Пятый принцип «Интерпретация должна представлять целое, а не какую-либо часть, и должна рассматриваться в отношении всего человека, а не какого-либо этапа в жизни» [1] является самым сложным для применения на практике. Наиболее ярко этот принцип отслеживается в «Байкальской азбуке», где объекты, представляющие озеро Байкал, выбраны так, чтобы наиболее полно представить озеро, это и представители флоры и фауны, географические и этнографические объекты.

Шестой принцип «Интерпретация, адресованная детям (скажем, до двенадцати лет), не должна представлять собой размытую или упрощённую версию презентации для взрослых, но должна быть создана согласно принципиально иному подходу» [Там же] применяется ко всем материалам, разработанным экоцентром. При их создании авторы учитывают возрастные особенности, что отражено в подборе лексических единиц, в построении предложений, в отборе фактических материалов, в оформлении этих материалов (размер шрифта, сочетания цветов, соотношение иллюстраций к тексту и т. д.).

Пособия, изданные экоцентром, широко применяются при организации уроков по предмету «Окружающий мир», «Байкаловедение», внешкольных мероприятий, полевых лагерей, исследовательских экспедиций. География учителей, использующих данные пособия, не ограничивается Байкальским регионом. Применение принципов интерпретации делает данные пособия привлекательными не только для педагогов, которые их применяют, но и для детей, которые обращаются к данным играм и печатным материалам и после проведённых для них занятий.

Список литературы

1. Бухгольц Д., Лаки Б., Гросс М., Циммерман Р. Справочник интерпретатора. Иркутск, 2015. 226 с.
2. Сэм Хэм. Интерпретация – сознательно меняя мир к лучшему. Иркутск, 2013. 236 с.

Информация об авторе

Анна Александровна Огородникова, студент, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия

Information about the author

Anna Aleksandrovna Ogorodnikova, Student, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

УДК 338.48:929

Биографические экскурсии и их место в современном туризме

Алина Евгеньевна Тараканова

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматривается место биографических экскурсий в современном туризме России. Приводится классификация биографических экскурсий. Дается анализ проектов, посвященных выдающимся личностям, в Ленинградской и Новгородской областях. Оценивается потенциал разработки подобных проектов на территории Вологодской области.

Ключевые слова: *биографические экскурсии, экскурсии, известные личности, места жизни и творчества, Ленинградская область, Вологодская область*

Biographical Excursions and their Place in Modern Tourism

Alina Evgenievna Tarakanova

St. Petersburg State Institute of Culture, St. Petersburg, Russia

The article studies the place of biographical excursions in modern tourism in the Russian Federation. The classification of biographical excursions is given. On the example of special projects of the Leningrad and Novgorod regions, dedicated to outstanding personalities, the potential for developing projects of biographical tours in the Vologda region is considered.

Keywords: *biographical excursions, excursions, famous personalities, places of life and work, Leningrad region, Vologda region*

После периода спада туристской активности в 2020–2021 гг., связанного с распространением коронавирусной инфекции, отмечается увеличение поездок россиян по стране. Совершение поездок «на выходные», так называемых «ближних поездок» становится все популярнее. Многие туристы с удивлением раскрывают для себя преимущества краеведческого туризма, узнавая о своей малой родине большое количество интересной информации, в том числе открывая для себя факты, связанные с жизнью и деятельностью выдающихся людей прошлых исторических периодов.

Туристские предприятия предлагают путешествующим разнообразные варианты ознакомления с жизнью различных выдающихся личностей, повествуя не только о биографии персоналий, но и затрагивая особенности жизни общества в то время: его уклад, порядки и нравственные принципы, нормы воспитания, которые, несомненно, сыграли свою роль в становлении личности той или иной знаменитости. Понять условия жизни, деятельности, творчества выдающегося человека можно при условии знания исторической эпохи, в которую ему довелось жить, а также иметь представление о семье, о тех людях, с которыми он общался. Этому в историко-биографических экскурсиях уделяется особое внимание. С другой стороны, в экскурсиях, посвященных определенному историческому периоду, особое внимание уделяется судьбам людей, принимавших участие в этих событиях. Например, жизнь и подвиги отдельных людей играют важную роль в военно-исторических экскурсиях, поэтому занимают значимое место экскурсионного рассказа [1].

Искусствоведческие и литературные экскурсии особо связаны с местами жизни и деятельности творческих людей. В процессе таких экскурсий экскурсант имеет возможность оказаться в тех местах, которые оказали влияние на становление личности деятеля культуры. В ходе изучения литературы в школе обучающиеся знакомятся достаточно подробно с биографиями поэтов и писателей. Большой популярностью пользуются литературно-биографические экскурсии.

Предложения экскурсий, посвященных жизни ученых, встречаются гораздо реже. В Санкт-Петербурге, к примеру, Музеем-архивом Д. И. Менделеева проводится прогулочная экскурсия «Санкт-Петербург второй половины XIX в. в жизни Д. И. Менделеева». Экскурсантам предлагается посетить то место где и появилась периодическая система элементов.

Производственные экскурсии рассказывают о деятелях (организаторах производства), повлиявших на становление конкретного производства или развитие целой отраслей промышленности.

Таким образом, биографические экскурсии можно классифицировать следующим образом:

1. *Исторические.* Обращается внимание на объекты показа, связанные с деятельностью исторических личностей, героев и их подвигами. В таких экскурсиях подчеркивается мужество и самоотверженность персоналий, которые направлены на вызов у слушателей патриотических чувств.

2. *Искусствоведческие.* Внимание уделяется местам жизни и творчества художников, музыкантов, людей театра и кино. Такие экскурсии способны повлиять на развитие художественного вкуса экскурсанта. Особо значимы возможности демонстрации произведений изобразительного искусства, исполнение музыкальных произведений. К этой категории нередко относятся и архитектуроведческие экскурсии.

3. *Литературные.* В зоне особого внимания здесь находятся места жизни и творчества писателей, поэтов, драматургов. В ходе таких экскурсий часто раскрывается история создания автором литературного произведения. Интересен прием сравнения современной реальности с той, что отображена автором на страницах: туристов «ведут» по книгам.

4. *Природоведческие.* Отличаются тем, что экскурсантам обычно предоставляется возможность вступить в непосредственный контакт с объектами просмотра. Многообразие ландшафтов повлияло на становление и творчество многих выдающихся людей. На таких экскурсиях предлагается пройти по местам творчества, стать ближе к гениям и самим напитаться вдохновением. Особо выделяются такие экскурсии при рассказе и показе мест связанных с творчеством авторов, прекрасно описавшим природу региона.

5. *Производственные.* В таких экскурсиях рассказывается о людях, внесших большой вклад в промышленность и на производства. Объектами показа могут выступать также их места жизни. Маршрут туристов построен так, что помимо знакомства с известной личностью они могут увидеть технологические процессы, пройти путь «от сырья – к готовой продукции».

Биографические экскурсии способствуют:

- получению более углубленных знаний об интересующей личности, а также узконаправленной информации той сферы, в которой выдающийся человек был отмечен;

- позволяют обрести новые практические навыки (в результате участия в различных мастер-классах, например выезде на пленэр);

- вызывают патриотическое чувство гордости за своего соотечественника, человек идентифицирует себя с героем по праву землячества;

- возможно закрепление эффекта «кумира», при котором известная личность ставится в качестве жизненного ориентира.

Санкт-Петербург уверенно мог бы претендовать на звание «столицы» выдающихся людей России, поскольку сюда, начиная с эпохи Петра Великого, из разных регионов стремились будущие гении: здесь проходило их обучение, формировались взгляды и характеры. Предложений биографических экскурсий разной направленности существует около сотни.

Для сохранения памяти об известных людях своего региона и ее популяризации создаются специальные проекты. В Ленинградской области с 2017 года реализуется проект «Жизнь замечательных людей» («ЖЗЛ»), который призван повысить привлекательность региона через обращение к биографическим экскурсиям. «ЖЗЛ» расскажет историю выдающихся личностей, чья жизнь и деятельность связана с территорией, ныне именуемой Ленинградской областью, а также познакомит с памятными местами региона, которые ассоциируются с жизнью этих людей [2]. Уже подготовлены программы, знакомящие с Куприным, Ломоносовым, Суворовым, Римским-Корсаковым, Рерихом.

С 2021 года осуществляется проект «Великие...люди, судьбы, любовь» и в Новгородской области. Жители и гости региона знакомятся с историями гениев, жизнь которых переплетена с новгородской землей [3]. Среди них Ольга Романова, Лермонтов, Аракчеев, Левитан, Гумилев.

Однако такие проекты реализуются не везде, даже несмотря на имеющийся потенциал. Например, на Вологодской земле родились и жили поэты К. Н. Батюшков, Н. М. Рубцов, В. В. Коротяев, О. А. Фокина, художники В. В. Верещагин, Н. В. Баскаков, П. С. Тюрин, космонавт П. И. Беляев, организатор молочного производства в России Н. В. Верещагин, мореход и землепроходец С.И. Дежнев и многие другие. Поэтому в Вологодской области также может быть распространен опыт по разработке проектов туров посвященных выдающимся уроженцам и жителям этого края.

В настоящее время здесь предлагаются единичные экскурсии такого профиля. Например, экскурсия в г. Череповце «Картина «маслом» в Дом-музей Верещагиных, где в рамках школьных программ дети узнают об известных земляках; тематическая экскурсия «А. И. Куприн и наш край»; существует литературный маршрут, связанный с жизнью В. И. Белова.

Можно разработать серию туров «Литературное наследие Вологодской области XIX–XX вв.», в рамках которых туристы узнают об А. Яшине, Н. Рубцове, К. Батюшкове, В. Белове, И. Северяnine.

Не менее перспективными могут стать экскурсионные маршруты, посвященные жизни и творчеству художников Вологодской земли. Участвуя в них, туристы могли бы узнать историю о Северном кружке любителей изящных искусств, познакомиться с «вологодской графикой», с именами В. Н. Корбакова, Д. Т. Тутунджан, В. Н. Страхова, О. А. Бороздина, М. В. Копьева, А. И. Савина, В. А. Сергеева, Н. И. Мишусты, Т. А. Чистяковой, Ю. С. Коробова и других.

Список литературы

1. Нелепина Е. А. Биографические экскурсионные маршруты как форма духовно-нравственного воспитания современных подростков // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2021. № 1. С. 221.

2. Жизнь замечательных людей Ленинградской области. Текст: электронный // Официальный туристский портал Ленинградской области. URL: <https://www.lentravel.ru/novosti/zhizn-zamechatelnyh-lyudej-leningradskoj-oblasti.html> (дата обращения: 08.10.2022).

3. «Русь Новгородская» запускает новый интересный проект. Текст: электронный // 53 новости. URL: <https://53news.ru/novosti/65461-rus-novgorodskaya-otkrivaet-novyy-interesnyj-proekt.html> (дата обращения: 08.10.2022).

Информация об авторе

Алина Евгеньевна Тараканова, студент, Санкт-Петербургский государственный институт культуры, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about author

Alina Evgenievna Tarakanova, Student, St. Petersburg State Institute of Culture, St. Petersburg, Russia

УДК 379.83/.84

Потенциал Читинского района Забайкальского края для организации семейного отдыха

Саяна Аюровна Батоева

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Статья посвящена изучению возможностей организации семейного отдыха в Забайкальском крае. Автор считает, что основная инфраструктура для организации семейного отдыха в регионе сосредоточена в Читинском районе и г. Чите, поэтому дает анализ потенциала данной территории.

Ключевые слова: семейный отдых, организация семейного отдыха, потенциал, город Чита, Читинский район, Забайкальский край

The Potential of the Chita District in Zabaikalsky Krai for Organizing Family Recreation

Sayana Ayurovna Batoeva

Zabaikalsky State University, Chita, Russia

The article is devoted to the study of the possibilities of organizing family recreation in Zabaikalsky krai. The author believes that the main infrastructure for organizing family recreation in the region is concentrated in the Chita district and Chita city, therefore, she analyzes the potential of this territory.

Keywords: family recreation, organization of family recreation, potential, Chita city, Chita district, Zabaikalsky krai

Правильная организация и эффективная реализация семейного отдыха помогают укрепить основные функции семьи. Совместный отдых и занятия улучшают микроклимат в семье, способствуют установлению доверительных отношений между детьми и родителями. В связи с этим изучение видов семейного отдыха, а также возможностей его организации в различных регионах нашей страны является актуальным.

Семейный отдых – это часть свободного времени, которая предполагает добровольное и совместное участие членов семьи в разнообразных видах как активной, так и пассивной деятельности. Такая деятельность направлена на развитие личности, восстановление психических и физических сил, а также на формирование родительских и супружеских отношений, хранение и развитие нравственных и культурных ценностей, норм, образцов поведения членов семьи [2].

В Забайкальском крае основная инфраструктура для организации семейного отдыха сосредоточена в Читинском районе и городе Чите в частности. Здесь с момента реализации муниципальной программы по развитию туризма (2015–2021) заметно усовершенствовались многие места отдыха, такие как развлекательные центры, туристические базы, парки и т. п.

Наиболее популярными местами семейного отдыха читинцев являются развлекательные центры. Это комплексы, в которых помимо торговых площадей имеется и развлекательная составляющая. Так, большинство современных центров включают в себя кинотеатр, зону питания, детские игровые площадки и другие развлечения. В Читинском районе насчитывается более 20 таких центров. Их главным недостатком является то, что основная часть программ адаптирована под отдельный отдых детей без родителей.

Популярны у семейных пар в качестве мест для отдыха и различные парки. Их численность составляет: 1 ботанический сад, 1 верёвочный парк и 10 парков отдыха. Наиболее благоустроенным является парк «ОДОРА», расположенный в центре Читы. Здесь имеется спортивная площадка, проходят музы-

кальные вечера, работают кафе, торговые палатки, различные аттракционы. Во время праздников устраиваются мероприятия для семей с детьми.

На втором месте стоит парк Пионеров. Его главными особенностями являются спорткомплекс «Дельфин», Дворец детского творчества, летний парк аттракционов «Кроха». Парк делится на две зоны. Одна из них подходит для спокойного отдыха, а другая является местом для развлечений. Для детей здесь имеется детская площадка, качели и турники. Взрослые и подростки могут отправиться в тир или посетить места общественного питания.

Интересным является парк «Шахматный», выполненный в стиле сказки Льюиса Кэрролла «Алиса в Стране Чудес». Здесь дети могут играть шахматными фигурами в человеческий рост, а также посетить Дворец Карточной королевы. Территория парка полностью благоустроена. Имеются асфальтированные дорожки, плиточные тротуары, удобные лавочки, многообразие растительности, а также необычное освещение, представленное не только уличными фонарями, но и цветными гирляндами, запутавшимися в деревьях. Имеются две детские площадки, а также территория для взрослых, где любители игры в шахматы могут устраивать турниры.

У остальных парков следует отметить большую степень изношенности аттракционного оборудования, спортивных и детских площадок, плохую освещенность в темное время суток.

Востребован среди жителей города и района Ботанический сад. Основной его деятельностью является экологическое просвещение населения. В структуре имеется несколько отделов: декоративных растений закрытого грунта, дендрологии, технического обслуживания, тропических и субтропических растений и садоустройства. Для детей и взрослых здесь проводятся увлекательные экскурсии и собраны уникальные виды растений. Среди недостатков сада можно выделить неудобный режим работы и плохую работу официального сайта, на котором не размещаются анонсы мероприятий, не обновляется вовремя информация.

Весьма популярной развлекательной площадкой для семей с детьми является веревочный парк «Хамелеон». Веревоочные трассы находятся на открытом воздухе и оборудованы для посетителей с самыми разными физическими навыками. Здесь предлагаются различные развлечения и квесты, которые, как правило, связаны со спортом и активным отдыхом. В парке есть необходимые условия для проведения пикников: оборудовано несколько беседок и мангалов. Также организаторы предлагают жителям края походы и экскурсии, в рамках которых туристические группы посещают местные достопримечательности – пещеры, реки и другие объекты [1].

В качестве следующего варианта проведения семейного отдыха можно выделить батутные центры. В Чите их 2 – «Зона гравитации» и «Винт». Они отлично подходят для совместного отдыха детей с родителями, так как установленные конструкции адаптированы для разных возрастов.

В последние годы значительно увеличивается число тех, кто стремится провести выходные или часть отдыха на природе. Отличным вариантом проведения подобного вида отдыха станет выбор туристической базы, основными преимуществами которой являются разнообразие вариантов проживания и безграничные возможности для активного отдыха. Среди туристических баз Читинского района наибольшей популярностью пользуются базы в районе озера Арахлей, численность которых достигает более 20. Наиболее популярными из них являются «Лагуна», «Надежда», «Россич», «Теремки» и т. д. Турбазы предоставляют различные варианты проживания: от палаток на специально подготовленной площадке до домиков и уютных коттеджей. Как правило, на их территории имеется все для активного отдыха: всевозможные спортивные площадки, разработанные пешие и велосипедные туристические маршруты, водные развлечения. В аренду можно взять лодку, катер, байдарку, катамаран. Для самых маленьких гостей на турбазах предусмотрены игровые площадки и специальные детские открытые бассейны.

В современном мире заметно возросла роль зоопарков. Они играют большую воспитательную роль в природоохранном просвещении и экологическом образовании детей. Кроме того, общение с животными способствует развитию моторики и улучшает эмоциональный фон ребенка. На территории Читинского района действуют 2 зоопарка и 1 зоопитомник.

Распространенной формой семейного отдыха является просмотр фильмов с семьей. На рынке Читинского района представлено 6 кинотеатров: Удокан, Россия, Центавр, Бригантина, Комета, Ликёрка синема.

Для организации семейного отдыха Читинский район располагает развитой индустрией спортивных предприятий и сооружений. Занятия спортом всей семьей не только вырабатывают правильные привычки, укрепляют и сохраняют здоровье, но и помогают стать ближе и внимательнее друг к другу.

Для культурного просвещения семьям предлагаются концертные программы, которые организуют творческие коллективы Читинского района, также приглашаются гости с других регионов и городов. Самыми востребованными местами для проведения культурного досуга являются Забайкальская краевая филармония, культурно-досуговый центр «Родина», Дворец молодежи «Мегаполис», Драматический театр, Дворец культуры Железнодорожников и др.

Интересным типом общественного заведения становится антикафе. Это модный тренд последних лет. Антикафе (тайм-клуб, тайм-кафе) – это общественные заведения оригинального формата социальной направленности, в которых оплата производится главным образом за проведенное время, что включает в себя угощения и развлечения с мероприятиями. Расчет рассматривается как в часовом, так и в поминутном формате. В Чите есть антикафе «Freedom» и котокафе «Корпорация кошек».

Анализируя возможности Читинского района Забайкальского края, можно сделать вывод, что рассматриваемая территория имеет хороший потенциал для организации семейного

отдыха. Большая часть инфраструктуры сосредоточена в городе Чите, что доставляет неудобство жителям из других районов. В Читинском же районе представлен широкий выбор вариантов организации досуга, которые подойдут как семейным парам без детей, так и парам с детьми.

Список литературы

1. Верёвочный парк «Хамелеон». URL: <https://chameleon--park.vsite.biz/> (дата обращения: 21.10.2022). Текст: электронный.

2. Теоретические основы семейной досуговой деятельности. URL: https://studme.org/126984/pedagogika/teoreticheskie_osnovy_semeynoy_dosugovoy_deyatelnosti (дата обращения: 15.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Саяна Аюровна Батоева, канд. ист. наук, доцент кафедры социокультурного туризма, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Sayana Ayurovna Batoeva, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Sociocultural Tourism Department, Zabaikalsky State University, Chita, Russia

УДК 338.486

История возникновения и развития туризма в Сирийской Арабской Республике

Нада Ид

г. Санкт-Петербург, Россия

В данной статье рассматриваются этапы развития туризма в Сирии с момента его возникновения до настоящего времени. Автор анализирует состояние туризма в Сирии до войны, начавшейся в 2011 году и выделяется большое влияние войны на сектор туризма и потери, которые он понес за долгие годы войны. Автор подчеркивает важную роль внутреннего туризма в восстановлении туристского потока в Сирию.

Ключевые слова: *Сирия, развитие туризма, восстановление туристского потока, внутренний туризм*

The History of the Emergence and Development of Tourism in the Syrian Arab Republic

Nada Eid

Saint-Petersburg, Russia

This article discusses the stages of development of tourism in Syria from its inception to the present. The author analyzes the state of tourism in Syria before the war that began in 2011 and highlights the great impact of the war on the tourism sector and the losses it suffered over the long years of the war. The author emphasizes the important role of domestic tourism in restoring the tourist flow to Syria.

Keywords: *Syria, development of tourism, restoration of the tourist flow, domestic tourism*

Сирийская Арабская Республика (Сирия) – страна на Ближнем Востоке с выходом к Средиземному морю. Общая площадь страны составляет 185 180 км². Страна имеет границы с пятью соседними странами Ираком, Палестиной, Иорданией, Ливаном и Турцией [3].

Сирия была одним из самых известных туристских направлений на Ближнем Востоке благодаря своему культурному и историческому наследию [9] (Дамаск считается старейшей столицей в мире, а Алеппо является старейшим городом мира, а также в Сирии насчитывается 83 замка и форта, помимо музеев, мечетей, церквей и исторических храмов, разбросанных по всей стране [10]). Сирия также отличается красотой и разнообразием своей природы (море, горы, пустыня), что привлекало в страну туристов со всего мира [9].

Сирийцы были очень заинтересованы в благоустройстве своих деревень и городов, что привлекало внимание отдыхающих к дамасским летним курортам. Арабы приезжали к этим курортам со своими семьями из своих жарких стран, таких как Ирак, Катар, Бахрейн и Саудовская Аравия, с целью летнего отдыха и спасения от жары своей страны летом [3].

Туризм не имел большого значения в Сирии до пятидесятых годов. В период с 1956 по 1970 год Сирия переживала сложные политические и экономические условия, которые делали инвестиционный климат в сфере туризма неблагоприятным.

ятым. В 1970 году президент Сирии Хафез аль-Асад принял корректирующие действия и возглавил открытую политику, в которой туризм занимал большую долю [1].

Среди первых мер, предпринятых президентом Хафезом аль-Асадом, было создание Министерства туризма. Президент издал Законодательный декрет № 41 от 14 мая 1972 года о создании Министерства туризма и определении его функций [6].

С момента эвакуации иностранных войск из Сирии в 1946 году, в ней не было ни одного международного отеля, а в Дамаске были открыты только два отеля премиум-класса, принадлежащие частному сектору, поэтому президент Хафез аль-Асад поручил Министерству туризма заняться вопросом создания международных отелей. Были заключены контракты с пятью отелями, два из них в Дамаске, а остальные в Алеппо, Пальмире и Латакии, где расположены наиболее важные культурные, исторические и археологические памятники [5].

В начале 1973 года Министерство туризма заключило контракт с двумя иностранными компаниями на управление этими международными отелями. Первая компания – «Le Meridien» (основана французской компанией «Air France» в 1972 году), а вторая компания – «Sheraton» (американская компания, основана в 1937 году) [5].

Туризм в Сирии до начала войны в 2011 году. Сектор туризма сильно развился в Сирии, так как Сирия была выбрана среди 10 самых важных туристских направлений в мире британской газетой «Sunday Mail» в 2009 году [2]. Сектор туризма достиг своего пика роста в 2010 году. По данным Всемирного банка, в 2010 году Сирию посетили 10,97 миллиона туристов со всего мира, что на 40 процентов больше, чем в 2009 году, а доходы от туризма в 2010 году составили 6,31 миллиарда долларов [4].

Рост туризма обусловлен успехом внешней политики, проводимой Сирией, и отменой, в то время, въездных виз между Сирией, Турцией и Ираном, а также усилиями Министерства туризма и проводимыми им рекламными кампаниями [2].

По данным министерства туризма Сирии, количество турецких туристов удвоилось в 2010 году и достигло 1 459 580 туристов по сравнению с 733 132 туриста в 2009 году. А также количество иранских туристов увеличилось на 84 процента в 2010 году по сравнению с предыдущим годом (количество иранских туристов, посетивших Сирию в 2010 году, составило 891 807 туристов) [6]. Но, к сожалению, все изменилось в 2011 году с началом войны.

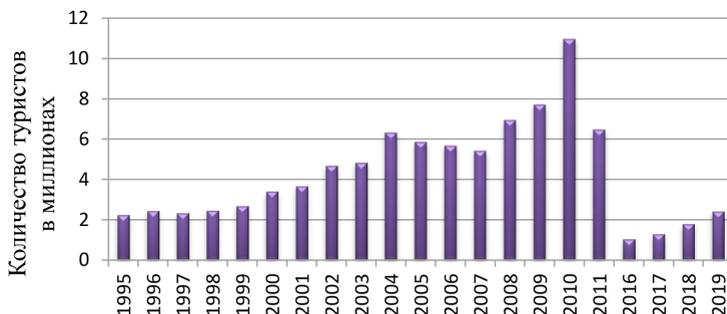
Туризм в Сирии после начала войны. После начала войны, разразившейся в Сирии в марте 2011 года, туристский сектор начал приходить в упадок. По данным министерства туризма Сирии, количество туристов сократилось за первые четыре месяца до 26 процентов, а в последующие месяцы количество туристов продолжало снижаться. Соответственно, сектор туризма в Сирии был одним из секторов, наиболее пострадавших от войны [6].

Нет сомнений в том, что война оказала очень большое влияние на туризм в результате нежелания арабских и иностранных туристов посещать Сирию, а также бойкота многими арабскими и западными странами сирийского правительства, в дополнение к контролю террористов над большими территориями страны и уничтожению части археологических памятников в Пальмире, Алеппо и сельской местности Дамаска и других [8].

Это было подтверждено Министерством туризма Сирии в начале 2020 года, когда министерство представило свой отчет об ущербе и потерях, понесенных туристским сектором в Сирии, которые составили примерно 2,3 триллиона долларов [6].

Следующий рисунок показывает количество туристов, которые посетили Сирию с 1995 по 2019 год. Данные с 2012 по 2015 год отсутствуют.

Перспективы восстановления туристского потока в Сирию. В настоящее время большинство иностранных туристов приезжают в Сирию из стран, имеющих хорошие отношения с Сирией, таких как Ливан, Ирак и Иран [12].



Количество туристов, посетивших Сирию с 1995 по 2019 год

Составлено автором по данным Всемирного банка

[<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=SY>]

Трагическая реальность туризма в Сирии побудила Министерство туризма Сирии стимулировать внутренний туризм, чтобы компенсировать часть потерь и оживить туристский сектор. Министерство спонсировало ряд туристских мероприятий, в том числе Фестиваль песчаных скульптур на пляже Латакии в августе 2016 года. Министерство также спонсировало другое мероприятие – Фестиваль Цитадели и Долины в Хомсе в 2016 году. Этот фестиваль уже проводится в июле каждого года [11].

По данным Центрального статистического бюро, до войны, внутренний туризм составлял около четверти туристского движения. На прибрежный регион приходилось 80 % внутреннего туризма благодаря его прекрасным пляжам и величественным горам, которые являлись местом назначения для сирийских семей со всех городов [7].

Внутренний туризм в последние шесть лет интенсивно активизировался в тех городах, где закончилась война и полностью или частично восстановлена безопасность, таких как сирийское побережье (Тартус и Латакия), город Дамаск и его окрестности, и другие города [12].

По данным министерства туризма Сирии, количество туристов выросло до 750 000 в первой половине 2022 года с 570 000 за тот же период в 2021 году. Этот рост количества туристов был результатом ослабления ограничений на поездки из-за Коронавируса [6].

В следующем году Сирия ждет туристский сезон, лучший чем в предыдущие годы, в надежде, что страна вернется в ряды основных направлений для туристов из разных стран после 10 лет войны.

Список литературы

1. Аль-Кафри М. Характеристика сирийской экономики и опыт развития. Дамаск, 2015. 190 с. (Араб.).
2. Ассаф Б. Сирия: туризм до и после войны // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 2. С. 141–152.
3. Густерин П. В. Города Арабского Востока, 2007. 352 с.
4. Официальный сайт Всемирного банка. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.WD.GD.ZS?end=2011&locations=SS&start=1970> (дата обращения: 19.10.2022). Текст: электронный.
5. Официальный сайт министерства экономики Сирии. URL: <http://syrecon.gov.sy> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
6. Официальный сайт Сирийского министерства туризма. URL: <http://www.syriatourism.org> (дата обращения: 19.10.2022). Текст: электронный.
7. Официальный сайт центральное бюро статистики Сирии. URL: <http://www.cbssy.gov.sy> (дата обращения: 18.10.2022). Текст: электронный.
8. Хваджа А. Н. Проблемы и перспективы развития культурного и музейного туризма в странах «Арабской весны» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. № 2. С. 72–78.
9. Clinical H. Antiquities of ancient Syria. Damascus. 2011. 250 pp. (in Arabic).
10. Joodallah F. Syria is the source of civilization; history and geography of the most important antiquities in Syria. Damascus. 2013. 215 pp. (in Arabic).
11. The National Program for Post-War Syria - Overall Visions and Programmatic Executive Framework – Planning and International Cooperation Com-mission. 2019. (in Arabic).
12. Tourism in Syria. URL: <https://www.worlddata.info/asia/syria/tourism.php> (дата обращения: 20.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Нада Ид, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Nada Eid, Candidate of Economic Sciences, Saint-Petersburg, Russia

Экология и туризм

УДК 338.48

Разработка экологического маршрута в Республике Бурятия

Яна Андреевна Зверькова¹, Диана Сергеевна Казанцева²

*^{1,2} Восточно-Сибирский государственный университет технологий
и управления, г. Улан-Удэ, Россия*

Статья посвящена разработке проекта экологического маршрута по природному заповеднику «Джержинский». Маршрут предназначен для знакомства с комплексом уникальных геологических и водных объектов, уникальных ландшафтов, очагов сосредоточения редких или находящихся на грани исчезновения видов растений и животных.

***Ключевые слова:** туристский маршрут, экологический туризм, Республика Бурятия, экология, внутренний туризм*

Development of an Ecological Route in the Republic of Buryatia

Yana Andreevna Zverkova¹, Diana Sergeevna Kazantseva²

*^{1,2} East Siberian State University of Technology
and Management, Ulan-Ude, Russia*

The article is devoted to the development of a project of an ecological route through the natural reserve "Dzherginsky". The route is designed to get acquainted with the complex of unique geological and water objects, unique landscapes, centers of concentration of rare or endangered species of plants and animals.

***Keywords:** tourist route, ecological tourism, Republic of Buryatia, ecology, domestic tourism*

Исходные данные. Экологический туризм предполагает посещение территорий, не затронутых антропогенным воздействием. Основной задачей является сохранение в первозданном виде уникальных ландшафтов и воспитании бережного отношения к природе. Для знакомства с природными достопримечательностями государственного природного заповедника «Джержинский» и содействия сохранению экологии Республики Бурятия разработан проект экологического маршрута «Жемчужина Джержинского заповедника».

Методология. Методология исследования базировалась на изучении краеведческих источников об истории развития Республики Бурятия. Основным исследовательским методом являлся системный анализ информационного, экспериментального материала.

Результаты исследований позволили выявить, что внутренний туризм республики может стать важной отраслью экономики Республики Бурятия.

Введение. В декабре 1992 г. был создан ФГУ «Государственный природный заповедник “Джержинский”». Заповедник расположен в верховье р. Баргузин на стыке Баргузинского, Икатского и Южно-Муйского хребтов [4]. Отличительной особенностью заповедника является то, что влияние антропогенного фактора на экосистему даже приграничных территорий практически минимально ввиду отсутствия промышленных центров и крупных населенных пунктов в радиусе более 200 км. Заповедный уголок в верховьях реки Баргузин и реликтовой Амурской котловине с высокогорными озерами ледникового происхождения – это исторически знаменательное место, которое называют страной Баргуджин Токум.

Постановка проблемы. Туризм с момента своего возникновения был органично связан с идеей необходимости сохранения природы и выступал активным ее защитником. Байкальский регион, и Бурятия в том числе, стали объектом интереса для организаций, работающих в области экотуризма и международных экспертов, которые реализовали здесь несколько больших международных экотуристских проектов [1].

Экологический туризм в пределах байкальской природной территории (БПТ) рассматривается как явление межре-

гионального характера, на что указывают многочисленные документы и программы международных, российских и региональных научно-практических конференций, и семинаров.

В последние годы наблюдается устойчивый рост числа туристов на Байкале и сектора любителей экологического туризма, при этом существенно возросла антропогенная нагрузка на природные комплексы [2].

Согласно Постановлению Правительства Республики Бурятия от 01.08.2019 № 416 «Об утверждении Правил организации туризма и отдыха в центральной экологической зоне Байкальской природной территории Республики Бурятия» в центральной экологической зоне Байкальской природной территории установлен приоритет экологического туризма.

С другой стороны, хотя туристический кластер Республики Бурятия, по имеющимся туристическим активам является одним из лидеров в Российской Федерации, существующее положение туристического кластера республики в целом является весьма сложным из-за неудовлетворительного состояния транспортной, дорожной, информационной, туристской инфраструктуры.

Результаты исследования. Для популяризации экологического туризма в Курумканском районе Республики Бурятия разработан экологический туристский маршрут, который предназначен для знакомства с комплексом уникальными геологическими и водными объектами, уникальными ландшафтами, очагами сосредоточения редких или находящихся на грани исчезновения видов растений и животных. Целевая аудитория маршрута – молодежь, люди с базовой спортивной подготовкой.

В программу тура в летний сезон входит:

- пешеходная экскурсия по центру города «Первый раз в Улан-Удэ»;
- путевая экскурсия о Бурятии;
- экскурсия в этногородок «Биранкур»;
- мастер-класс по приготовлению блюд: «Суп икорный Тыхэмин», «Карась жаренный», лепешки по-эвенкийски запеченные в золе;

– экскурсионные объекты маршрута в заповеднике: оз. Малан-Зурхен, оз. Балан-Тамур, знакомство с Легендой о шамане Болон-Тумэр, осмотр чума и столба с молитвой, скалы-останцы причудливых форм в предвершинной, водопад и песчаный пляж на изгибах реки Баргузин, водопад реки Юргон, оз. Чурикто, оз. Якондыкон, оз. Амут, фотосессия, летом здесь можно наблюдать лебедей, уток и других птиц, можно наблюдать за северным оленем, а также хозяином тайги – медведем и другими представителями флоры и фауны;

– экскурсия на Светлую Поляну – эколого-этнографический парк.

– пляжный отдых;

– экскурсия на скалу «Каменная черепаха», знакомство с легендами озера Байкал.

Способ передвижения туристов по маршруту: комбинированный (автобусный, автомобильный, конный, пеший).

Нитка туристского маршрута «Жемчужина Джергинского заповедника»: г. Улан-Удэ – с. Курумкан – п. Майский – заповедник «Джергинский» – п. Майский – с. Максимиha – г. Улан-Удэ.

Протяженность маршрута составляет 1248 км, продолжительность путешествия 10 ночей 11 дней.

Число туристов в группе – 15 человек.

С целью ненанесения вреда окружающей среде и для обеспечения продуктами питания на маршруте возможно использование сублимированных продуктов в водорастворимой биоразлагаемой съедобной упаковке.

Посещение территории заповедника является строго регулируемым. Для посещения необходимо получить разрешение.

На протяжении всего маршрута по заповеднику должны выполняться требования по обеспечению безопасности туристов. Личная безопасность туристов обеспечивается проведением инструктажей: по правилам нахождения на территории; правила пожарной безопасности; инструкцию по технике безопасности на транспорте, инструкция при переходе маршрута

на лошадях; технику безопасности при прохождении маршрута, при встрече с дикими животными; правила по обращению с отходами.

На всем протяжении маршрута по заповеднику туристическую группу сопровождает гид-методист экологического отдела заповедника Джергинский и государственный инспектор.

Заключение. Республика Бурятия является одним из перспективных регионов России по своему туристско-рекреационному потенциалу. Изучив природные достопримечательности Курумканского района РБ, для продвижения экологического туризма разработан туристский маршрут «Жемчужина Джергинского заповедника». Экологический маршрут предусматривает не просто посещение и перемещение туристов по природной местности, а организованное изучение уникальной природы под руководством гида-экскурсовода, который поможет расширить знания туристов в области экологии, флоры и фауны, объяснить важность сохранения экологического баланса.

Список литературы

1. История развития экологического туризма. URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/istoriya-razvitiya-ekologicheskogo-turizma.html> (дата обращения: 27.06.2022). Текст: электронный.

2. О Стратегии социально-экономического развития Республики Бурятия на период до 2035 года: Закон: [от 18 марта 2019 г. (с изм. на 14 июля 2020 г.)]. URL: <https://docs.cntd.ru> (дата обращения: 20.06.2022). Текст: электронный.

3. Мурзина Т. В. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в Бурятии. Текст: электронный // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). М.: РИОР, 2011. Т. 2. С. 213–215. URL: <https://moluch.ru> (дата обращения: 29.06.2022).

4. Государственный природный заповедник «Джергинский». URL: <https://www.jerginsky.ru> (дата обращения: 18.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Яна Андреевна Зверькова, старший преподаватель кафедры технологии и организации питания. Сервиса и туризма, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ, Россия

Диана Сергеевна Казанцева, студент, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ, Россия

Information about the authors

Yana Andreevna Zverkova, Senior Lecturer of the Department “Technology and catering. Service and Tourism”, East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude, Russia

Diana Sergeevna Kazantseva, Student, East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude, Russia

УДК 338.48

**Развитие туризма в городе Донецке
и в Донецкой Народной Республике
посредством облагораживания пляжно-купальных зон**

***Людмила Сергеевна Краснолобова¹,
Татьяна Андреевна Щитовская²***

^{1,2} *Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье на основе рассмотрения проблем и особенностей пляжно-купальных зон в г. Донецке и Донецкой Народной Республике обоснованы направления развития пляжного отдыха на основе совершенствования пляжно-купальных зон.

Ключевые слова: *пляжный туризм, пляжно-купальная зона, инфраструктура, развитие, совершенствование, Донецкая Народная Республика*

**Development of Tourism in the city of Donetsk
and the Donetsk People’s Republic by Improving
the Beach and Swimming Areas**

***Lyudmila Sergeevna Krasnolobova¹,
Tatiana Andreevna Shchitovskaya²***

^{1,2} *Donetsk Academy of Management and Public Administration under the head of the Donetsk People’s Republic, Donetsk, Russia*

In the article, based on a review of the problems and features of beach-bathing areas in the city of Donetsk and Donetsk People’s Republic, options for the implementation development of beach tourism are substantiated.

Keywords: *beach tourism, beach-bathing zone, infrastructure, development, the Donetsk People’s Republic*

Пляжный туризм (стационарный) – это групповые или индивидуальные поездки без активного передвижения по маршруту с пребыванием в одном или двух местах назначения обычно с оздоровительными целями и целью отдыха. Купально-пляжный туризм является одним из наиболее популярных видов туризма в мире, если не самым популярным.

ДНР обладает природными ресурсами, необходимыми для осуществления данного вида туризма. На территории г. Донецк находятся такие водоемы, как Донецкое море (водохранилище), пруд Кирша, пруд в Парке Щербакова, Набережная Кальмиуса, Питьевые Пруды. Эти места пользуются большой популярностью у местного населения, несмотря на плачевное состояние пляжной инфраструктуры.

Можно выделить такие основные негативные аспекты купально-пляжных зон в Донецке: неразвитая инфраструктура пляжей и территорий вокруг них, загрязнённость водоемов.

Рассмотрим данные проблемы подробнее на примере водохранилища Донецкое море и Набережной р. Кальмиус.

Донецкое море находится в южной части Ленинского района. Летом 2020 года его обустройством занялись неравнодушные граждане. До этого пляж был заброшен, берег оброс травой, люди отдыхали в неблагоустроенных условиях. Со временем часть побережья Донецкого моря значительно преобразили: прибрежную зону очистили от мусора, водоплавы очистили дно, были установлены импровизированные урны, дополнительно привезен песок и обустроена парковка. Чтобы облегчить доступ к водохранилищу, городские власти инициировали автобусное движение по выходным дням, конечным пунктом был предусмотрен пляж Донецкого моря, начальными – микрорайоны Боссе и Мирный. Однако на этом развитие инфраструктуры этой потенциально популярной туристической зоны завершилось. Благоураживанием пляжей Донецкого моря должны заниматься не только волонтеры, но и городские власти. Нужно развернуть масштабный проект, в ходе которого, при поддержке спонсоров: территория пляжа будет огорожена, появятся навесы от солнца, кабинки для переодевания, туалеты, вышки для спасателей и непосредствен-

но сами спасатели, прибрежная территория будет регулярно убираться, появятся урны, а за выброс мусора в неполюженном месте будет предусмотрен серьезный штраф или общественные работы.

На близлежащей к Донецкому морю территории располагается крупная лесопосадка, и к самому водоему ведут обычные грунтовые дороги, эти места можно облагородить, создав культурный парк с дорожками, выложенными плиткой, которые напрямую ведут к берегу, с лавочками, детскими площадками и садами. Это поспособствует росту популярности места отдыха среди горожан и в целом.

Набережная Кальмиуса находится в центре Донецка и расположена вдоль Нижнекальмиусского водохранилища, на этой территории находятся несколько пляжей. Это место изначально имеет более развитую инфраструктуру, чем Донецкое море: вокруг простирается парковая зона с лавочками, скульптурами, тренажерными и детскими площадками, ресторанами. Однако территория облагорожена неравномерно. Участок набережной, расположенный между проспектом Ильича и проспектом Дзержинского, выглядит заброшенным: разбитый асфальт, сорняки, заброшенное здание, обломки кафе, которое когда-то имело вид настоящего корабля. Все это портит общее впечатление от набережной, поэтому необходимо проработать эту зону: уложить плитку, устроить клумбы, реставрировать здания.

На пляжах Нижнекальмиусского водохранилища есть кабинки для переодевания и навесы от солнца в виде зонтов, вдоль пляжа расположены скамейки. С этих мест открываются прекрасные виды на мосты, парковые зоны, рестораны, туристам было бы очень приятно, особенно вечером, насладиться красотой г. Донецк (если бы не мешали заросли камыша в прибрежной зоне). Если убрать эту поросль, а также завезти новый песок на пляжи Набережной р. Кальмиус это порадует куда большее количество как местного населения, так и туристов.

Говоря о развитии пляжно-купальных зон, необходимо затронуть тему непосредственно самих водоемов, а точнее качества воды в них. К сожалению, на данный момент ни одна зона

рекреации не соответствует гигиеническим требованиям. Несмотря на то, что многие дончане купаются в таких водоемах, как Нижне-Кальмиусское водохранилище, городские пруды № 1, 2; «Молодёжный», «Заперевальный», «Молочный», «Красная звезда», «Кирша-2», «Донецкое море» и многие другие, санэпидслужба не рекомендует этого делать. Отобранные пробы по химическим показателям и 100 % не соответствуют санитарно-гигиеническим нормативам указанного СанПин № 4630-88 (по содержанию нефтепродуктов, сульфатов, взвешенных веществ, фенолов).

Для решения этой проблемы необходимо урегулировать вопрос с санитарно-техническим состоянием шахтных очистных сооружений и, как результат, исключить сброс недостаточно очищенных шахтных сточных вод, контролировать несанкционированные сбросы, начать очистку водоемов от донных отложений. Только сделав это, можно создать условия для безопасного отдыха, оздоровления и жителей города, и туристов.

Для привлечения внимания людей к проблемам пляжно-купальных зон в ДНР можно устраивать различные ярмарки или фестивали, на которых людей будут призывать к экологическому поведению.

Таким образом, в ДНР туристический потенциал пляжно-купальных городских зон значителен и может составить конкуренцию Азовскому побережью. Проблема заключается в облагораживании таких зон и создании благоприятных условий для отдыха горожан.

Список литературы

1. Овчаренко Л. А. Комплексная оценка природного рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики // Ландшафтные и экологические исследования природных и антропогенных геосистем: материалы IV Общероссийской науч.-практ. конф., посвященной 85-летию высшего географического образования в Тамбовской области. Тамбов: ИД «Державинский», 2022. С. 318–325.

2. Овчаренко Л. А. Развитие внутреннего туризма в РФ как фактор укрепления региональной и национальной экономики: экспертная оценка и прогнозы // Сборник научных работ серии «Экономика». Донецк: ВПО «ДОНАУИГС», 2022. Вып. 26. С. 202–213.

Информация об авторах

Людмила Сергеевна Краснолобова, старший преподаватель кафедры туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе ДНР, г. Донецк, Россия

Татьяна Андреевна Щитовская, студент, Донецкая академия управления и государственной службы при главе ДНР, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Lyudmila Sergeevna Krasnolobova, Senior Teacher, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

Tatiana Andreevna Shchitovskaya, Student, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

УДК 338.48(075.8)

Экологический туризм: цели и задачи Республики Крым

**Людмила Викторовна Буря¹,
Виктор Вениаминович Селиванов²**

^{1,2} *Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского,
г. Симферополь, Россия*

При современном интенсивном развитии туристской деятельности антропогенная нагрузка на рекреационные ресурсы оказывает негативное влияние на экологическую составляющую. С другой стороны, это развитие оказывает благоприятное влияние на социально-экономическую ситуацию туристских дестинаций. Поэтому необходимо обеспечить выполнение комплекса мероприятий с целью формирования у потребителей туристского продукта Республики Крым бережного отношения к широкому спектру туристских услуг, которые используются в организационной практике туристского бизнеса. Основной задачей является обеспечение сохранности природного экологического комплекса для будущего рационального использования.

Ключевые слова: антропогенная нагрузка, классы, Крым, признаки, туризм, экология

Ecological Tourism: Goals and Objectives of the Republic of Crimea

Ludmila Viktorovna Bura¹,
Viktor Veniaminovich Selivanov²

^{1,2} V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

With the modern intensive development of tourism activities, the anthropogenic load on recreational resources has a negative impact on the environmental component. On the other hand, this development has a favorable impact on the socio-economic situation of tourist destinations. Therefore, it is necessary to ensure the implementation of a set of measures in order to form among consumers of the tourist product of the Republic of Crimea a careful attitude to a wide range of tourist services that are used in the organizational practice of the tourism business. The main task is to ensure the preservation of the natural ecological complex for future rational use.

Keywords: anthropogenic load, classes, Crimea, signs, tourism, ecology

Говоря об экологическом туризме, следует помнить, что правильно организованный этот вид туристской деятельности не оказывает неблагоприятное влияние на экологическую составляющую природных ресурсов, а также способен создать необходимые условия для сохранения широкого спектра экологически чистых природных зон. Такой вид деятельности крайне необходим в условиях современного прагматичного мира в целях предотвращения неосознанного потребительского отношения к флоре и фауне, формирующих экологическую систему нашей планеты [1].

Рациональное развитие экологического туризма на базе современных научных рекомендаций, без всякого сомнения, окажет положительное влияние на обеспечение сохранности природных ресурсов, обеспечит необходимый баланс в системе социально-культурных, этических, экономических и экологических отношений туристской деятельности.

В настоящее время экологическое направление туризма в общей туристской системе непосредственно связано с направлением культурного этического отношения к экологическим системам.

Динамика развития экологического туризма в Крыму способна также активно развивать экономические отношения

туристской дестинации региона в целом, и вывести ее на совершенно новый уровень. При этом может быть обеспечено более комфортное состояние главного ресурса экологического туризма – заповедным и особо охраняемым природным зонам.

Проведенный анализ научных, методических источников и современных тенденций, сложившихся в теории и практике формирования экологического туризма, позволил нам обозначить преимущественные особенности этого вида направления в области развития туристской деятельности [2]:

- этот вид туризма оказывает бережное воздействие на природные ресурсы. Пользователи данного туристского предложения имеют возможность наиболее полно ознакомиться с окружающей природной средой, обеспечить сохранность природных ресурсов и, при благоприятных обстоятельствах, инвестировать определенные финансовые средства для защиты существующих природных богатств;

- развитие экологического туризма может быть полезно для местных жителей, так как он создает новые рабочие места, формирует новые направления комплекса услуг и формирует возможности для дальнейшего экономического развития дестинации;

- экологический туризм способствует формированию рекреационных и образовательных путешествий, не нарушая при этом гармонии природной среды. Его развитие обеспечивает достижение хороших экономических показателей человеческой деятельности, обеспечивая при этом сохранность флоры и фауны;

- экотуризм является быстрорастущим бизнесом, обеспечивающим занятость местных жителей;

- экотуризм достаточно популярен в сегменте экстремальных туров, использующих технику альпинизма, рафтинга и т. д. В таких турах участвуют профессионально подготовленные туристы, которые всегда наведут порядок, уберут мусор за собой до объезда, и, следовательно, природная среда обитания будет сохранена в первозданном виде.

Характеристик экотуризма можно было бы привести достаточно много. Из них следует основное понимание, что простые прогулки по лесным тропам не могут являться эко-

логическим туризмом. Другое дело, если в результате этой прогулки будет принесена какая-нибудь конкретная польза для окружающей среды и населению, проживающему в этой местности. Рафтинг, к примеру, можно назвать экотуризмом в случае, если по его результатам у участников повышается информированность о туристском объекте, помогающая организовать защиту водораздела. Экологический туризм можно отнести к стратегии устойчивого развития крымского региона, так как с его помощью можно преодолеть последствия многолетней депрессивной экономики и обеспечить возможность её развития, одновременно продолжая обеспечивать эффективное функционирование природных и социально-культурных экосистем [3].

Обобщенно экологический туризм можно классифицировать на два главных вида:

- экотуризм в пределах территорий ОПЗ (особо охраняемых природных зон) или первозданной природы. Это – основное (классическое) направление при формировании экологических маршрутов;

- экотуризм за пределами ОПЗ, на окультуренных ландшафтных территориях (в основном сельской местности), так называемый «зеленый туризм».

К важному признаку экологических туров Республики Крым следует отнести его цели, сформированные с учетом широкого рекреационного спектра природных ресурсов полуострова: отдых и общение с уникальной природой; использование лечебных природных факторов; участие в спортивных турах и др.

В целом, главной задачей крымского регионального экотуризма является такая организация управления туризмом, при котором человек может извлечь максимальную пользу от общения с природой, не нарушая её природный баланс.

Экотуризм признает полную интеграцию туристской индустрии, чтобы гарантировать, что путешествия и туризм, являясь источником дохода для жителей конкретного региона, при этом способствовали сохранению, защите и восстановлению экосистемы Земли.

Выводы. При правильной организации планирования, управления и использования имеющихся рекреационных природных ресурсов Республики Крым экологический туризм может развиваться в чрезвычайно широком спектре: начиная от продолжительных познавательных или лечебных туров до кратковременного отдыха на лоне природы в выходные и праздничные дни.

Список литературы

1. Афанасьев О. Е., Афанасьева А. В. Концепт «Экологического туризма» в мировой и российской практике: компаративный анализ и кейсы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11, № 4. С. 7–25.
2. Бура Л. В., Селиванов В. В. Особенности изучения темы «Экологический туризм» в процессе преподавания дисциплины «Туристские ресурсы» // Проблемы современного педагогического образования. 2020. Вып. 67, ч. 2. С. 26–31.
3. Селиванов В. В. Возможности перспективного развития крымской туристской дестинации // Федерализм. 2021. Т. 26, № 2. С. 187–205.

Информация об авторах

Людмила Викторовна Бура, канд. психол. наук, доцент, зав. кафедрой психологии, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Ялта, Россия

Виктор Вениаминович Селиванов, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и туристского бизнеса, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Ялта, Россия

Information about the authors

Ludmila Viktorovna Bura, Ph. D. Psychol. Sci., Associate Professor, Head of the Department of Psychology, Humanitarian Pedagogical Academy FSAEI HE “V. I. Vernadsky Crimean Federal University” (Branch in Yalta)

Viktor Veniaminovich Selivanov, PhD. Econ. Sci., Associate Professor at the Department of Management and Tourism Business, Humanitarian-pedagogical Academy FSAEI HE “V. I. Vernadsky Crimean Federal University” (Branch in Yalta)

Экология и туризм

Алина Наилевна Бакиева

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

В статье рассмотрено влияние экологии на туризм и туризма на экологию как в России, так и в целом, описаны экологические проблемы в сфере туризма, выявлены проблемы российского экологического туризма. Одной из важных задач развития сферы экологической сферы туризма является сохранение природного богатства, так как это способствует притоку финансовых средств, что является необходимым для роста экономики страны. Выявлены причины плохого развития экологического туризма в России. Россия, при наличии на ее территории богатых туристских объектов и множества национальных парков и заповедников, в мировом туристическом рынке не занимает лидирующие позиции.

Ключевые слова: *экология, туризм, экологический туризм, развитие туризма, окружающая среда*

Ecology and Tourism

Alina Nailevna Bakieva

Bashkir State University, Ufa, Russia

The article examines the impact of ecology on tourism and tourism on ecology, both in Russia and in general, describes environmental problems in the field of tourism, identifies the problems of Russian ecological tourism. One of the important tasks of the development of the sphere of ecological tourism is the preservation of natural wealth, as this contributes to the inflow of financial resources, which is necessary for the growth of the country's economy. The reasons for the poor development of ecological tourism in Russia are revealed. Russia, with the presence of rich tourist sites and many national parks and reserves on its territory, does not occupy a leading position in the world tourism market.

Keywords: *ecology, tourism, ecological tourism, nature, tourism development, environment*

Человеку на протяжении всей истории свойственно было путешествовать абсолютно по разным причинам, с целью развития торговли, расширения территории, поиска ресурсов, и просто интереса к культуре других стран, но туризм не воз-

можен без окружающей среды. Следовательно, неотъемлемой частью современного туризма является природа, но на данном этапе развития этой отрасли имеется парадокс: туризм не может существовать без благ, которые нам дает природа, так как они в большей мере привлекают туристов, но несмотря на это, нынешний туризм оказывает огромный вред природе и её составляющим.

Изменяются естественные условия жизни, включая ухудшение жизни людей, животных и растений. По причинам того, что нарушения экологического равновесия распознаются слишком поздно, что большее количество туристов развитых стран стали больше посещать территорий с нетронутой флорой и фауной, воздействия, которые были обнаружены и которые имеют длительный характер, уже успели нанести вред человеку и окружающей среде. Из опрошенных туристов всего лишь 52 % считают, что загруженность ландшафта представляет опасность для людей. Экологические проблемы в мире давно вышли за рамки отдельных стран и территорий, они приобрели масштабный характер. По причине своей неграмотности и потребительском отношении туристы привыкли ставить удовлетворение своих потребностей в отдыхе выше, чем заботу о природе. Многочисленные посещения востребованных туристами районов, без должных ограничений, приводят к полному уничтожению или сокращению популяций редких видов животных и растений, вырубке лесов, загрязнению водоемов, изменению ландшафтов, исчезновению традиционных промыслов и ремесел, переориентации местного населения на иные ценности. Так, к числу основных экологических угроз относят глобальное потепление, разрушение ландшафтов, загрязнение вод и дефицит пресной воды, а также загрязнение воздуха [6].

Термин «экологический туризм» был сформулирован Гектором Цебаллос-Ласкурейном. Он понимал экотуризм как: «сочетание путешествия с экологически чутким отношением к природе, позволяющим объединить радость знакомства и изучение образцов флоры и фауны с возможностью способствовать их защите» [Цит. по: 5].

В современном же понимании экологический туризм – это его разновидность, осуществляемая на особо охраняемых территориях, в целях обеспечения их устойчивого экономического развития, за счет создания условий для комплексного развития инвестиционной, туристской, социальной, культурной деятельности с учётом особенностей ландшафта, специфики охраны природы и антропогенной нагрузки на эту естественную территорию, а также использования экологически «чистых» технологий.

Неоднозначное влияние туризма на природу приводит к формированию рациональной организации туризма, к обеспечению финансовой поддержки охраны окружающей среды, к повышению значимости природных богатств [4].

При управлении туристскими потоками использую визитный менеджмент. Он содержит методы менеджмента, которые следят за временем поездок, видами посещения, интенсивностью использования региона.

Применить визитный менеджмент непросто, так как ему мешают следующие факторы: местные жители выступают против ограничения их активности, отсутствует законодательная база для защиты экологии, имеются ограничения, которые не сходны с интересами туристских предприятий.

Поэтому проблема туризма определяется следующим образом: мы не способны отказаться от путешествий как от ряда, политических, социальных, экономических и других факторов, но несмотря на это он несет ответственность за уничтожение пространства для жизни.

Решить эти проблемы нужно следующим образом:

1. На индивидуальном уровне необходимость сохранения окружающей среды должно быть осознано каждым путешественником и должно быть изменено его отношение к этой среде.

2. На государственном уровне нужно развивать туризм, который стремится сохранить равновесие между окружающей средой, отдыхом и экономическим воспроизводством, или между экологией, обществом и экономикой.

3. Процесс нового мышления должен коснуться лиц, ответственных за туристскую деятельность, так как, для того

чтобы туризм сохранился, задачи целенаправленной защиты окружающей среды должны стать важнее кратковременных интересов получения прибыли.

4. Политика и законы должны охранять окружающую среду [3].

Если туризм правильно организован, то он вносит огромное вложение в сохранение природы и ее составляющих. Так, развитие туризма за последние 50 лет увеличило количество природных заповедных зон. Туризм является стимулом создания очистительных сооружений, переработки отходов, потому что люди едут в места для отдыха, где имеется девственная природа, не тронутая руками человека.

Что же касается рекреационного и природно-ресурсного потенциала России, то он способствует развитию всех видов туризма, а не только экологического, потому что Россия является привлекательной страной для ведения туристской деятельности. Природа России предоставляет потенциальные возможности для развития экологического туризма [1]. Здесь сохранились территории с аборигенными, формами хозяйства, которые привлекают туристов. К сожалению, эколого-туристская работа имеется не во всех регионах России. Вот некоторые места, где имеется хорошая работа по созданию экологического туризма: Карелия, где располагается Кандалакшский заповедник, а также города, это: Горный Алтай, Байкал, Камчатка, Якутия, Дальний Восток, Сочи, Усурийск и Кавказ.

Проблемы законодательной базы, отсутствие специалистов, низкий уровень сервиса и культуры обслуживания несомненно мешают развитию экологического туризма в России.

Однако везде есть свои плюсы, так экологический туризм сохраняет дикую природу России, он поддерживает особо охраняемых природные территории, а продвижение экотуризма приводит к рациональному природопользованию и способствует созданию ресурсосберегающей политики [7].

Таким образом, туризм и окружающая среда имеют неразрывные связи с друг другом. Грамотная организация туристской отрасли и регуляция ее законами оказывает поддержку в сохранении ландшафта. В России очень много интересных

мест, связанных с экологическим туризмом, куда можно спланировать и организовать тур. Поэтому важно донести до туристов, что охрана этих мест очень важна как для государства, так и для людей.

Список литературы

1. Ибрагимова З. Ф., Хамадеева З. А. Проблемы развития туризма в России // Доклады Башкирского университета. 2020. Т. 5, № 2. С. 96–100.
2. Кудакаева А. Г. Особенности развития экологического туризма России. Текст: электронный // Молодой ученый. 2014. № 8. С. 362–365. URL: <https://moluch.ru/archive/67/11330> (дата обращения: 06.10.2022).
3. Ледовских Е. Ю. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Тула: Гриф и К, 2002. 284 с.
4. Понятие «экологический туризм». URL: https://vuzlit.com/358500/popyatie_ekologicheskij_turizm (дата обращения: 06.10.2022). Текст: электронный.
5. Сафонов О. Экологический потенциал России. Текст: электронный // Экологический туризм: глобальный вызов и открытие России: материалы междунар. конф. Сочи, 2018. URL: <http://www.russiatourism.ru/news/16076> (дата обращения: 06.10.2022).
6. Ферару Г. С. Содержание, проблемы и направления развития экологического туризма. Текст: электронный // Современные технологии управления. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 04.10.2022).
7. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: учебник. Минск: Новое знание, 2002. 409 с.

Информация об авторе

Алина Наилевна Бакиева, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Научный руководитель Зульфия Анваровна Хамадеева, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георурбанизации и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Alina Nailevna Bakieva, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Scientific adviser Zulfiya Anvarovna Khamadeeva, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Geo-Urban Studies and Economic Geography, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 338.48.01

Старовозрастные деревья как объекты экологического туризма

Егор Яковлевич Лебедко

*Брянский государственный аграрный университет, с. Кокино,
Брянская область, Россия*

В статье представлены материалы по характеристике и значимости старовозрастных деревьев на территории Брянской области, дано краткое описание отдельных из них. Особое внимание обращено на новое дерево, внесенное в национальный реестр старовозрастных деревьев, дуб черешчатый, расположенный в с. Кокино Выгоничского района Брянской области. Рассмотрены вопросы по организации развития сельского туризма с использованием старовозрастных деревьев на территории региона.

Ключевые слова: *дуб черешчатый, старовозрастное дерево, программа, Брянская область, сельский экологический туризм*

Old-Age Trees as Objects of Ecological Tourism

Egor Yakovlevich Lebedko

Bryansk State Agrarian University, v. Kokino, Bryansk Region, Russia

The article presents materials on the characteristics and significance of old-age trees in the Bryansk region, a brief description of some of them is given. Special attention is paid to a new tree listed in the national register of old-age trees, the chereshchaty oak, located in the village of Kokino in the Vygonichsky district of the Bryansk region. The issues of organizing the development of rural tourism using old-age trees in the region are considered.

Keywords: *petiolate oak, old-age tree, program, Bryansk region, rural ecological tourism*

На планете Земля произрастает в настоящее время 3 трлн деревьев. Среди них встречаются отдельные экземпляры, имеющие возраст несколько сот, и даже тысяч лет. Такие деревья являются свидетелями истории эпох, биологии, эволюции природы [1; 2].

В России с 2010 года действует национальная программа «Деревья – памятники живой природы». Она реализуется Советом по сохранению природного наследия нации в Совете

Федерации Российской Федерации. По состоянию на 2021 год в Национальном реестре старовозрастных деревьев зафиксировано 548 объектов – деревьев, 16 из которых попали в «Реестр удивительных деревьев России», 216 имеют статус «Дерево – памятник живой природы» [1].

Первая заявка на участие в программе поступила 18 октября 2010 года. Эта дата и считается днем рождения программы. Идея создания программы первой родилась у преподавателя МГУ Сергея Пальчикова. Следует отметить, что в программу заявлены деревья 35 видов. 38 процентов заявок приходится на дубы; 17 % – на сосны; 11 % – на липы. Заявки по отдельным видам деревьев представлены в единичном экземпляре. В реализации основных положений программы участвуют 73 региона Российской Федерации. Лидерами по количеству заявок являются: Ленинградская область (36 заявок); Вологодская область (35 заявок); Нижегородская область (29 заявок). Из вновь образованного в 2014 году Крымского ФО уже подано 10 заявок. За годы реализации программы поступило более одной тысячи заявок.

В регионах старовозрастные деревья могут стать и становятся объектами экологического сельского туризма, центрами экологического образования и воспитания молодежи. Чтобы стать признанным памятником природы и объектом туризма, дерево должно обладать следующими признаками и характеристиками:

- быть старовозрастным по абсолютному количеству лет;
- его именем могут быть связаны реальные исторические события, предания, былины или легенды;
- оно может иметь отношение к конкретному историческому лицу (ам);
- дерево может произрастать в знаковом месте города, поселка, села или местности, являясь его украшением и гордостью.

Не исключением в этом мероприятии является и Брянская область. На ее территории имеется несколько старовозрастных деревьев, которые внесены в национальный реестр.

Кирьянов дуб. Это редкое старинное дерево возрастом более 500 лет. Оно произрастает в Злынковском районе Брянской области. Название Кирьянов дуб по легенде связано с человеком, посадившим его. Звали этого человека Кирьян. В народе считается, что Кирьянов дуб не только помогает исполнению желаний, заряжает полезной энергией, но и вдохновляет путешественников на новые проекты, дела. Особенно творческих людей. Дерево это находится в статусе – памятник природы. Местонахождение дерева: Брянская область, Злынковский район, в 3 км от пгт. Злынка. Подъезд хороший, доступность, в целом, для созерцания и отдыха туристов удобная.

Старинный и древний ясень произрастает в городе Брянск на склоне Покровской горы, во дворе дома за зданием организации «БрянскГорСтройЗаказчик». Этому дереву, по описанию документов, 300 лет. Окружность кроны дерева составляет 20 метров. Окружность ствола дерева впечатляет свыше 4 метров, а высота дерева почти 30 метров.

Дуб-гигант растет на правом берегу речки Навли, недалеко от села Глинистое, которое относится к Салтановскому поселению (это примерно в 30 минутах езды на автомобиле от районного центра пгт. Навля). Чтобы обхватить мощный ствол дерева – не хватит и семи человек. Местные жители говорят, что этому дубу больше одной тысячи лет, другие склоняются к тому, что его возраст составляет 300 лет. После недавних исследований эксперты сошлись на том, что примерный возраст этого дерева 550 лет. В районе этот дуб называют «Партизанский». Рядом с деревом установлена лавочка и беседка для отдыха туристов. В 2011 году дерево было внесено в программу «Деревья – памятники живой природы».

В 2022 г. стартовал очередной национальный конкурс «Российское дерево года – 2022». Голосование в интернете проводилось с 1 мая по 1 августа. Брянскую область представлял Романовский дуб, который растет в поселке Локоть Брасовского района. Этому дереву – 150 лет. До 1917 г. Локоть являлся родовым имением Романовых и принадлежал младшему наследнику царской семьи Великому князю Михаилу Александровичу. Дуб является частью паркового ансамбля

имения Романовых. О почтенном возрасте свидетельствует обхват ствола. Это один из наиболее выдающихся старинных дубов поселка Локоть. Ранее уникальные деревья Брянского края два года подряд занимали в данном конкурсе 3-е место. Так, например, в 2020 году Брянщину представлял «Партизанский дуб» из Навлинского района, а в 2021 г. – яшень-великан из г. Брянска.

28 сентября 2022 г. решением сертификационной комиссии Всероссийской программы «Деревья – памятники живой природы», в национальный реестр старовозрастных деревьев был внесен дуб черешчатый (*Quercus robur* L.), произрастающий в селе Кокино Выгоничского района Брянской области (на территории расположения Брянского государственного аграрного университета). Координаты дерева: GPS: № 53.154011 E 34.115834. Примерный возраст этого дерева – дуба составляет 200–212 лет. Примерная высота более 30 метров. Обхват ствола дерева на высоте 1,3 метра составляет 355 см. Дерево находится в нормальном биологическом состоянии. Крона в летний период хорошая, роскошная, пышная. Дерево доступно для осмотра. Находится вблизи пешеходной парковой дорожки. Кора в нормальном состоянии. В нижней части дерева старые ветви кронированы. Дуб расположен в пяти метровой удаленности от учебного копуса № 4. Дерево произрастает в старинном парке бывшей дворянской усадьбы помещиков Безобразовых-Халаевых. Кокинская дворянская усадьба имеет богатую историю. В ней первоначально проживала семья помещика Безобразова Александра Сергеевича, офицера Семеновского Лейб-Гвардии полка, участника русско-турецкой войны (1787–1791). Его жена, Варвара Николаевна (в девичестве Тютчева), доводилась родной тетей великому русскому поэту и дипломату Федору Ивановичу Тютчеву. Сын помещиков, Александр Александрович Безобразов, служил в годы Отечественной войны 1812 г. подпоручиком (обер-офицером) Лейб-Гвардии Артиллерийской бригады, ординарцем Верховного Главнокомандующего, фельдмаршала М. И. Кутузова. Деревянный помещичий дом (не сохранился) был построен примерно в 1784–1788 гг. Дуб, скорее всего, был посажен в

начале XIX века, ориентировочно с 1800 по 1818 г., кем-то из родственников В. Н. Безобразовой (Тютчевой). Старинное усадебное дерево хорошо сохранилось до наших дней. Оно хранит в себе тайны жизни хозяев того времени и, наверняка, было свидетелем многих исторических событий прошлого времени. В 1906 г. на месте деревянного дома был построен новый кирпичный дом (архитектор Орлов). Дуб расположен рядом с домом (учебным корпусом) на расстоянии 5 метров. Выделяющийся среди других деревьев парка своей массивностью, красотой, привлекательностью, своей исторической значимостью, старинный Кокинский усадебный дуб достоин придания ему статуса «Дерево – памятник живой природы». Старовозрастное дерево, дуб черешчатый в селе Кокино, внесено в национальный реестр старовозрастных деревьев за № 1213.

Старинные старовозрастные деревья в Брянской области, в том числе и усадебный Кокинский дуб, становятся объектами развития сельского экологического туризма в регионе. В Брянской области целесообразно создать экспериментальную площадку по учету и сохранению старовозрастных деревьев.

Список литературы

1. Выгоничский район. Кокино. Усадьба Безобразовых – Халаевых, конец XVIII – начало XX в. // Свод памятников архитектуры и монументального искусства России: Брянская область. М.: Наука, 1998. С. 202–204.
2. Лебедев Е. Я. Туристический маршрут «Подпоручик (обер-офицер) Лейб-Гвардии Артиллерийской бригады, кавалер ордена святой Анны 4-й степени Безобразов Александр Александрович (18.07.1790 – 06.10.1812) – потомственный дворянин из села Кокино»: буклет. Брянск: Изд-во Брянского ГАУ, 2016. 46 с.

Информация об авторе

Егор Яковлевич Лебедев, д-р с.-х. наук, профессор, директор музейно-выставочного центра, Брянский государственный аграрный университет, с. Кокино, Брянская область, Россия

Information about the author

Egor Yakovlevich Lebedko, Doctor of Agricultural Sciences, Professor, Director of the Museum and Exhibition Center of the Bryansk State Agrarian University, v. Kokino, Bryansk Region, Russia

УДК 379.8; 502.4

**Организация мероприятий
экологической направленности
в особо охраняемых природных территориях**

Валерия Дмитриевна Неверная

*Санкт-Петербургский университет технологий управления
и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия*

Рассматриваются актуальные вопросы привлечения туристов и экскурсантов в особо охраняемые природные территории (ООПТ), возможности организации в ООПТ экологических мероприятий, не нарушающих действующее законодательство. Сформулированы предложения по оптимизации использования природно-ресурсного потенциала петербургского заказника «Северное побережье Невской губы» для гостей и жителей мегаполиса.

Ключевые слова: *особо охраняемые природные территории, законодательство, экологические акции, государственный природный заказник «Северное побережье Невской губы»*

**Organization of Environmental Activities
in Specially Protected Natural Areas**

Valeriya Dmitrievna Nevernaya

*University of Management Technologies and Economics,
Saint Petersburg, Russia*

Topical issues of attracting tourists and sightseers to specially protected natural areas (SPNA), the possibility of organizing environmental events in SPNA that do not violate the current legislation are considered. Proposals are formulated to optimize the use of the natural resource potential of the St. Petersburg reserve “Northern Coast of the Neva Bay” for guests and residents of the metropolis.

Keywords: *specially protected natural territories, legislation, environmental actions, the state nature reserve “Northern coast of the Neva Bay”*

В период с 2019 по 2020 г. наметилась устойчивая тенденция развития экологического туризма в связи с распространением коронавирусной инфекции и вытекающими из этого опасениями туристов посещать массовые мероприятия и популярные дестинации. В связи с этим повысилась экскурсионно-рекреационная аттрактивность природных комплексов, в

том числе в пределах ООПТ. В связи с этим особо актуальными стали проблемы организации отдыха в природных заказниках и задачи распределения потока посетителей.

В Российской Федерации существует большое количество охраняемых природных территорий, каждая из которых обладает уникальными особенностями, что обеспечивает экскурсантам и туристам широкий спектр выбора для посещения. Однако, значительная часть объектов оказывается вне зоны внимания потенциальных визитеров: для организации рекреации на открытом пространстве нет необходимой инфраструктуры, отсутствуют оборудованные указателями и информационными материалами маршруты, не проводятся мероприятия, способные активизировать экологический интерес рекреантов, информация о возможностях посещения ООПТ недостаточна, а маркетинговые программы не разработаны. Актуальность проблемы подтверждается низкими показателями туристского потока в подобных местах, что в некоторых случаях приводит к их запустению и ухудшению экологического состояния природных комплексов из-за отсутствия должного внимания со стороны администрации.

У организаторов экологических экскурсий вызывает недоумение и внушительный список запретительных действий для посетителей ООПТ. Для большинства природных заказников характерны такие стандартные запреты: не загрязнять территорию отходами; не разводить костры и мангалы; не возделывать собственные огородничества и садоводства и т. д. Имеются и пункты, оглашающие запреты на строительство сооружений, организации массовых мероприятий и туристских стоянок.

Отмеченные выше характерные тенденции по усилению внимания горожан к отдыху «на лоне природы» требуют обсуждения вопросов организации как среди профессионалов, так и с учетом мнения самих жителей крупных городов. Такие исследования и общественные слушания необходимо проводить, например, при подготовке проектов перспективного развития мегаполисов. Так, в настоящий период разрабатывается

новый генеральный план развития Санкт-Петербурга. Вопросы по использованию и проектированию новых ООПТ имеют важнейшее значение.

Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ (ред. от 01.05.2022) «Об особо охраняемых природных территориях» в ст. 9 п. 2 допускает мероприятия и деятельность, которые направлены на ведение эколого-просветительской работы и развитие познавательного туризма в пределах ООПТ [1]. В распоряжении Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации об утверждении методических рекомендаций по ведению добровольческой (волонтерской) деятельности на особо охраняемых природных территориях федерального значения имеются положения о мероприятиях, содействующих восстановлению природных экосистем посредством очистки мусора и поддержанию санитарной безопасности, содействию формированию экологической культуры и просвещения, организации и проведении природоохраняющих акций и мероприятий, важных для пропаганды заповедного дела [2]. Таким образом, тематические мероприятия проводить разрешено, но с соблюдением условий того, что они будут направлены на экологическое просвещение посетителей и привлечение добровольцев к процессу сохранения и очистки природно-ландшафтных комплексов. Поддержка подобных событий и распространение информации о них должна стать одной из приоритетных задач для городской администрации.

Популярной и масштабной является международная акция «Марш Парков», организаторы которой ставят цель привлечения органов государственной власти, СМИ, представителей бизнеса и различных слоев населения к проблемам развития ООПТ. Для этого представители ООПТ информируют общество об имеющихся природных объектах, проводятся семинары и конкурсы, устраиваются благотворительные концерты и выставки, работают экологические десанты.

Экологические субботники с внедрением интересных игровых элементов все чаще становятся базой для целой сети ООПТ. «Зелёная Весна» один из таких проектов, в котором

участники самостоятельно определяют нуждающееся в работе место и то, в каком ключе будет проходить само мероприятие. Это может быть уборка отходов, посадка деревьев, экологические конкурсы и игры, обустройство экологических троп и непосредственная помощь администрации комплекса. Другим инновационным проектом являются «Чистые игры», которые носят соревновательный характер по сбору мусора и сортировке его на категории. Такой формат особенно привлекает молодежь благодаря взаимодействию с интерактивными картами и фотографиями, всеобщей атмосфере азарта и веселого настроения. Анализ показателей посещаемости и проделанных масштабных работ, позволяет сделать вывод, что подобного рода массовые мероприятия являются действенным способом не только для привлечения эко-волонтеров, но и рекламы самого объекта дестинации в широких кругах.

В Санкт-Петербурге есть интересный с точки зрения расположения и наполняемости природными объектами ООПТ – государственный природный заказник «Северное побережье Невской губы». Значительная его часть занята смешанным лесным массивом с большой долей широколиственных древесных пород. Фауна представлена более 15 видами млекопитающих, особое же внимание уделяется акватории Невской губы, где на небольшом участке останавливаются водоплавающие и околводные пернатые из Беломоро-Балтийского миграционного пути (кряква, хохлатая чернеть, гоголь, свиязь и др.). В состав заказника входит и близлежащий остров Верперлуда, не встречающий прямого антропогенного воздействия и считающийся одним из особо ценных компонентов.

Заказник был создан в 2009 г., но охранный статус территория получила еще в XVIII в., когда по указу Петра I все лесные массивы по северному побережью Невской губы стали заповедными. Примерно в этот же период здесь была обустроена усадьба «Ближние Дубки» с небольшим регулярным парком (один из путевых дворцов императора по дороге в Кронштадт располагался на данной территории). К сожалению, на этом месте остались лишь отдельные участки, сохранившие первоначальную планировку парка, а также несколько дубов и лип возраст которых превышает 250 лет.

В настоящее время природный заказник Санкт-Петербурга «Северное побережье Невской губы» обделен вниманием туристов и петербуржцев. Это связано с распространенным мнением о неудобном и отдаленном расположении от основных объектов городской инфраструктуры (при выборе места отдыха большинство выбирают для отдыха Юнтоловский заказник, расположенный ближе к станции городского метрополитена). Препятствиями для экскурсионного освоения на протяжении длительного периода являлись недостаточная маркетинговая компания и плохое состояние объектов показа, пока администрация ООПТ не открыла в 2021 г. новую экологическую тропу «У Лукоморья», которая представляет интерес, в том числе и для детской аудитории. На тропе установлено 15 стендов с персонажами народных сказок и заданиями от них, красочные указатели, деревянные резные фигуры. Такая инициатива позволила увеличить посещаемость ООПТ. В дальнейшем стоит обратить внимание на возможности создания здесь визит-центра в непосредственной близости к началу тропы, где посетители смогут узнать актуальную информацию и получить первичные напутствия по маршруту. Важно разработать сценарий экологической квест-экскурсии, которая будет дополнять впечатление от небольшого путешествия по заказнику. Стоит рекомендовать организацию массовых мероприятий по экологическому просвещению и помощи в поддержке состояния заказника. Прежде всего необходимы очищение береговой зоны и основной территории от выбросов мусора. Подобные мероприятия будут освещаются в СМИ, что позволит привлечь дополнительную аудиторию экскурсантов к дестинации, а значит, сделают более оптимистичными перспективы существования и развития заказника на территории самого большого северного города Мира.

Список литературы

1. Об особо охраняемых природных территориях: Федеральный закон Российской Федерации: [от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ (ред. от 1 мая 2022 г.)]. URL: <https://consultant.ru> (дата обращения: 12.05.2022). Текст: электронный.

2. Об утверждении методических рекомендаций по ведению добровольческой (волонтерской) деятельности на особо охраняемых природных территориях федерального значения, находящихся в ведении Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации: Распоряжение Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации: [от 5 февраля 2021 г. № 5-р]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/564840957?marker=6540IN> (дата обращения: 19.10.2022). Текст: электронный.

3. Ясвин В. А. Формирование экологической культуры. М., 2004. 195 с.

Информация об авторе

Валерия Дмитриевна Неверная, студент, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Valeriya Dmitrievna Nevernaya, Student, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia

УДК 371.233

Экология и туризм

Яна Рустамовна Гайнетдинова

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Экология – это наука, изучающая взаимодействие живых организмов с окружающей средой. Дословно, в переводе с греческого, экология – это наука о доме, но не в буквальном смысле. В этом определении слово «дом» подразумевает целую планету, весь мир, в котором мы живем. Задачей данной статьи является выявление взаимосвязи экологии и туризма, а также рассмотрение экологического туризма как одного из видов туризма.

Ключевые слова: экология, экологический туризм, особо охраняемые территории, заповедники

Ecology and Tourism

Iana Rustamovna Gainetdinova

Bashkir State University, Ufa, Russia

Ecology is the science that studies the interaction of living organisms with the environment. Literally, translated from Greek, ecology is the science of the house. But not literally. In this definition, the word “home” implies the

whole planet, the whole world in which we live. The purpose of this article is to identify the relationship between ecology and tourism, as well as to consider ecological tourism as one of the types of tourism.

Keywords: *ecology, ecological tourism, specially protected areas, nature reserves*

Экологический, или «зеленый» туризм – это ответственное путешествие, которое помогает сохранять окружающую среду, поддерживает благосостояние местного населения.

Экологический туризм отличается от всех видов туризма тем, что его цель – помощь в сохранении объектов дикой природы и культурных ценностей.

Помимо целей, в экотуризме можно выделить некоторые принципы

- минимальное воздействие на окружающую среду;
- экологическое образование и просвещение;
- экономическая эффективность и положительное влияние на экономику посещаемых районов;
- опыт взаимодействия с нетронутой природой у путешественников.

Формы экотуризма разнообразны. Самыми популярными из них являются:

– детский экотуризм – рассчитан на детей и подростков, которым интересно познакомиться с окружающим миром и его особенностями;

– экотуризм в деревнях – ведение сельского хозяйства, уход за скотом и домашними животными, свежие фрукты и овощи на столе – все это набирает популярность в современном мире;

– экотуризм в национальных парках – цель данной формы экотуризма – прогулки по территории природно-охраняемых зон, заповедников.

Заповедники – это участки территории или акватории, на которых сохраняется в его естественном состоянии весь его природный комплекс.

Популярные направления экологического туризма в России.

Россия располагает богатым потенциалом для развития экотуризма. По данным на 2021 год количество ООПТ (осо-

бо охраняемых природных территорий) превысило 13 тысяч. Существует официальный кадастр, согласно которому общее число федеральных учреждений – более 22 тысяч. В их число входят находящиеся на ремонте, перспективные и закрытые, включая 109 заповедников, 65 национальных парков, 11 объектов признанных Всемирных природным наследием ЮНЕСКО.

Основные места для посещения в рамках экотуризма в России.

Байкальский Заповедник (Республика Бурятия). Байкальский заповедник – одно из лучших мест в России, в котором созданы условия для экологического туризма. Озеро Байкал (Всемирное наследие ЮНЕСКО) – самое глубокое пресное озеро мира и его природа, и богатство растительного мира окружающих горных хребтов – все это способствует благоприятному развитию экотуризма.

«Золотые горы Алтая» (Алтайский край, Республика Тыва, Республика Алтай). Комплекс из трех ООПТ также входит в список объектов признанным Всемирным наследием ЮНЕСКО. Он узнаваем благодаря красоте гор, озер, водопадов и рек, расположенных на его территории. Здесь присутствуют заповедные зоны, на которые можно попасть только частично и зоны свободные для посещения туристов.

Заповедник «Шульган-Таш» (Республика Башкортостан). Заповедник «Шульган-Таш» – особо охраняемая природная территория в Башкирии, созданная с целью защиты объектов флоры и фауны. Природоохранная зона включает широкое разнообразие растений и животных. Здесь же расположены уникальные достопримечательности природы и остатки первых поселений.

Всё вышеупомянутое – это только малая часть того, что можно посетить интересующимся людям в рамках экотуризма в России.

Экотуризм – это перспективная сфера развития туризма в России. В связи с этим можно составить список приоритетных задач для его развития в нашей стране:

- подготовка квалифицированных кадров в отрасли;

- помощь государства в создании и продвижении тур-продукта;
- привлечение отечественных и иностранных инвесторов;
- совместная работа региональных властей и местного населения в организации экологического туризма на территории региональных особо охраняемых территорий, заповедников и др.

Таким образом, можно сказать, что экологический туризм – это быстро развивающаяся сфера туризма в современном мире. Но без помощи людей и властей она не получает должного внимания. Стоит заинтересовывать население данной отраслью, чтобы привлечь большее количество людей, что, безусловно, повлечет за собой ее развитие.

Список литературы

1. Алексеева Е. В., Древаль Е. В., Юдин А. Г., Карцева Е. В. Экологический туризм: проблемы и перспективы. Проблемы окружающей среды и природных ресурсов. 2015. № 8. С. 99–112.
2. Кутушева Л. М., Хамадеева З. А. Организация агротуристического комплекса как инструмент стимулирования социально-экономического развития региона // Вестник Башкирского института социальных технологий. 2019. № 1. С. 78–87.
3. Лапочкина В. В. Экологический туризм в России: тенденции развития // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 5, ч. 1. С. 100–105.
4. Храбовченко В. В. Экологический туризм. М.: Финансы и статистика, 2004.

Информация об авторе

Яна Рустамовна Гайнетдинова, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Iana Rustamovna Gainetdinova, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Особенности экологического туризма в Республике Башкортостан

Милана Равиловна Назарова

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Экологический туризм – туризм, направленный на сохранение окружающей среды в ее первоначальном виде. В Кармаскалинском районе (Республики Башкортостан) находится гора Улу-Тау, которую долгое время туристы разрисовывали разными граффити и рисунками. Чтобы очистить стены горы от вандажных надписей, группа студентов организовано выехала на данную территорию и начала долгую и трудоемкую работу по очистке с помощью болгарки и химических растворов. В ходе работы студентам удалось очистить стены, а также поставить запретительные таблички с определенными надписями, чтобы туристы не оскверняли памятник природы и территорию вокруг него.

Ключевые слова: экологический туризм, гора Улу-Тау, карламанская пещера, карст, туристы, вандажные надписи

Features of Ecological Tourism in the Republic of Bashkortostan

Milana Ravilovna Nazarova

Bashkir State University, Ufa, Russia

Ecological tourism is tourism aimed at preserving the environment in its original form. In the Karmaskalinsky district, the Republic of Bashkortostan, there is Mount Ulu-Tau, which for a long time was painted by tourists with various graffiti and drawings. In order to clear the walls of the mountain from vandal inscriptions, a group of students went to the area in an organized manner and began a long and laborious cleaning job with a grinder and chemical solutions. During the work, the students managed to clean the walls, as well as put prohibition signs with certain inscriptions so that tourists would not desecrate the natural monument and the area around it.

Keywords: ecological tourism, Ulu-Tau mountain, Karlaman cave, karst, tourists, vandal inscriptions

Экологический туризм – форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых человеком природных территорий.

Целью экологического туризма в Кармаскалинском районе было – очищение горы Улу-Тау от вандальных надписей и граффити на стенах.

Основные задачи:

- очистить стены от надписей, нарисованных красками, маркерами;
- очистить территорию вокруг горы от мусора, оставшегося от туристов;
- повесить таблички возле горы, с надписью «не мусорить» и «не рисовать на стенах памятника природы».

Особенность экологического туризма горы Улу-Тау.

Долгое время люди оставляли здесь свои метки, писали свои имена и номера телефонов на стенах горы, не понимая того, что наносят большой вред памятнику природы. Карламанская пещера, которая находится в горе Улу-Тау, ценна в научном плане. Учёные считают её одно из лучших пещер, появившихся в результате деятельности горизонтально циркулирующих, поглощаемых с поверхности водных потоков. Пещера является памятником природы Республики Башкортостан.

Наличие активной карстовой деятельности можно увидеть и вокруг пещеры. Здесь множество карстовых воронок, в некоторых из них образовались небольшие озера.

Экологический туризм в данном месте проводился группой студентов, которые решили помочь окружающую среду, убрав надписи со стен пещеры с помощью болгарки и специальных химических растворов. Все то время, пока студенты очищали стены, на них были надеты каска, очки, перчатки и специальные очки. При работе с болгаркой большая часть гипса, из которого сделана пещера, оставалась на руках и на маске. Несмотря на то, что очистка стен шла с большим трудом, так как надписи держались на стенах очень долгое время, группе студентов удалось убрать большую часть работы «художников».

Также некоторыми студентами была проведена очистка территории вокруг горы. Туристы, приезжая сюда отдохнуть, забывают о правилах поведения на природе и, к сожалению,

загрязняют окружающую среду своим мусором, которое долгое время не разлагается. Чтобы напомнить таким туристам о порядке и экологии, рядом с пещерой была поставлена табличка с надписью «Не мусорить» и «Не рисовать на стенах памятника природы».

Несмотря на то, что студенты сняли болгаркой небольшой гипсовый слой, они постарались вернуть первоначальный вид Улу-Тау, поэтому такого рода деятельность не может считаться пагубной для природы.

Список литературы

1. Руденко И. Природное наследие и экологический туризм. URL: http://www.greensalvation.org/Russian/Publish/14_rus/14_12.htm (дата обращения: 12.10.2022). Текст: электронный.

2. Косолапов А. Б. Теория и практика экологического туризма: учеб.-практ. пособие. М.: КноРус, 2005.

3. Резникова А. В. Экотуризм и местное самоуправление // Проблемы и перспективы развития туризма в странах с переходной экономикой: сб. науч. тр. Смоленск, 2000.

Информация об авторе

Милана Равиловна Назарова, студент, кафедры туризма, георбанизации и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Научный руководитель Зульфия Анваровна Хамадеева, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георбанизации и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Milana Ravilovna Nazarova, 2nd year Student of the Faculty of Earth Sciences and Tourism, Bashkir State University, Ufa, Russia

Scientific adviser Zulfiya Anvarovna Khamadeeva, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Geo-Urban Studies and Economic Geography, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 338.48:574(470.620)

Влияние туризма на развитие экологических проблем на территории Краснодарского края

Виктория Дмитриевна Стародубцева

Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

В статье рассмотрено влияние туризма на развитие экологических проблем на территории Краснодарского края. В последние годы рекреационные нагрузки усиливаются, нанося урон природной среде. Возникает необходимость контролировать рекреационную нагрузку на данный район.

Ключевые слова: *туризм, загрязнение, рекреационные районы, природная среда*

The Impact of Tourism on the Development of Environmental Problems in the Krasnodar Territory

Victoria Dmitrievna Starodubtseva

Kuban State University, Krasnodar, Russia

The article examines the impact of tourism on the development of environmental problems in the Krasnodar Territory. In recent years, recreational loads have been increasing, causing damage to the natural environment. There is a need to control the recreational load on this area.

Keywords: *tourism, pollution, recreational areas, natural environment*

В России на протяжении многих лет Краснодарский край сохраняет за собой место главного центра туризма и рекреации. Роль рекреационного комплекса в крае велика, а в некоторых районах является ведущей. В процессе изучения вопроса туризма на Кубани, было установлено, что Краснодарский край владеет прекрасным ресурсным потенциалом для развития рекреационной деятельности. В крае развит детский туризм, распространен активный отдых на побережье и в горах, оздоровительный, горнолыжный, экскурсионный отдых в последние года только набирает популярность.

Прибрежная полоса практически вся усеяна пансионатами, гостиницами, лагерями отдыха, кемпингами. Построено более 1 000 организаций отдыха, туризма и санитарно-курортного лечения.

Но стоит помнить, туристическая отрасль, как и многие другие отрасли экономики, легко может разрушить себя, пренебрежительно и неуважительно относясь к природе, окружающая среда является главным источником для туристической деятельности.

Использование транспорта тесно связано с любым видом туризма, что непременно приведет в данном районе загрязнению атмосферного воздуха. Прежде всего на загрязнение окружающей среды решающее воздействие оказывает сгорание нефтепродуктов.

На сегодняшний день Новороссийск известен сильно загрязненным воздушным бассейном: допустимый уровень загрязняющих элементов превышен почти в 4 раза. На дорогах Центрального района Сочи превышение отмечено в 5 раз. Увеличение выбросов загрязняющих элементов от автомобилей сопряжено с ростом автомобилей на дорогах, а также с использованием низкокачественного топлива [1]. Для решения проблемы автомобили необходимо оснащать нейтрализаторами, сажеуловителями и другими устройствами.

Освоение новых территорий неразрывно связано с вырубкой лесов. Для строительства сооружений для отдыха с целью создания туристических центров на Кубани нужны свободные площади. Под напором тяжелой техники лес отступает. Дегградация почвы наступает при интенсивном прессинге гусеничных тракторов. При недобросовестном отношении к исполнению правил трелевки вынос мелкозема может вырасти до 550 кубометров в год.

Целесообразно уйти не только от лесозэксплуатационных форм пользования, необходимо непременно укоренить альтернативные виды пользования лесными ресурсами.

Не происходит в достаточной мере очистка сточных вод до установленных предельно допустимых норм сброса из-за отсутствия систем доочистки сточных вод, неудовлетворительного технического состояния комплексов очистки туристических объектов. Вдоль береговой полосы наблюдается слабое развитие сетей канализации, что в любое время, если появится повреждение, может спровоцировать сброс сточных

вод без очистки [2]. Сброс неочищенных ливневых вод с туристических центров ощутимо наносит урон прибрежным водам. Глубоководные выпуски сточных вод на побережье Черного моря подверглись естественному износу.

На побережье необходимо увеличить количество сооружений по утилизации отходов. Свалки в рекреационных центрах практически заполнены до максимума. Необходимо отведение новых территорий за пределами поселений для организации свалок, а также переработка мусора.

Неравномерное распределение подземных и поверхностных вод привело к дефициту питьевой воды в некоторых районах побережья Черного моря. Обеспечение питьевой водой этих рекреационных зон ведется за счёт водопроводов из районов с избыточным количеством запасов подземных вод. Туристические зоны в летний сезон претерпевают нагрузки, превышающие допустимые показатели, что влечет за собой неблагоприятные последствия.

Для повышения водообеспечения побережья используются не в полной мере все технические возможности. Превышение допустимых норм, которые испытывают туристические зоны в летний период, губительно сказывается на окружающей среде. Целесообразно разделить пользование питьевой и технической воды. Питьевую воду нужно использовать для удовлетворения физиологических потребностей. В технических целях можно использовать поверхностные воды, сточную воду можно использовать повторно.

Застройка территорий рекреационными объектами в первой зоне санитарной охраны тоже является существенным вопросом на побережье Черного и Азовского морей [4]. Решением вопроса может послужить корректировка границ.

Мы видим такую ситуацию, что при недостаточном финансировании наблюдается проблема с постройкой и дальнейшей реконструкцией сетей канализации и очистных сооружений. Местные сети канализаций нуждаются в ремонте. Из этого следует, что сточные воды попадают в область водопользования. Данная проблема приводит к отрицательным последствиям, вследствие чего может привести к закрытию

пляжей. В пример можно привести случай со сбросом стоков без очистки в р. Шепси. Следствием данного происшествия стало временное закрытие четырех пляжей.

Перегрузка туристической территории зачастую оказывает значительную опасность для окружающей природной среды. Также стоило бы рассмотреть случаи увеличения нагрузки на окружающую среду. Сюда можно отнести большой спрос для отдыха в том или ином рекреационном регионе, а также создание новых природных туристических ресурсов [3]. Для решения многих вопросов важно проводить планирование рекреационных зон совместно с экологическими ограничениями.

Список литературы

1. Казачинский В. П., Метелица Н. Т. Проблемы развития рекреационно-туристской отрасли на Кубани // Социально-экономические проблемы развития Южного макрорегиона: сб. науч. тр. Краснодар: Изд-во «ЮИМ», 2014. С. 85–93.
2. Казачинский В. П. Рекреационно-туристские дестинации Кубани // Социально-экономический ежегодник-2014: сб. науч. ст. Краснодар: Изд-во «ЮИМ», 2014. С. 160–164.
3. Лазовский В. Ф., Маймула Г. В. Перспективы развития туристического комплекса // Проблемы управления развитием организации и опыт подготовки менеджеров: сб. науч. ст. Краснодар: Изд-во «ЮИМ», 2014. С. 48–51.
4. Милько А. И., Елисеева Н. В. Эколого-экономические проблемы Азово-Черноморского побережья // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2015. № 2–3. С. 156–162.

Информация об авторе

Виктория Дмитриевна Стародубцева, магистрант, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Information about the author

Victoria Dmitrievna Starodubtseva, Master's Student, Kuban State University, Krasnodar, Russia

Виды туризма, здоровье и спорт

УДК 796.5

Пеший туризм

Анастасия Маратовна Кильбахтина

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Пеший туризм – один из видов спортивного туризма. Он делится на два больших направления: маршруты и дистанции. Каждое из этих направлений имеет свои правила и особенности, в которых необходимо уметь разбираться.

Ключевые слова: *спортивный туризм, пеший туризм, категорийные маршруты, дистанции*

Hiking

Anastasia Maratovna Kilbakhitina

Bashkir State University, Ufa, Russia

Hiking is one of the types of sports tourism. It is divided into 2 large directions: routes and distances. Each of these areas has its own rules and features, which your need to be able to understand.

Keywords: *sports tourism, hiking, categorical routes, distances*

Спортивный туризм – это общенациональный вид спорта в России, отражающий национальные традиции России. В нашей стране спортивным туризмом занимаются до 3 млн человек.

Развитием спортивного туризма в России занимается Туристско-спортивный союз России и его технический коми-

тет – Федерация спортивного туризма России, которые объединяют более 70 коллективных членов, субъектов Российской Федерации.

Вид спорта «Спортивный туризм» включен во Всероссийский реестр видов спорта под номером 0840005411Я. Туристско-спортивный союз России – правопреемник Российского общества туристов (РОТ), созданного в 1895 г., а также правопреемник спортивного направления Центрального совета по туризму и экскурсиям СССР.

В 1992 г. после распада СССР был создан Международный туристско-спортивный союз, а в 2002 г. была учреждена Международная Федерация спортивного туризма, объединившая туристов стран СНГ и Прибалтики. Спортивный туризм включен в Единую всероссийскую спортивную классификацию. С 1994 г. спортивным туристам присваиваются звания МС, МСМК и ЗМС [3].

На сегодняшний день существует 10 видов спортивного туризма: пешеходный, лыжный, горный, водный, велосипедный, автомото, спелео, парусный, конный и комбинированные маршруты и дистанции.

Пешеходный туризм – самый доступный вид туризма. Основной его целью является пешее преодоление препятствий рельефа (естественных или искусственных). Пешеходный туризм подразделяется на 2 направления: маршруты и дистанции.

Маршруты представляют из себя походы: от однодневных до нескольких месяцев. ПВД – поход выходного дня длится 1–3 дня, не подразумевает преодоления сложных препятствий: вершин, перевалов, бродов, труднопроходимых участков леса и т. д. Участникам не требуется обладать знаниями и умениями для выполнения сложных технических приемов. Как правило в ПВД не применяется специальное снаряжение. Участником такого маршрута может стать любой желающий.

Второй подвид маршрутов – это категорийные маршруты: от 1 до 6 категории сложности. Для их прохождения и регистрации существуют определенные условия. Например, маршрут 1 категории сложности длится не менее 4–6 дней, участники преодолевают около 100 км пути пешком. Марш-

рут преодолевается автономно. Необходимо преодолеть 2 локальных препятствия, имеющих категорию сложности 1А, чтобы набрать минимально допустимое количество баллов за локальные или протяженные препятствия. Отчёт по категорийному маршруту сдается на проверку в Маршрутно-квалификационную комиссию.

Для участия в походе каждой категории сложности участники должны иметь опыт участия в походе предыдущей категории сложности. С собой на маршрут берется необходимое личное и групповое снаряжение: палатки, спальные мешки, туристические коврики, туристические рюкзаки объемом 50 л и более (в зависимости от категории маршрута), котлы и др. Заранее составляется нитка маршрута, по которой будет двигаться группа, расписывается план движения по дням, обозначаются аварийные выходы с маршрута и т. д.

Вторым направлением являются дистанции пешеходные. Дистанция – участок естественного и/или искусственного рельефа от старта (стартовой линии или стартовой зоны) до финиша (финишной линии или финишной зоны) с комплексом судейского оборудования [2]. Дистанции, в зависимости от их вида, могут быть разной длины, на некоторых участках возможно включение участков ориентирования. Участок ориентирования – часть дистанции между этапами, в том числе стартом и финишем, преодоление которой заключается в прохождении участником КП (контрольных пунктов) и этапов, отмеченных на карте и расположенных на местности, в указанной последовательности [1].

В дистанциях пешеходных предусмотрено 3 вида соревнований: личный зачет, связка (2 человека), группа (4 человека). Так же как и в маршрутах, здесь выделяется 6 классов сложности. Участие в соревнованиях 3 класса и выше разрешено спортсменам, имеющим спортивный разряд по виду спорта не ниже третьего.

Для прохождения дистанции необходимо наличие у участника специального снаряжения: верхняя и нижняя обвязки, соединенные блокировкой, защитная каска, перчатки, веревка, карабины, жумар, ролик, ФСУ (фрикционное страховочное устройство) и др. Одежда на спортсмене должна полностью

закрывать все участки тела. Спортсмен, преодолевающий дистанцию, проходит этапы со знанием определенных технических приемов и с использованием специального снаряжения.

Список литературы

1. Министерство спорта Российской Федерации. URL: <https://minsport.gov.ru> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
2. Туризм спортивный в Москве и России. URL: <http://www.tmmoscow.ru> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.
3. Федерация спортивного туризма России. URL: <https://tssr.ru> (дата обращения: 16.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Анастасия Маратовна Кильбахтина, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Anastasia Maratovna Kilbakhtina, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 379.85

Передвижение в горно-лесистой и по пересечённой местности

*Александр Николаевич Козар¹,
Надежда Константиновна Козар²*

^{1,2} *Казанский кооперативный институт, г. Казань, Россия*

Техники преодоления естественных препятствий – это процесс, состоящий из целенаправленных взаимосвязанных действий – технических приёмов, результатом которых являются оптимальные затраты сил и времени на преодоление естественного рельефа местности.

Ключевые слова: *препятствие, пересечённая местность*

Movement in Mountainous, Wooded and Rough Terrain

*Alexander Nikolaevich Kozar¹,
Nadezhda Konstantinovna Kozar²*

^{1,2} *Kazan Cooperative Institute, Kazan, Russia*

Techniques for overcoming natural obstacles is a process consisting of purposeful interrelated actions – techniques, the result of which is the optimal expenditure of effort and time to overcome the natural terrain.

Keywords: *obstacle, rough terrain*

В горной местности, особенно в местах, где отсутствуют дороги и тропы, совершать туристический поход в ночное время трудно и опасно – это может привести к несчастному случаю. В горах во время сильного снегопада могут образоваться снежные лавины, поэтому разумней переждать его в укрытии [1].

Если необходимо продолжать движение во время снегопада, туристы должны быть особенно осторожны, обязательно применяя страховку. Лавиноопасные участки нужно обойти. Если это сделать невозможно, то двигаться след в след, в колонну по одному, увеличив при этом расстояние между туристами до 6 м.

Если турист всё-таки оказался захваченным лавиной, ему необходимо сделать всё возможное, чтобы остаться на поверхности движущегося снега [2].

Чтобы не задохнуться от снежной пыли, нужно быстро закрыть рот и нос. Если же, несмотря на все его усилия, его завалило снегом, ему нужно принять вертикальное положение и энергичными движениями образовать у груди и рта пространство для воздуха и, увеличивая его, прорыть отверстие до поверхности снега. При этом дышать нужно спокойно, глубоко вдыхая через нос и делать полный выдох.

Поднимаясь в гору нельзя разговаривать. Чтобы восстановить нормальный ритм дыхания, можно делать пятиминутные остановки.

Передвигаться нужно ровным шагом, при этом слегка пригнуться и не напрягаться. На подъёмах подавать корпус немного вперёд, ногу ставить на всю ступню, не делать резких движений. При спусках корпус подавать назад, а ногу ставить на каблук, чтобы не поскользнуться и не упасть (рис. 1). Если склоны гор крутые, обувь нужно обмотать верёвкой, чтобы избежать скольжения. Поясной ремень нужно слегка расслабить, воротник расстегнуть. Ширину шага следует соразмерять со степенью крутизны ската: на более крутых подъёмах шаг должен быть короче.



Рис. 1. Страховка спуска палкой, лопаткой, верёвкой

На спусках шаг можно увеличить. Если маршрут проле-
гает по бездорожью, то подниматься нужно не по прямой, а
зигзагом, ступни ставить «лесенкой» или «ёлочкой» (рис. 2).

Преодолевая узкие переходы над обрывом, шаткие камни,
осыпи, ступни нужно ставить в зависимости от точек опоры и
не отрывать ногу до тех пор, пока не будет твёрдо поставлена
другая, вынесенная вперёд нога.



Рис. 2. Постановка стоп «ёлочкой» и «лесенкой»

На крутых каменистых склонах идти нужно осторожно, стараться не сталкивать вниз камни. Падая, они могут нанести травму туристам, идущим ниже. Чтобы облегчить подъём по скользким скатам, необходимо прорубать ступени на расстоянии около 50 см друг от друга.

Если на склонах мягкий грунт или лежит снег, то ступеньки можно выбить носком ботинка.

Двигаясь вверх по травянистому склону, ногу следует выносить вперёд расслабленно. Чем тяжелее груз и круче склон, тем больше нужно нагибаться вперёд. Когда подъём идёт прямо, ступни ног следует ставить таким образом, чтобы между ними образовался угол (развести носки «ёлочкой»). Чем круче склон, тем больше угол между ступнями ног и короче шаг. Нога ставится на всю ступню. Если крутой склон порос травой идти по нему нужно зигзагами. По склону, покрытому камнями, следует идти плотнее, не сталкивая камни вниз.

В горно-лесистой местности для выдерживания намеченного направления следует выбирать хорошо заметные ориентиры через каждые 100÷150 м маршрута. Это особенно важно, если на пути возникли завал или густой кустарник, и туристы вынуждены их обходить.

Очень сложно осуществлять переход зимой, когда снежный покров достаточно глубокий и пройти по заснеженным участкам без лыж или снегоступов практически невозможно. В зимнее время передвигаться можно по руслу замерзшей реки, соблюдая при этом все меры предосторожности. Следует помнить, что течение разрушает лёд снизу, и он становится особенно тонким под сугробами у обрывистых берегов; на изгибах рек следует держаться подальше от обрывистых берегов, течение там быстрее и лёд тоньше.

Если лёд на реке непрочный, а другого пути нет, передвигаться следует ползком. Весной лёд становится очень тонким в местах, где растёт осока, а также у затопленных кустов.

Передвижение по пересечённой местности. Пересечённой называется местность, на которой ровные участки земли чередуются с возвышенностями, холмами, оврагами, долинами, водоёмами, растительностью.

Передвигаться по ровным участкам пересеченной местности можно ритмичными шагами примерно равной длины и частоты. Идти следует со слегка согнутыми коленями, ступню ставить на всю поверхность, а не на ребро, чтобы не травмировать голеностопный сустав. На крутых участках длина шага должна быть равна примерно длине ступни, а порой ещё короче. При перемещении по ровному участку средняя скорость около 5 км/ч. Двигаться по лесу, через болото, кустарник, в зарослях, по снегу или песку, скорость следует уменьшить.

На подъёмах ногу нужно ставить на всю ступню, слегка развернув в стороны носки ног. Это обеспечит надёжное сцепление подошвы обуви с опорной поверхностью. Туловище нужно немного наклонить вперёд. Если крутизна склона более 15° , то подъём необходимо осуществлять «ёлочкой», носки ног развернуть в стороны. Чем круче склон, тем на больший угол следует развернуть ступни.

Подъём и спуск по склонам часто осуществляется «серпантином» (рис. 3). Таким способом обычно перемещаются поперёк склона (траверсом). При движении «серпантином» ноги ставят поперёк склона всей подошвой так, чтобы носок «ближней» к склону ноги был развернут вверх, а носок «дальней» ноги – вниз [3].

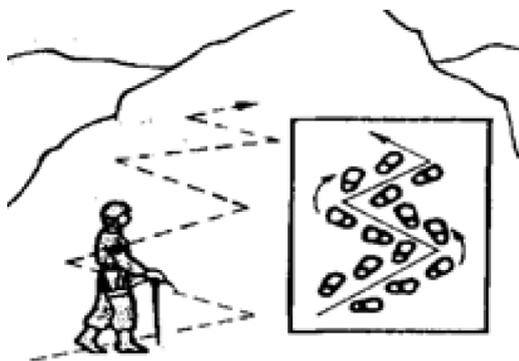


Рис. 3. Передвижение способом «серпантин»

При смене направления движения вдоль склона необходимо сделать удлиненный шаг «дальней» ногой, поставив её вверх по склону, затем расположить ступню «ближней» ноги поперёк склона, в «ёлочку», развернуться и продолжить движение [3].

Движение по прочным осыпям осуществляется прямо вверх или с небольшими зигзагами (рис. 4). При движении зигзагом постоянно следят за тем, чтобы не оказаться над или под другим туристом.



Рис. 4. Передвижение по осыпям: а – правильно; б – неправильно

По непрочным осыпям двигаться нужно осторожно, наискось. Каждый стронутый камень, по возможности, должен быть задержан и укреплён. Если его задержать не удалось, то следует предупредить всех туристов возгласом: «Камень». Надёжным укрытием от камней являются скалы, стволы деревьев [4].

Наиболее опасны осыпи со скальным основанием.

Список литературы

1. Козар А. Н., Козар Н. К. Выживание как составная часть жизнедеятельности туристов в походе // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: сб. науч. тр. Второй заочной междунар. конф. профессорско-преподавательского состава. Казань, 2018. С. 124–125.

2. Козар А. Н., Козар Н. К. Факторы риска и выживания туристов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: сб. науч. тр. Второй заочной междунар. конф. профессорско-преподавательского состава. Казань, 2018.

3. Козар А. Н., Козар Н. К. Безопасность в туризме: учеб.-метод. пособие. Казань: Казанский кооперативный институт, 2016. 132 с.

4. Козар А. Н., Козар Н. К. Организация туристской деятельности: монография. М.: РУСАЙНС, 2019. 139 с.

Информация об авторах

Александр Николаевич Козар, канд. техн. наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань, Россия

Надежда Константиновна Козар, канд. техн. наук, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт, г. Казань, Россия

Information about the authors

Alexander Nikolaevich Kozar, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Natural Sciences, Service and Tourism, Kazan Cooperative Institute, Kazan, Russia

Nadezhda Konstantinovna Kozar, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Natural Sciences, Service and Tourism, Kazan Cooperative Institute, Kazan, Russia

УДК 338.48

**Проведение спортивно-туристических мероприятий
в ДНР (на примере туристско-экологического слёта
в ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский»)**

***Ксения Тимуровна Овчаренко¹,
Наталья Ивановна Дубровская²***

*^{1,2} Донецкая академия управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье на основе анализа туристско-экологического слета в Ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский» обосновывается важность популяризации подобных мероприятий в регионе и необходимость внесения коррективов в практику проведения данного и подобных спортивно-туристских мероприятий в регионе.

Ключевые слова: туристско-экологический слет, Донецкая Народная Республика, спортивно-туристские мероприятия, Ландшафтно-рекреационный парк «Зуевский»

Sports and Tourism Event Holding in the DPR (on the Example of a Tourist-Ecological Rally in the Landscape and Recreational Park “Zuevsky”)

*Kseniya Timurovna Ovcharenko¹,
Natalya Ivanovna Dubrovskaya²*

*^{1,2}Donetsk Academy of Management and Public Administration
under the head of the Donetsk People’s Republic, Donetsk, Russia*

Based on the analysis of the tourist-ecological rally in the Landscape and Recreational Park “Zuevsky”, in the article, it is substantiated the importance of promotion of such events in the region and the necessity for making adjustments to the practice of holding sports and tourist events in the region.

Keywords: *tourist-ecological rally, Donetsk People’s Republic, sports and tourist events, Landscape and Recreational Park “Zuevsky”*

В Донецком регионе, который еще с советских времен всегда был известен своим промышленным потенциалом, но малоизвестен как туристский регион, традиционно 2 раза в год проводились туристские слёты учащейся молодежи и трудовых коллективов в окрестностях г. Святогорск. Огромная и разнообразная по своим природным характеристикам территория, на которой сочетаются лиственные, хвойные леса, пойменные луговые участки, зигзаги и притоки р. Северский Донец, оптимально подходила для данного мероприятия. С 2014 г. северные территории Донецкого края, включающие и г. Святогорск, были отрезаны от территории Донецкой Народной Республики, однако практика проведения туристских слетов сохранилась на другой природной территории – в ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский».

Цель данной статьи – обосновать направления совершенствования практики проведения подобных мероприятий в Донецкой Народной Республике.

Во-первых, хотелось бы отметить положительные стороны туристско-экологического слёта в ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский» (далее – Слёт). Мероприятие проводится с 2014 г. и включает насыщенную трехдневную конкурсную программу, которая комбинирует конкурсы раз-

влекательного характера с конкурсами, направленными на формирование навыков спортивного и самостоятельного туризма. Например, к конкурсам развлекательного характера можно отнести приветствие команд, конкурс «Мистер мускул», конкурс блюд полевой кухни, Конкурс «Семафор», творческий номер и конкурс бардовской песни. К конкурсам, направленным на формирование навыков спортивного и самостоятельного туризма можно отнести конкурсы по технике водного и пешеходного туризма, конкурс костровых.

Проживание в палатках в природной среде в позднелесенный и раннеосенний периоды (это конец апреля и конец сентября) – само по себе уже испытание, а в сочетании с конкурсной программой – настоящий всплеск эмоций, проверка своих физических возможностей, незабываемый опыт на всю оставшуюся жизнь. Не зря те, кто хоть раз побывал на слете, стремятся вернуться сюда вновь и, даже закончив учебу в образовательных организациях высшего профессионального образования, приезжают на слёт, независимо от места жительства. Спартакие условия жизни, насыщенная конкурсная программа днем и песни у костра под гитары ночью формируют командный дух, твердость характера, выносливость, готовность к творчеству и дух приключений.

Что касается недостатков, следует отметить неизменность места проведения слёта. Особенно этот факт негативно влияет на качество проведения одного из важнейших конкурсов – спортивного ориентирования на местности. Те, кто регулярно приезжают на слет и по 2 раза в год участвуют в конкурсной программе, досконально знают местность (что называется каждый кустик) и не нуждаются ни в каких средствах ориентирования на местности. Естественно, новички, какими бы быстрыми и выносливыми они ни были, не знают местности и проигрывают. Если бы конкурс проходил в разных природных уголках Республики, этого можно было бы избежать.

Очевидно, что в территориальных границах ДНР в период до начала проведения специализированной военной операции особого выбора не было. Кроме Зуевки в ДНР есть еще «Донецкий кряж» и некоторые другие природные терри-

тории, но выбор невелик. Но если планировать на будущее и представить, что спецоперация закончилась, и вся территория ДНР освобождена, можно предусмотреть вариативность мест проведения слёта (г. Щурово, г. Святогорск, Клебан-Быкское водохранилище и другие замечательные места). До 2014 г. Слёт также проводился, однако в окрестностях г. Святогорск. Примечательно, что в те времена количество команд-участниц было намного выше (до 100 команд), в настоящее время не более 20, что также можно рассматривать как недостаток. Следует максимально привлекать обучающихся образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования, так как подобный опыт будет интересен и полезен в жизни любого молодого человека.

Еще одно направление совершенствования практики проведения слёта – в процессе оценивания результатов разделять команды по уровню профессионализма (начинающие и обучающаяся молодежь) и ветераны (трудовые коллективы, семейные команды). Это важно, поскольку нельзя сравнивать тех, кто многие годы практикует спортивный туризм и ежегодно участвует в Слете, с новичками, впервые знакомящимися с техникой водного и пешеходного туризма.

И наконец, в заключение хотелось бы отметить, что подобные мероприятия должны поддерживаться государством не формально, а комплексно. К сожалению, с 2014 по 2022 г. слёт держался на инициативе самих участников и поддержка государства имела форму поощрительных призов победителям (медали, кубки, памятные сувениры). Однако мероприятие такой социальной значимости должно иметь более основательную поддержку (в том числе спортивный инвентарь, транспортное обеспечение, информационная поддержка и т. д.).

Важность проведения подобных мероприятий для воспитания молодежи, формирования твердости духа и выносливости трудно переоценить. После завершения Специальной военной операции развитие подобных спортивно-туристических мероприятий можно рассматривать как один из значимых векторов молодежной политики региона.

Список литературы

Овчаренко Л. А. Комплексная оценка природного рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики // *Ландшафтные и экологические исследования природных и антропогенных геосистем: материалы IV Общероссийской (с международным участием) науч.-практ. конф. (заочной), посвященной 85-летию высшего географического образования в Тамбовской области.* Тамбов: ИД «Державинский», 2022. С. 318–325.

Информация об авторах

Наталья Ивановна Дубровская, старший преподаватель кафедры туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Ксения Тимуровна Овчаренко, студент, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Natalya Ivanovna Dubrovskaya, Senior Teacher of the Department of Tourism, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

Kseniya Timurovna Ovcharenko, Student, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

УДК 338.48; 338.45

Перспективы развития велнес-туризма в Республике Дагестан

Гюзель Садаевна Селимова

*Дагестанский государственный университет народного хозяйства,
г. Махачкала, Россия*

В статье рассмотрена актуальность развития велнес-туризма в России и непосредственно в Республике Дагестан. Представлен проект по постройке велнес-отеля в селе Гуниб.

Ключевые слова: велнес, велнес-туризм, велнес-отель

Prospects for Wellness Tourism Development in the Republic of Dagestan

Gyuzel Sadayevna Selimova

Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia

The article considers the relevance of the development of wellness tourism in Russia and directly in the Republic of Dagestan. A project for the construction of a wellness hotel in the village of Gunib is presented.

Keywords: *wellness, wellness tourism, wellness hotel*

Велнес – это образ жизни, который предполагает хорошее физическое и эмоциональное здоровье, осознанность, продуктивную жизнь со смыслом.

Велнес (с англ. *wellness*) означает «хорошее здоровье», «благополучие». Он подразумевает комплексное использование методик оздоровления, состоящих из диетологии, реабилитационных программ, психологического оздоровления, функционального тренинга, СПА-процедур, фитнеса и т. д.

Впервые слово «велнес» употреблено в 1950 году американским врачом – доктором Хальбертом Данном. Когда он наблюдал за своими пациентами, он заметил, что они большей степени страдают от воздействия разных жизненных факторов (отношения, карьера, деньги и др.), чем от самих болезней. Он понял, что именно жизненные условия являются причиной заболеваний людей, т. е. на фоне стрессов, депрессий у людей появляются болезни.

Концепция о велнесе доктора Хальберта Данна заключается в том, что физического, умственного и духовного благополучия можно достичь в благоприятной среде, путем сохранения хорошего здоровья и позитивного мышления [1].

Велнес-туризм – это вид отдыха, главная цель которого – успокоиться, освободить голову, сбросить стресс, поправить физическое и ментальное здоровье, скорректировать цели, задачи и продолжить свой путь, получая удовольствие от жизни [2].

Развитие данного направления туризма становится с каждым годом более актуальным ввиду усложнения самой жизни. Мир стал развиваться в геометрической прогрессии, и люди

зачастую не успевают адаптироваться под постоянно меняющиеся условия жизни, что вызывает увеличение таких состояний, как депрессия, апатия, непонимание себя и мира.

Решением этой проблемы мы видим создание велнес-отелей в регионах России с благоприятным климатом, в котором будут реализованы все упомянутые аспекты.

Велнес-отель – это средство размещения, которое должно соответствовать таким параметрам, как:

1. Экологически чистый район: благоприятный климат, чистый воздух, природа.

2. Материально-техническая база:

– зона встреч и проводов гостей;
– рестораны. Все блюда должны соответствовать принципам правильного питания;

– хозяйственная зона: помещения для обслуживающего персонала;

– зона для детей: место, для активного и полезного времяпрепровождения детей, пока родители находятся на процедурах;

– зона для спорта: тренажерный зал, футбольный и теннисные корты и т. д.;

– пешеходная прогулочная зона: тропинка по живописным местам местности;

– зона для веломаршрутов: тропинка для катания на велосипеде по живописным местам местности.

3. Услуги отеля:

– услуги красоты: услуги косметолога, стилиста, парикмахера. Эта зона помогает человеку обрести уверенность в себе;

– услуги поддержания хорошей физической формы: спорт, фитнес, похудение;

– услуги для ментального здоровья клиентов: психологические и коуч сессии, медитация, пилатес и т. д. Данная зона очень важна, т. к. от состояния нашего духа зависит наше физическое здоровье;

– развлекательные услуги: игры, монополия и т. п.;

– СПА-услуги: гидропроцедуры, джакузи;

– термопроцедуры: сауна, парная баня, хамам;

– душ – контрастный душ, холодный душ, приключенческий душ (вода подается под разными углами, при разных температурных режимах, под звуки музыки, с ароматами);

– ванны с минеральными и лечебными грязями – помогают людям с болями в суставах;

– услуги массажа и наличие бассейна.

4. Сотрудники (персонал). Для отеля такого типа необходим квалифицированный персонал в сфере велнес-услуг: психолог, коуч, фитнес тренер, повара, квалифицирующиеся на правильном питании, стилисты, визажисты, детские аниматоры и т. д.

Республика Дагестан – это регион Российской Федерации, который идеально подходит для строительства велнес-отеля. Большинство территории – сельская местность, со свежим, чистым воздухом, экологическими продуктами, спокойной атмосферой, благоприятным климатом, что дает возможность в полной мере реализовать строительство такого сооружения.

Одной из таких территорий Республики является село Гуниб. Преимущество данной территории в том, что здесь имеются минеральные воды и грязи, лечебный горный воздух, который помогает справиться с проблемами дыхательных путей. Все это в сочетании с девственной природой и обилием солнечных дней делает горноклиматическую зону Гунибского плато одним из лучших в своем роде.

Реализация этой идеи будет способствовать не только развитию туризма в регионе и привлечению туристов, интересующихся данным направлением, но и улучшению физического и ментального самочувствия жителей нашей страны.

Список литературы

1. Христова Т. Б. Велнес-туризм, мастер-класс. Махачкала: ДГУНХ, 2016. 17 с.

2. Велнес-туризм: почему оздоровительные путешествия – то, что нужно после карантина. URL: <https://www.skyscanner.ru/news/antistress-wellness-turizm> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Гюзель Садаевна Селимова, преподаватель кафедры менеджмента, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала, Россия

Information about the author

Guzel Sadaevna Selimova, Lecturer of the Department of Management of Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia

УДК 338.48

**К вопросу о формировании программы развития
экстремального туризма
в Донецкой Народной Республике**

*Валентина Григорьевна Шепилова¹,
Анастасия Олеговна Устинова²*

*^{1,2} Донецкая академия управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье рассмотрена возможность развития экстремального туризма в Донецкой Народной Республике, определены условия, способствующие формированию программы его дальнейшего развития на базе Ландшафтно-рекреационного парка «Зуевский».

***Ключевые слова:** экстремальный туризм, деловая активность, туристский поток, дестинация, Донецкая Народная Республика*

**On the Issue of Formation of a Program
for the Extreme Tourism Development
in the Donetsk People's Republic**

*Valentina Grigorievna Shepilova¹,
Anastasia Olegovna Ustinova²*

*^{1,2} Donetsk Academy of Management and Public Administration under
the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia*

In the paper it is considered the possibility of extreme tourism development in the Donetsk People's Republic, it is determined the conditions conducive to the formation of a program for its further development on the basis of the Landscape and Recreational Park "Zuevsky".

***Keywords:** extreme tourism, business activity, tourist flow, destination, Donetsk People's Republic*

Экстремальный туризм как инструмент увеличения турпотока на внутреннем туристическом рынке является активно развивающимся сектором мировой туристской индустрии

и демонстрирует, с одной стороны, высокие темпы роста по всему миру, а с другой стороны, существенный вклад в формировании доходов мирового туризма. Глобализация превратила экстремальный туризм в интересный феномен туризма. В последние десятилетия спрос на экстремальный туризм значительно возрастает, несмотря на то, что данное направление развития туризма требует определенного уровня физической подготовки и определенных материальных затрат.

В Донецкой Народной Республике наиболее популярными видами экстремального туризма и активного отдыха являются скалолазание и альпинизм. В Республике созданы федерации альпинизма и скалолазания, которые активно взаимодействуют между собой, а спортсмены регулярно принимают участие в соревнованиях не только на территории Республики, но и за ее пределами. Спорткомплексы, оборудованные для скалолазания, есть в Макеевке, Горловке и Харцызске. В естественной же среде скалолазание и альпинизм практикуют и в дальнейшем могут практиковаться и развиваться в Ландшафтно-рекреационном парке «Зуевский» [2].

Ландшафтно-рекреационный парк «Зуевский» располагает всеми необходимыми ландшафтными и водными ресурсами для организации сплавов на байдарках, скалолазания, полетов на дельта- и парапланах в рамках развития экстремального туризма. В парке есть стартовые площадки, которые открывают уникальную возможность для полетов с дельта- и парапланами, участки реки для занятий греблей на байдарках и каноэ, а также для катания на моторной лодке. Более того, ландшафтный парк оказывает целый ряд платных услуг, среди них такие, как: пешая прогулка по экологическим маршрутам; прогулка по экологическим тропам с транспортным сопровождением; посещение музея раковин моллюсков «Жемчужина»; посещение музея «Панский подвал»; прогулка на велосипеде; катание на лодках; фото и видео услуги. Кроме того, на территории парка каждый год проводятся многочисленные мероприятия. Туристы приезжают на экологические фестивали, которые собирают много людей, среди них такие

мероприятия, как «Студенческая республика», «Зеленоград», «Молодежный квест», «Зуевград», и такой вид экстремального мероприятия как «Донбасс Экстрим Фест» [1].

Экстремальный туризм ассоциируется со здоровым образом жизни, активным проведением досуга, раскрытием физического и духовного потенциала человека. По мнению М. А. Швецевой, «...преодолевая трудности экстремального путешествия, человек в состоянии решить многие актуальные проблемы своего бытия, закаляя характер, доказывая в первую очередь самому себе свои неисчерпаемые возможности, проходя своеобразное испытание на прочность» [3]. Факторы, препятствующие развитию экстремального туризма в ДНР, представлены на рис. 1.



Рис. 1. Факторы, препятствующие развитию экстремального туризма в ДНР

При развитии экстремального туризма в Донецкой Народной Республике на перспективу необходимо сформировать программу привлечения туристов, которая заинтересует их приехать в Ландшафтно-рекреационный парк «Зуевский» для получения ярких эмоций. При этом необходимо решить проблемы для обеспечения безопасности данного вида туризма.

Для формирования программы развития экстремального туризма в рамках «Стратегии развития внутреннего и въездного туризма Донецкой Народной Республики на 2021–2025 гг., подготовленной по инициативе Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР необходимо рассмотреть участие туристических агентств в разработке экстремальных туров как составной части внутреннего туризма в Республике. При этом экстремальный туризм может стать одним из важных драйверов социально-экономического развития ЛРП «Зуевский», внося значительный вклад в рост турпотока и формируя элементы бренда указанной дестинации. Обязательным условием развития экстремального туризма является наличие у турагентств опытных гидов-проводников, средств связи, качественного снаряжения.

Поскольку при реализации экстремального тура присутствует определенная степень риска, для данного вида туризма обязательным условием является наличие страхового полиса по страхованию от несчастных случаев или медицинскому страхованию.

Основной целью формирования программы развития экстремального туризма в регионе является создание цепочки взаимодействий между ЛРП «Зуевский» и представителями туристической индустрии (туристическими агентствами, транспортными компаниями, экскурсоводами и т. д.), Министерством молодежи, спорта и туризма ДНР, благодаря которой развитие данного вида туризма принесет пользу для всех участников процесса. Модель развития экстремального туризма в ДНР представлена на рис. 2.



Рис. 2. Модель развития экстремального туризма на примере ЛРП «Зуевский»

Следует классифицировать предприятия, которые могут относиться к объектам туризма. Для продвижения стратегического управления развитием экстремального туризма каж-

дый участник должен четко иметь и исполнять свои функции в этом процессе. Основной задачей Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики является формирование нормативно-правовой базы в условиях интеграции в Российскую Федерацию, организация обучения гидов-проводников, но также регламентация тех предприятий, которые хотят участвовать в экстремальном туризме и которые нуждаются в помощи в части решения конкретных организационных вопросов.

В целях успешного функционирования модели экстремального туризма одним из условий является использование механизма государственно-частного партнерства. Взаимодействие государства и бизнеса позволит решать взаимовыгодные задачи для развития Ландшафтно-рекреационного парка «Зуевский». Реализация данного подхода позволит сформировать действенную инновационную политику и создать условия для привлечения необходимых ресурсов при решении поставленных задач, поскольку стратегия эффективного развития туристического потенциала региона не может быть только привилегией государства, а должна стать результатом сотрудничества государства с бизнесом.

Список литературы

1. В Зуевке прошел масштабный фестиваль экстремальных видов спорта «Донбасс Экстрим Фест». URL: <https://xn--h1aheehel.xn--placf/news/v-zuevke-proshel-masshtabnyy-festival-ekstremalnyh-vidov-sportadonbass-ekstrim-fest.html> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
2. Горные ходки: как развивается скалолазание и альпинизм в ДНР. URL: <https://vsednr.ru/gornye-xodoki-kak-razvivayutsya-skalolazanie-i-alpinizm-v-dnr> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
3. Самореализация личности средствами экстремального туристского досуга. URL: <https://naukarus.com/samorealizatsiya-lichnosti-sreds-tvami-ekstremalnogo-turistskogo-dosuga> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Валентина Григорьевна Шепилова, канд. экон. наук, зав. кафедрой туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Анастасия Олеговна Устинова, магистрант, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Valentina Grigorievna Shepilova, Candidate of Economics, Associate Professor, the Head of the Department of Tourism, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

Anastasia Olegovna Ustinova, Master Degree Student, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

УДК 338.48 (478.9)

Некоторые особенности развития спортивного туризма в Приднестровье

Михаил Порфирович Бурла¹, Ольга Николаевна Бурла²

^{1,2}*Приднестровский государственный университет, г. Тирасполь,
Приднестровье, Молдова*

В статье отражены роль и особенности спортивного туризма как фактора социально-экономического развития и формирования положительного имиджа Приднестровья во внешнем мире. Основное внимание уделено анализу влияния футбола на развитие активных и пассивных форм спортивного туризма. Дана оценка потенциала развития спортивного туризма в обозримой перспективе в условиях ухудшения геополитического и геоэкономического положения.

Ключевые слова: макроэкономическая динамика, спортивные федерации, спортивный туризм, стратегия развития, туристская аттрактивность

Some Features of the Sports Tourism Development in Pridnestrovie

Mikhail Porfirovich Burla¹, Olga Nikolaevna Burla²

^{1,2}*Pridnestrovian State University, Tiraspol, Pridnestrovie, Moldova*

The article reflects the role and features of sports tourism as a factor of socio-economic development and the formation of a positive image of Pridnestrovie in the outside world. The main attention is paid to the analysis of the influence of football on the development of active and passive forms of

sports tourism. The assessment of the potential for the development of sports tourism in the foreseeable future in the conditions of deterioration of the geopolitical and geo-economic situation is given.

Keywords: *macroeconomic dynamics, sports federations, sports tourism, development strategy, tourist attraction*

Стратегический замысел перспективного развития Приднестровской Молдавской Республики (Приднестровья) состоит в формировании в центре Европы высокоразвитой, эффективно функционирующей, самодостаточной по финансированию, открытой для научного, гуманитарного и делового общения территории устойчивого развития [1].

Сложившаяся на современном этапе ситуация в экономике Приднестровья представляется весьма сложной, о чем свидетельствует отсутствие положительной линейной динамики основных макроэкономических и социальных показателей [2; 3].

Среди перспективных секторов экономики, способных обеспечить устойчивое развитие Приднестровья, следует выделить туризм, который обладает значительным мультипликативным потенциалом. В республике получили развитие аграрный, анимационный, археологический, велосипедный, винный, водный, гастрономический, гериатрический, деловой, конфессиональный, лечебно-оздоровительный, медицинский, научный, познавательный, приключенческий, промышленный, сельский, событийный, спортивный, экологический и этнографический туризм [4].

Республика обладает существенным потенциалом для развития активных и пассивных форм спортивного туризма. Приоритетное положение спортивного и спортивно-событийного туризма отмечено в Государственной целевой программе «Поддержка и развитие туризма в ПМР на 2019–2026 гг.». В разделе 5.4 («Спортивный туризм») перечислены основные перспективные мероприятия: а) создание ассоциации спортивного туризма, включающей представителей спортивных учреждений, туристских организаций, профильных общественных объединений для совместного развития и продви-

жения инициатив в партнерстве с государством; б) разработку карты «Маршруты спортивного туризма Приднестровья» и внедрение ее в интерактивную информационную систему республики; в) спонсирование спортивных мероприятий туристской направленности; г) организацию спортивных мероприятий туристской направленности [4].

Спортсмены Приднестровья участвуют в международных соревнованиях по боксу, велосипедному и конному спорту, плаванию, академической гребле и гребле на байдарках и каноэ, легкой и тяжелой атлетике, силовому троеборью, стрельбе из лука, бейсболу, баскетболу, волейболу, гандболу, дзюдо, кикбоксингу, пауэрлифтингу, регби, футболу. Они выступают под флагами Молдовы, России, Украины, что обусловлено международной непризнанностью республики.

В Приднестровье функционируют специализированные органы, осуществляющие управление в области спорта, включая спортивный туризм, – Государственная служба по спорту, Республиканский центр олимпийской подготовки и 15 спортивных федераций (баскетбола, вейкбординга, волейбола, дзюдо и самбо, каратэ, кикбоксинга и муай-тай, конного спорта, пауэрлифтинга, рыболовного спорта, спортивно-бальных и современных танцев, спортивного танца, спортивного туризма, спортивной акробатики, футбола, художественной гимнастики).

В республике действуют около 50 учреждений спортивной направленности и более 300 универсальных и специализированных спортивных сооружений. В ведении муниципальных органов управления находятся около 30 СДЮШОР и ДЮСШ.

В Республиканский спортивный реестр включены 78 видов спорта, в том числе 27 олимпийских, 23 неолимпийских, 18 военно-прикладных и служебно-прикладных. Спортивное движение для людей с ограниченными возможностями здоровья представлено 8 видами спорта. Получили развитие 2 национальных вида спорта: борьба «трынтэ» и метание «буздугана».

Большинство крупных спортивных сооружений размещены в столице Приднестровья г. Тирасполе, а также в городах Бендеры, Рыбница, Дубоссары, Днестровск, Каменка, Слободзея и Григориополь.

Крупнейшим сооружением является спортивный комплекс «Шериф» в Тирасполе, в состав которого входят главная и малая арены, крытый стадион, жилой комплекс для футболистов клуба «Шериф», гостиничный комплекс, детская Академия футбола, реабилитационный центр, спортзал, плавательный бассейн с вышкой, восемь тренировочных полей, теннисный клуб, тренажерный зал и медицинский центр «Медин».

Главная футбольная арена вмещает более 13 300 зрителей. Она полностью соответствует требованиям УЕФА и позволяет проводить матчи международного уровня.

В феврале 2013 г. был открыт 50-метровый крытый бассейн, инфраструктура которого позволяет заниматься классическим плаванием, прыжками в воду, водным поло, подводным и синхронным плаванием. При плавательном бассейне действуют тренажерные залы, массажные и косметические кабинеты, йога, фитнес, аквааэробика.

С 1 июня 2015 г. введён в эксплуатацию комплекс крытых теннисных кортов, сертифицированных международной теннисной ассоциацией, что позволяет проводить на них соревнования международного уровня.

Наиболее распространенным видом спорта, как среди молодежи, так и среди взрослого населения Приднестровья является футбол. Его культивируют как любительские, так и профессиональные коллективы.

Наиболее титулованный футбольный клуб Приднестровья – тираспольский «Шериф», который является 20-кратным чемпионом и 10-кратным обладателем Кубка Молдавии, 7-кратным обладателем Суперкубка Молдавии, а также двукратным обладателем Кубка чемпионов СНГ.

Клуб был основан 4 апреля 1997 г. Его участие в турнирах международного уровня и достигнутые успехи являются главным фактором, влияющим на все формы активного (непосред-

ственное участие в соревнованиях) и пассивного (зрелищного и фан-туризм) спортивного туризма. Достижения клуба стимулируют развитие спортивно-оздоровительного туризма, способствуют вовлечению в занятие футболом значительного количества детей и молодежи.

Игры международного уровня ФК «Шериф» существенно повысили туристскую привлекательность Приднестровья и способствовали резкой интенсификации въездного спортивно-зрелищного туризма.

Ярким подтверждением этого являются матчи 2021 г., проведенные в Тирасполе, с такими грандами мирового футбола как «Реал» (Мадрид, Испания), «Интер» (Милан, Италия), Шахтер (Донецк, Украина). Эти матчи привлекли огромное количество зарубежных зрителей.

Существенно повлияли на развитие туризма и матчи, проведенные с перечисленными командами в Мадриде, Милане и Киеве, которые способствовали выездной спортивно-зрелищный туризм. Эти матчи посетили жители Приднестровья, включая спортсменов, лиц, сопровождающих команду, а также представители фан-клуба «Шериф». Приднестровский фан-клуб «Шериф» образовался весной 1998 г. на добровольной основе по инициативе молодых людей. За время своего существования фан-клуб объездил вслед за командой многие города стран дальнего зарубежья, СНГ и Молдовы.

На стадионе «Шериф» неоднократно проводились игры международного уровня, как с участием ФК «Шериф», так и сборной Республики Молдова. Например, в 2003 г. был проведен отборочный матч Лиги Европы между сборной Нидерландов и Молдовы, который привлек огромное количество зарубежных зрителей.

Перечисленные события не только стимулируют рост различных категорий спортивных туристов, но и способствуют узнаваемости и формированию положительного имиджа Приднестровья в зарубежном мире.

Деятельность клуба также способствует производству и изданию различных видов спортивного инвентаря, спортивной одежды, сувенирной, печатной, включая рекламную, и

иной продукции с атрибутикой клуба, которые представляют существенный интерес не только для населения республики, но и для въездных туристов.

Резюмируя изложенное, можно отметить, что Приднестровье обладает значительным потенциалом для развития различных видов пассивного и активного спортивного туризма.

Спортивный туризм следует рассматривать как вид спорта, как вид экономической деятельности и как инструмент формирования положительного имиджа Приднестровья во внешнем мире.

В 2020–2022 гг. развитие спортивного туризма в значительной степени сдерживалось пандемией, вызванной COVID-19, военно-политическими событиями на Украине и ухудшением геополитического положения Приднестровья. Эти факторы в значительной степени будут определять перспективные особенности развития спортивного туризма в республике.

Список литературы

1. Стратегия развития Приднестровской Молдавской Республики на 2019–2026 годы. Тирасполь, 2018. 88 с.
2. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (1990, 1995, 2000, 2005, 2010, 2014 гг.). Тирасполь: ГСС МЭР ПМР, 2015. 80 с.
3. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (2017–2021 гг.). Тирасполь: ГСС ПМР, 2022. 84 с.
4. Целевая государственная программа «Поддержка и развитие туризма в Приднестровской Молдавской Республике на 2019–2026 годы». URL: vspmr.org...pridnestrovskoy-moldavskoy...i...2019–2026 (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Михаил Порфирович Бурла, канд. геогр. наук, доцент, зав. НИЛ «Региональные исследования», Приднестровский государственный университет, г. Тирасполь, Приднестровская Молдавская Республика

Ольга Николаевна Бурла, старший преподаватель кафедры социально-экономической географии и регионоведения, Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко, г. Тирасполь, Приднестровская Молдавская Республика

Information about the authors

Mikhail Porfirovich Burla, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Head of the Research Laboratory “Regional Studies”, State educational Institution “Pridnestrovian state University named after T. G. Shevchenko”, Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic

Olga Nikolaevna Burla, Senior Lecturer, Department of Social and Economic Development Geography and Regional Studies, State educational Institution “Pridnestrovian state University named after T. G. Shevchenko”, Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic

УДК 796.524

Оценка уровня физиологического состояния туристов при подготовке к горному походу

Ксения Евгеньевна Нестерова

*Южно-Уральский государственный университет
(научно-исследовательский университет), г. Челябинск, Россия*

В статье представлены результаты измерений физиологического состояния туристов для того, чтобы проследить, как изменяется состояние организма и его подготовленность к горному походу. Показатели, по которым проводились измерения: артериальное давление, пульсоксиметрия (измерения содержания кислорода в крови), частота сердечных сокращений, пикфлоуметрия (мониторирование пиковой скорости выдоха), кистевая динамометрия (методика определения силы кисти).

Ключевые слова: физиологическое состояние туристов, спортивный туризм, горный поход

Assessment of the Level of the Physiological State of Tourists in Preparation for a Mountain Hike

Ksenia Evgenievna Nesterova

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “South Ural State University (Research University)”, Chelyabinsk, Russia

This article presents the results of measurements of the physiological state of tourists in order to track how the state of the body and its readiness for a mountain hike changes. Indicators used for measurements: blood pressure, pulse oximetry (measurement of oxygen content in the blood), heart rate, peak flow (monitoring of peak expiratory flow rate), carpal dynamometry (method for determining the strength of the hand).

Keywords: physiological state of tourists, sports tourism, mountain hiking

Актуальность. В настоящее время все большую популярность набирают занятия спортивным туризмом, в частности горным, среди туристов. Развитие горных школ способствует постепенной подготовке организма к нагрузкам схожим к нагрузкам в горном походе. Туристский поход является наиболее массовым и доступным средством физического воспитания [2]. В настоящее время недостаточно отражено влияния скальных занятий в рамках похода выходного дня при подготовке туристов к горному походу.

Цель исследования: выявить изменения физиологического состояния туристов после занятий по подготовке к горному походу.

Методы исследования: нами были проведены изучение литературных источников и интернет-ресурсов, измерения физиологического состояния, научное наблюдение, описание, сравнение результатов данных, эксперимент.

Результаты исследования. Экспериментальная проверка физиологического состояния проводилась среди туристов, прошедших горную школу ранее и тех, кто начал заниматься первый год. Всего в эксперименте приняло участие 24 человека. Измерения проводились в условиях двухдневного похода выходного дня перед и после скальных тренировок на Чашковском хребте на территории Миасского городского округа среди участников горной школы.

Ниже представлена сравнительная гистограмма по половозрастному составу участников эксперимента среди «новичков» и «опытных» туристов (см. рисунок).

Из сравнительной диаграммы видно, что средний возраст участников, проявляющих интерес к занятиям горным туризмом, составляет 36 лет. Количество женщин среди участников увеличилось на 75 %, а мужчин – уменьшилось на 40 %.



Состав участников эксперимента

Ниже (табл. 1–4) представлены данные измерений физиологического состояния туристов до и после двухдневных скальных тренировок.

Средства оценивания ожидаемых результатов: тонометр, пульсоксиметр, пикфлоуметр, динамометр кистевой.

Примечания:

Возраст – количество лет;

АД – артериальное давление (систолическое/диастолическое), (Н/м²);

Пульсоксиметрия – насыщение гемоглобина артериальной крови кислородом (сатурация – SpO₂), (%);

ЧСС – частота сердечных сокращений, (уд/мин);

ПСВ – пиковая скорость выдоха, (л/мин);

Динамометрия (кистевая) – измерение силы кисти (правая и левая), (Н).

Таблица 1

Показатели измерений мужчин нового набора

Участник	Возраст	АД	Пульсоксиметрия	ЧСС	ПСВ	Динамометрия	
						п	л
Новички М							
К. И. О.	33	147/82	98	83	675	50+	40
		141/76	99	75	645	50+	36
П. К. А.	35	127/73	98	72	570	50+	47
		112/68	99	74	520	50+	45

Окончание табл. 1

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Новички М							
С. С. И.	32	140/75	98	94	800+	40	35
		130/80	99	80	800+	38	32
С. К. О.	30	122/75	98	68	555	41	31
		125/85	99	86	490	43	32
Н. Т.	30	122/64	97	73	650	50	45
		125/75	99	65	600	50	43

По результатам измерений мужчин нового набора можно сделать вывод, что после скальной тренировки у большинства (60 %) прослеживается понижение АД, уменьшение ЧСС, уменьшение ПСВ, у всех незначительное уменьшение силы кистей, повышение содержания кислорода в крови.

Таблица 2

Показатели измерений женщин нового набора

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Новички Ж							
К. Р. Р.	57	133/79	97	74	375	25	20
		130/80	99	69	360	25	18
Д. Е. В.	33	94/60	99	61	450	27	18
		105/67	99	85	450	25	18
С. О. Г.	34	107/71	98	103	400	29	25
		112/70	99	89	380	29	25
З. А. И.	32	141/88	98	105	570	40	32
		135/80	99	90	570	38	32
В. А. Ю.	31	109/66	98	70	500	25	23
		107/68	99	68	480	25	29

Окончание табл. 2

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Новички Ж							
Н. К. Е.	23	124/77	99	57	450	30	21
		125/79	99	60	430	30	20
Ж. Д. В.	28	120/75	98	74	330	20	20
		120/73	99	69	310	20	20

У женщин нового набора АД изменилось незначительно, у 57 % понизилось, у 43 % – повысилось. Наблюдается уменьшение ЧСС, уменьшение ПСВ. Неизменными остались показатели силы кистей. Повысились показатели содержания кислорода в крови.

Таблица 3

Показатели измерений мужчин, имеющих опыт

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Опытные М							
Ж. Н. О.	37	154/88	98	77	650	50+	39
		126/82	99	73	630	44	50+
Б. А. Н.	37	127/76	98	59	745	41	40
		108/59	98	67	740	42	42
Л. А. В.	39	120/80	98	80	800+	45	40
		120/79	99	79	750	45	40
Н. С. А.	35	149/85	98	81	500	50+	45
		130/80	99	74	510	50+	45
Г. А. А.	36	125/69	98	80	550	45	40
		122/74	99	75	520	45	40
Г. Е. С.	43	145/82	97	68	600	50+	50+
		130/80	99	65	620	50+	50+

Окончание табл. 3

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Опытные М							
П. Д. А.	31	154/78	97	67	675	44	36
		140/80	99	70	650	45	35
Ф. С. Н.	44	120/79	99	71	650	50+	45
		120/80	99	65	620	50+	45

По результатам измерений мужчин, имеющих опыт, можно сделать вывод, что после скальной тренировки у всех наблюдается понижение АД. У большинства (75 %) – уменьшение ЧСС, уменьшение ПСВ. Неизменными остались показатели силы кистей. Повысились показатели содержания кислорода в крови.

Таблица 4

Показатели измерений женщин, имеющих опыт

Участник	Возраст	АД	Пульс- оксиметрия	ЧСС	ПСВ	Дина- мометрия	
						п	л
Опытные Ж							
Г. К. Р.	26	140/80	98	71	450	35	29
		120/72	99	85	540	32	31
У. М. А.	38	136/82	98	94	400	35	31
		128/87	98	87	400	35	31
С. Н. А.	30	118/75	98	98	400	27	28
		137/71	99	90	400	27	28
Р. А. В.	34	123/69	99	89	470	35	25
		120/75	99	85	460	35	25

У большинства женщин (75 %), имеющих опыт, после скальной тренировки прослеживается понижение АД. Наблю-

дается уменьшение ЧСС, уменьшение ПСВ. Неизменными остались показатели силы кистей. Повысились показатели содержания кислорода в крови.

Выводы. После проведенного исследования показателей физиологического состояния туристов и их изменения после двухдневной скальной тренировки мы выявили, что результаты стали лучше. У всех участников повысился уровень содержания кислорода в крови вследствие ночевки на открытом воздухе и физической нагрузки. Показатели артериального давления приблизились к типичному значению здорового человека в возрасте от 20 до 40 лет – 120/80 мм рт. ст. Показатели ЧСС во всех категориях стали ниже и приблизились к норме здорового человека в возрасте от 20 до 40 лет – от 60 до 80 уд/мин, что свидетельствует о тренированности и привыканию к физическим нагрузкам. Показатели ПСВ и кистевой динамометрии стали незначительно ниже по причине общей усталости организма, по данным показателям следует проводить измерения через более длительный период при условии постоянных занятий в горной школе.

Список литературы

1. Фазильянова А. Р., Набиуллин Р. Р. Уровень физической подготовленности студентов-туристов направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма. Казань, 2020. С. 415–418.
2. Харина Т. С. Показатели изучения функционального состояния туристов при прохождении водного маршрута // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма. Казань, 2020. С. 421–423.

Информация об авторе

Ксения Евгеньевна Нестерова, магистрант, Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет), г. Челябинск, Россия

Научный руководитель Ирина Александровна Фрейнкина, канд. пед. наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет), г. Челябинск, Россия

Information about the author

Ksenia Evgenievna Nesterova, Master Student, NRU “South Ural State University”, Chelyabinsk, Russia

Scientific adviser Irina Alexandrovna Freinkina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Tourism and Social and Cultural Services, NRU “South Ural State University”, Chelyabinsk, Russia

УДК 338.48

О некоторых проблемах и перспективах развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму

Дмитрий Валерьевич Смирнов¹,

Екатерина Владимировна Затолокина²

*^{1,2} Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)
Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского,
г. Севастополь, Россия*

В статье дана характеристика Республики Крым как перспективной зоны для развития лечебно-оздоровительного туризма. Посредством проведенного SWOT-анализа определены сильные и слабые стороны, выявлены потенциальные угрозы и определены перспективные возможности развития исследуемого вида туризма на полуострове. Также очерчены возможные перспективы совершенствования существующего рынка туристских услуг учреждений ЛОТ Республики Крым.

Ключевые слова: Крым, туризм, лечебно-оздоровительный туризм, туристские ресурсы, санаторно-курортное лечение

About Some Problems and Prospects of Development of Medical and Health Tourism in the Crimea

Dmitriy Valeryevich Smirnov¹,

Ekaterina Vladimirovna Zatolokina²

*^{1,2} Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch) V. I. Vernadsky
Crimean Federal University, Sevastopol, Russia*

This article describes the Republic of Crimea as a promising area for the development of health tourism. Through the conducted SWOT analysis, strengths and weaknesses were identified, potential threats were identified and promising opportunities for the development of the type of tourism under

study on the peninsula were identified. The possible prospects for improving the existing market of tourist services of the institutions of the LOT of the Republic of Crimea are also outlined.

Keywords: *Crimea, tourism, health and wellness tourism, tourist resources, sanatorium treatment*

Ряд работ отечественных специалистов посвящен анализу концептуальных подходов к изучению рынка лечебно-оздоровительного туризма (ЛОТ) и предоставляемых оздоровительных услуг на Крымском полуострове. К числу таких специалистов можно отнести в том числе Е. М. Андропова [1], А. И. Санина, О. Н. Краснову [5]. В их работах также рассмотрены перечень оздоровительных процедур и уровень комфорта пребывания туристов в лечебно-оздоровительных учреждениях Крыма. Авторы большинства работ сходятся во мнении, что в настоящее время данный вид туризма в Крыму не всегда соответствует международным стандартам качества и исправления сложившейся ситуации требуются значительные финансовые вложения, как из бюджета, так и за счет частных инвестиций.

Целью представляемой статьи является анализ ведущих направлений ЛОТ в Республике Крым. В статье охарактеризованы особенности туристско-рекреационной базы ведущих центров ЛОТ полуострова, выявлены потенциальные проблемы и сформулированы перспективы дальнейшего развития санаторно-оздоровительного комплекса Крыма.

Благодаря имеющимся ресурсам, туризм является важнейшей отраслью экономического комплекса Крыма. Имеющийся туристский потенциал благоприятствует развитию многих видов туризма – пляжно-купального, познавательного, спортивного и других.

Лечебно-оздоровительному туризму тут принадлежит одно из ведущих мест, так как он опирается на имеющиеся ресурсы целебного климата, ресурсы минеральных вод и лечебных грязей, фитонциды субтропических представителей флоры, теплое в летний период море. Все это формирует возможности для успешного развития ЛОТ.

Развитие ЛОТ, основной социальной задачей которого является оздоровление граждан нашей страны, относится к числу приоритетных направлений развития туристской сферы Российской Федерации. Крым, располагая всеми необходимыми условиями, относится к числу регионов страны, где ЛОТ является приоритетным направлением развития туризма.

К числу показаний для пребывания на крымских курортах относят заболевания и патологии системы органов дыхания (бронхиальная астма, бронхиты, туберкулез легких), системы органов пищеварения (язвы, колиты, гастродуодениты, панкреатиты), опорно-двигательного аппарата (ОДА; последствия травм, переломов костей и разрывов связок), сердечно-сосудистой системы (ССС; ишемическая болезнь сердца, пороки сердца, аритмия, сосудистые патологии) и т. д. [1].

Основными видами процедур на крымских курортах являются климатотерапия (уникальное сочетание мягкого климата с невысокой влажностью воздуха в летнее время и оптимальной высоты расположения над уровнем моря учреждений ЛОТ), талассотерапия (лечение морским климатом и купание в морской воде), бальнеотерапия (применение минеральных вод), пеллоидотерапия (лечение грязями), кинезотерапия (дозированные физические нагрузки, обусловленные особенностями рельефа), гелиотерапия и аэротерапия (солнечные и воздушные ванны), фитотерапия (вдыхание фитонцидов крымских растений).

Одним из важнейших и уникальных лечебных факторов крымской природы являются минеральные воды. В таблице 1 дана характеристика ресурсов лечебных минеральных вод в центрах ЛОТ, расположенных на территории Республики Крым (РК).

Таблица 1

**Бальнеологические ресурсы центров ЛОТ Крыма
(составлено авторами по материалам [1; 2])**

<i>Центры ЛОТ</i>	<i>Характеристика минеральных вод</i>	<i>Показания к применению минеральных вод</i>
Саки	воды гидрокарбонатно-хлоридные натриевого состава	Заболевания системы органов пищеварения

Центры ЛОТ	Характеристика минеральных вод	Показания к применению минеральных вод
Феодосия	воды сульфатно-хлоридного натриевого состава	Болезни обмена веществ (ожирение, сахарный диабет), заболевания ЖКТ гастриты с повышенной и нормальной кислотностью, панкреатит, колиты, холециститы)
Ялта, санаторий «Меллас»	воды сульфатно-гидрокарбонатного, кальциево-натриево-магниевого состава	Болезни ЖКТ
Керчь	сульфидные воды, имеются углекислые и йодобромные, воды со значительным содержанием сероводорода	Болезни ССС
Евпатория	минеральные воды, содержащие натрий, калий, магний, кальций, хлориды, сульфаты, гидрокарбонаты	Заболевания почек, ЖКТ, болезни обмена веществ
Белогорск	хлоридная кальциево-натриевая чёрная вода, с содержанием йода, брома, бора, лития, железа, марганца, стронция, ванадия, мышьяка, цинка, азота, метана, тяжелых углеводородов, углекислоты, сероводорода, аргона, ксенона, гелия, неона и других редких газов	Патологии ОДА (ревматизм, радикулит, ишиас, болезни суставов и связок, посттравматические состояния), трофические язвы, тромбофлебит, экзема и другие кожные заболевания
Бахчисарай	вода среднеминерализованная, сероводородная, хлоридно-натриево-кальциевая	Патологии ОДА (полиартрит, дистрофические и профессиональные артриты, облитерирующий эндартериит, остеохондроз позвоночника), язвы конечностей, гинекологические заболевания

<i>Центры ЛОТ</i>	<i>Характеристика минеральных вод</i>	<i>Показания к применению минеральных вод</i>
Старый Крым	вода содержит метан, азот, аргон, гелий, неон, ионы бора, йода, брома, лития, хлора, железа	Заболевания органов пищеварения (хронические гастриты, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки (без резкого обострения), заболевания органов мочевого выделения (хронические воспаления почек и мочевого пузыря, мочекаменная болезнь), нарушения обмена веществ

Если еще в советские годы подавляющее число туристов, приезжающих в Крым, стремилось на южное побережье, то в настоящее время до 40 % приезжающих в Крым туристов направляются в район западного побережья (города Евпатория и Саки, Сакский, Черноморский и Раздольненский районы), где существует уникальная возможность оптимально сочетать отдых (например, пляжно-купальный) с лечением. Существующие тут особенности микроклимата, месторождения лечебных минеральных вод и грязей, песчаные пляжи являются базой для функционирования значительного количества санаториев и пансионатов [4]. Стоит, однако, отметить, что применение лечебных факторов, включение туристов в лечебные программы, использование оздоровительных методик и техник должны быть клинически оправданы и целесообразны. В противном случае можно вместо пользы и оздоровления получить негативный эффект.

Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз дальнейшего развития ЛОТ в РК представлена в табл. 2.

Таблица 2

**SWOT-анализ перспектив развития ЛОТ в Республике Крым
(составлено по материалам [1; 3])**

<i>SWOT-анализ</i>	
Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> – РК обладает значительной базой для развития туризма и рекреации. – РК характеризуется мощным потенциалом для развития климатотерапии, талассотерапии, бальнеотерапии, пелоидотерапии. – Санаторно-оздоровительное лечение в РК приемлемо по своей ценовой политике, в значительной мере финансируется федеральным и местным бюджетами (социально ориентированное направление отдыха) 	<ul style="list-style-type: none"> – Преобладающая сезонность туристского потока, отсутствие возможности круглогодичного обслуживания туристов. – Дефицит финансов, направляемых на совершенствование и модернизацию оборудования. – Современное состояние значительного количества учреждений ЛОТ не соответствует мировым стандартам. – Недостаточно развитая инфраструктура. – Отсутствие принятой на государственном и региональном уровне стратегии продвижения Крыма в вопросах ЛОТ
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> – Наличие перспективных месторождений лечебных грязей и минеральных вод. – Наличие образовательной и производственной базы для подготовки высококвалифицированных кадров в сфере лечебно-оздоровительного туризма 	<ul style="list-style-type: none"> – Работа значительной части учреждений ЛОТ вне официального финансового и правового поля (потери бюджетов в виде налоговых отчислений). – Рост стоимости услуг ЛОТ, падение жизненного уровня населения и снижение его покупательской способности

Данная матрица SWOT-анализа демонстрирует примерный баланс сравниваемых показателей, что свидетельствует об относительно стабильных условиях для последующего развития лечебно-оздоровительных учреждений Республики Крым. Осознание слабых сторон и потенциальных рисков формирует возможность своевременного реагирования с целью предотвращения отрицательных последствий существующих

проблем. Проведенный SWOT-анализ позволяет определить направления оптимизации предоставляемых услуг для повышения их качества и конкурентоспособности, а также будет способствовать сокращению потенциальных внешних угроз.

Таким образом, РК характеризуется исключительно выгодными природно-климатическими ресурсами для функционирования ЛОТ. Посредством составления матрицы SWOT-анализа были установлены и охарактеризованы внутренние и внешние положительные и негативные стороны данного вида туризма, определен ряд потенциальных направлений развития ЛОТ региона в современных условиях. К числу таких направлений можно отнести:

1. Коренная перестройка и серьезная модернизация действующих учреждений ЛОТ. Обновление оборудования и инфраструктуры.

2. Создание на территории полуострова непрофильных медицинских центров. Такие центры уже открыты в ряде предприятий крымской индустрии гостеприимства. Сеть их необходимо расширять, что позволит диверсифицировать предложения оздоровительных программ и будет направлено на лечение различных заболеваний.

3. Изыскание новых источников и инструментов финансирования учреждений ЛОТ. Одним из возможных направлений продвижения в этом вопросе является государственно-частное партнерство с целью реализации перспективных проектов лечебно-оздоровительного туризма.

4. Формирование государственного подхода в вопросах продвижения лечебно-оздоровительного туризма полуострова. Проведение рекламных кампаний по популяризации возможностей Крыма в области ЛОТ.

Список литературы

1. Андропова Е. М. Анализ проблем и перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму // Туризм и гостеприимство в регионах. 2016. Т. 10, № 3. С. 92–102.

2. Знаменитые источники минеральной воды Крыма РИА Крым. URL: https://crimea.ria.ru/crimea_summer/20170914/1111945980.html (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.

3. Как развивается лечебный туризм в Крыму. URL: https://finance.rambler.ru/realty/38415163/?utm_content=rfinance&utm_medium=rea_d_mo re&utm_source=copylink (дата обращения: 16.09.2022). Текст: электронный.

4. Портрет крымского туриста сезона 2018 года. URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/p hp2ElyCf_1.pdf (дата обращения: 16.09.2022). Текст: электронный.

5. Санин А. Ю., Краснова О. Н. Перспективы развития Крыма как туристского региона // СЕРВИС PLUS. 2015. Т. 9, № 2. С. 52–62.

Информация об авторах

Дмитрий Валерьевич Смирнов, старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Севастополь, Россия

Екатерина Владимировна Затолокина, магистрант, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, г. Севастополь, Россия

Information about the authors

Dmitriy Valeryevich Smirnov, Senior Lecturer of the Department of Tourism, Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (Branch) of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Sevastopol, Russia

Ekaterina Vladimirovna Zatolokina, Student of the Master's Degree, Sevastopol Economic and Humanitarian Institute (branch) of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Sevastopol, Russia

УДК 338.48

Перспективы развития музыкального туризма в России

Вячеслав Юрьевич Иванов¹, Саяна Аюровна Батоева²

^{1,2} Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

В статье рассматриваются перспективы развития музыкального туризма в России. Музыкальный туризм – это один из самых недооценённых видов туризма на данный момент, который может стать хорошим инструментом для развития регионов. Авторы считают, что у данного вида туризма хорошие перспективы развития в России.

Ключевые слова: туризм, музыка, фестиваль, музыкальный туризм, путешествие, экскурсия, Россия

Prospects for the Development of Music Tourism in Russia

Vyacheslav Yurievich Ivanov¹, Sayana Ayurovna Batoeva²

^{1,2}Zabaikalsky State University, Chita, Russia

The article discusses the prospects for the development of music tourism in Russia. Music tourism is one of the most underestimated types of tourism at the moment, which can become a good tool for the development of regions. The authors believe that this type of tourism has good prospects for development in Russia.

Keywords: *tourism, music, festival, music tourism, travel, excursion, Russia*

Музыкальные поездки имеют давнюю историю. Ещё в 18 веке европейские графы и бароны съезжалась на концерты в страны и города, где жили и творили известные тогда композиторы и певцы. Звукозапись отсутствовала, а желание услышать и увидеть маэстро у людей было. Поэтому неудивительно, что именно в Европе зародился и начал быстро развиваться музыкальный туризм. За два века здесь было создано большое количество различных музыкальных арен, куда съезжаются сотни тысяч туристов со всего мира. Одним из таких самых популярных мест является рок-арена Гластонбери, основанная в 1970 г. Здесь выступали Джон Ленон, группы Queen, Led Zeppeлин и многие другие.

Анализ трудов различных авторов показывает, что большинство из них рассматривают понятие музыкального туризма в рамках событийного. Например, Е. Н. Маслак выделяет термин «музыкально-фестивальный туризм» и трактует его как «посещение масштабных концертов музыки на открытой площадке, на которой можно увидеть отдельные представления музыкальных коллективов и исполнителей различных жанров: рок, поп, фолк, джаз и связанные с ними жанры часто протяжённостью в несколько дней» [2].

В нашем же понимании музыкальный туризм – это не только поездки с целью посещения концертов и фестивалей, но и знакомство с местами рождения или творчества знаменитых музыкантов, а также экскурсии по таким учреждениям,

как филармония или консерватория. То есть, на наш взгляд, музыкальный туризм должен иметь более широкое трактование и развиваться как самостоятельное направление.

В России данный вид туризма только начинает набирать обороты. Анализ рынка музыкальных туров и экскурсий в нашей стране показал, что на сегодняшний день существует ограниченное количество предложений от туроператоров и турагентств. Например, туристам предлагается посетить крупные музыкальные фестивали («Дикая мята», «Ural music night», «Sensation», «VK fest» и другие), музыкально-тематические экскурсии «Казань музыкальная», «Музыкальный Екатеринбург» с посещением музея Высоцкого, а также музыкальные круизы под разводными мостами в Санкт-Петербурге.

Единственным туроператором, который занимается формированием музыкальных туров, является компания «Свои.Люди», и, как правило, это поездки на различные музыкальные события классической музыки или оперы в Европе, например, в Италии или Нидерландах.

Что касается анализа спроса, то согласно данным сервиса Word Stat, который показывает количество тех или иных запросов в поисковом браузере Яндекс, словосочетание «музыкально-фестивальный тур» в месяц ищут в среднем 626 человек, а «поездка на фестивали» – 375 [2].

В настоящее время развитие музыкального туризма актуально для России. Во-первых, он способствует воспитанию культуры и эстетики у молодого поколения. Детей можно приучать уже с детства, проводя для них общеобразовательные и развлекательные экскурсии по городскому дому культуры, филармонии, различным музыкальным домам коллективов.

Во-вторых, музыкальный туризм может стать инструментом формирования имиджа и продвижения города на туристическом рынке. Показательным является пример маленького населенного пункта Гластонбери в Великобритании, который, имея население всего 9 тысяч человек, стал главной ареной рок музыки всей Европы. Примером такого города в нашей стране является Санкт-Петербург, который имеет ста-

тус культурной столицы. Здесь родился и прожил всю свою жизнь великий композитор Д. Д. Шостакович, а также жил и творил не менее известный П. И. Чайковский, что делает Санкт-Петербург очень популярным направлением для музыкальных туристов.

В-третьих, музыкальный туризм может способствовать развитию экономики и инфраструктуры города или региона в целом с помощью привлечения государственных или частных средств.

Однако, несмотря на все преимущества музыкального туризма, его развитие в России сопряжено с рядом проблем:

1. Более низкий уровень организации музыкальных мероприятий по сравнению с Европой.

2. Незрелость инфраструктуры, недостаточная оснащенность некоторых музыкальных площадок.

3. Плохая информированность потенциальных туристов о предстоящих событиях. Туры и экскурсии по музыкальным местам предлагаются чаще всего локально, не рекламируются повсеместно. Информацию о них, как правило, можно узнать только обратившись в билетную кассу или напрямую к организаторам мероприятий. На туристических сайтах по типу «Go.ru» можно увидеть экскурсии только по музыкальным местам столицы.

4. Большинство поездок в другие города для посещения концертов и музыкальных фестивалей носят самостоятельный характер. Люди предпочитают самостоятельно организовать свое путешествие, не обращаясь к услугам туристических компаний.

Развитию музыкального туризма в России может способствовать принятие следующих мер:

- установление взаимовыгодного сотрудничества с региональными властями, предоставление финансирования тех или иных мероприятий поможет повысить уровень развития событийного туризма в регионе в целом;

- сотрудничество с организаторами некоторых мероприятий может помочь получить выгодные варианты размещения или билеты со скидкой для потенциальных туристов;

– сотрудничество со школами, колледжами и университетами может способствовать быстрому формированию групп туристов;

– создание благоприятных условий для разработки и продвижения новых турпродуктов в сфере музыкального туризма, учитывая географические, исторические, этнические особенности каждого региона и страны в целом;

– привлечение частных инвестиций для организации и оснащения различных музыкальных фестивалей [2].

Таким образом, музыкальный туризм – это один из перспективных видов туризма на данный момент. На наш взгляд, в нынешних политических и экономических условиях, когда приоритетным становится развитие внутреннего туризма, данный вид отдыха сможет приобрести популярность у отечественных туристов благодаря тому, что в нашей стране существует огромное количество уникальных музыкальных мест, всемирно известных композиторов, жанров, которые стоит увидеть, узнать, услышать и почувствовать.

Список литературы

1. Музыкальные прогулки по России. URL: <https://goru.travel/tours/muzykalnye-ekskursii> (дата обращения: 28.10.2022). Текст: электронный.

2. Маслак Е. Н. Проблемы и перспективы развития музыкально-фестивального туризма в России. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 28.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Вячеслав Юрьевич Иванов, студент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Саяна Аюровна Батоева, канд. ист. наук, доцент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about authors

Vyacheslav Yurievich Ivanov, Student, Zabaikalsky State University, Chita, Russia

Sayana Ayurovna Batoeva, Associate Professor, Zabaikalsky State University, Chita, Russia

Развитие экстремального туризма в малых и средних городах России

*Наталья Валентиновна Першина¹,
Саадат Ильхам кызы Маилова²*

^{1,2} Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

В статье рассматриваются особенности, проблемы развития экстремального туризма в малых и средних городах России. Приводятся результаты маркетинговых исследований сферы экстремального туризма в городах Азов и Тобольск. Авторы дают рекомендации относительно развития экстремального туризма в городах Азов и Тобольск.

***Ключевые слова:** малые и средние города, туризм, экстремальный туризм, маркетинговые исследования*

Development of extreme tourism in small and medium-sized cities of Russia

*Natalia Valentinovna Pershina¹,
Saadat Ilham gizi Mailova²*

^{1,2} Tyumen State University, Tyumen, Russia

The article examines the features, problems and recommendations for the development of extreme tourism in small and medium-sized cities of Russia. The results of marketing research of extreme tourism sphere in Azov and Tobolsk cities are given.

***Keywords:** small and medium-sized cities, tourism, extreme tourism, market research*

Малые и средние города России обладают значительным потенциалом для развития различных видов туризма. Малый город можно определить как город с небольшим числом жителей, характеризующийся ограниченностью имеющихся ресурсов, развивающихся отраслей экономики, инфраструктуры, отличающийся меньшей загрязненностью окружающей среды, невысоким ритмом жизни, шаговой доступностью объектов общего пользования [5]. Уникальные исторические, культурные, архитектурные, природные и другие ресурсы позволяют им развивать, в первую очередь, такие виды туризма, как культурно-познавательный, сельский, экологический,

охотничье – рыболовный, гастрономический, религиозный, событийный. Однако туристический потенциал малых и средних городов России, где проживает более 65 % населения, используется далеко не в полном объеме и недостаточно эффективно [2]. Расширение спектра предлагаемых в таких городах видов туризма и турпродуктов будет способствовать их экономическому развитию и росту благосостояния населения, а также является важным фактором обеспечения положительной динамики функционирования российской сферы туризма. Перспективным для этих городов может быть и экстремальный туризм.

Экстремальный туризм, по нашему мнению, можно определить как вид туризма, связанный с осуществлением различных активностей, с определенной степенью риска туристов, получением ими острых ощущений, требующий от них затрат физических сил и, часто, некоторой подготовки. К этому туризму относят множество водных (дайвинг, серфинг, виндсерфинг и др.), наземных (маунтинбайкинг, спелеология, Х-гонки и др.), горных (альпинизм, сноубординг, горные лыжи и др.), воздушных (прыжки с парашютом, скайсёрфинг, параплан и др.), а также экзотических (военный, тюремный, индастриал и др.) видов. Он тесно связан с активным, спортивным, приключенческим, экологическим туризмом. Рынок экстремального туризма – один из наиболее динамично развивающихся рынков, продукт которого разнообразен, разнороден и может заинтересовать туристов [3]. Однако для него характерны определенные трудности, связанные с большими затратами на приобретение специального оборудования, обеспечение безопасности туристов, необходимостью высококвалифицированных кадров. Это обуславливает и высокие цены на экстремальные туры.

В России этот вид туризма развит недостаточно. Перспективными для экстремального туризма являются Камчатка, Сахалин, Алтай, Урал, Кавказ, Краснодарский край, Крым и др. Но используются они на 7–15 % [1]. Его развитие в малых и средних российских городах связано с такими проблемами и особенностями, как небольшое разнообразие предлагаемых видов активностей, недостаток квалифицированных ка-

дров, ограниченность платежеспособного спроса населения и туристов на дорогие туры, развитие более дешевых видов экстремальных услуг, недостаточный уровень обеспечения безопасности, использования инструментов продвижения, финансовых возможностей турфирм.

Яркими представителями малых и средних городов России являются Азов и Тобольск. Они входят в ассоциацию малых туристских городов России. Азов – старейший исторический город Ростовской области, основанный в 1067 г. Главной его достопримечательностью являются сохранившиеся фрагменты Азовской крепости XVII в. В 2020 году город занял девятую строчку в рейтинге самых популярных среди туристов малых городов России. Объекты показа Азова включают 127 памятников (в т. ч. 15 федерального значения), 5 ансамблей ландшафтного искусства и архитектуры (в т. ч. 2 архитектурных ансамбля федерального значения), 37 достопримечательных мест (в т. ч. 2 памятника истории федерального значения). В нем действует 9 коллективных средств размещения и около 50 предприятий общественного питания, туристский информационный центр. Главным событийным мероприятием города является фестиваль военно-исторических клубов «Азовское осадное сидение 1641 г.» [4].

Тобольск – небольшой город, расположенный в Тюменской области на реке Иртыш. Основан в 1587 году. Он славится своими удивительными архитектурно-историческими памятниками, главный из которых – Тобольский кремль, единственный за Уралом. Всего в Тобольске на государственном учете находится 205 памятников, из них 35 объектов имеют федеральное значение. Популярностью пользуются проходящий в Тобольске международный фестиваль исторической реконструкции «Абалакское поле» и всероссийский музыкальный фестиваль «Лето в Тобольском Кремле». В 2019 г. в городе действовало 18 турфирм, 31 коллективное средство размещения, 102 предприятия общественного питания, 18 объектов музейного показа [6].

В результате проведения сравнительной характеристики состояния экстремального туризма в городах Тобольск и Азов

на основе анализа вторичной информации мы пришли к следующим выводам: количество видов экстремального туризма и экстремальных услуг в Азове больше, чем в Тобольске (это связано с удачным географическим расположением города на юге России, рядом с Азовским морем); число организаций, оказывающих услуги в области экстремального туризма, в обоих городах мало; в Азове в большей степени развиты летние виды экстремального туризма, а в Тобольске – зимние; по данным сайта TripAdvisor, качество услуг организаций, оказывающих услуги в области экстремального туризма, выше в Тобольске; количество туристов, приезжающих в город Азов в течение года, несколько больше, чем в Тобольске.

Для более подробной характеристики развития экстремального туризма в г. Тобольске мы провели анкетирование потенциальных туристов с использованием возможностей сервиса Google Формы. В результате проведенного нами опроса было выяснено, что респонденты плохо знают содержание и виды экстремального туризма; интересуются экстремальными турами, предпочитают горные и водные их виды; большая часть из них не участвовала в экстремальных турах; имеет очень небольшое представление об экстремальном туризме в Тобольске и считает, что данный вид туризма слабо развит в нем; изъявили желание поучаствовать в экстремальном туре по городу Тобольску и Тюменской области; предпочтительно он должен длиться менее одной недели, стоить 20 тыс. – 50 тыс. руб. и менее, включать полеты на парашюте, прыжки с парашютом и др.; проблемами, мешающими развитию экстремального туризма в городе, являются – недостаточное разнообразие природных ландшафтов, неблагоприятные погодные условия, недостаточное освещение его в средствах массовой информации и социальных сетях.

В результате проведенного маркетингового исследования мы сформулировали следующие рекомендации по развитию экстремального туризма в городах Азов и Тобольск: привлечение туристов путем проведения событийных мероприятий, связанных с экстремальным туризмом (фестивалей воздушных видов экстремального туризма «НебоФест»), спортивных соревнований, например, по паркуру, форумов, например,

«Молодежная культура и экстрим» и др.); развитие новых и экзотических видов экстремального туризма (кайтсерфинг, аквабайк, бокинг, фрибординг, джайлоо-туризм, индастриал, сталкерство и др.); разработка новых турпродуктов в области экзотического экстремального туризма («Тюремный тур», «Заброшенный Тобольск», «Выживший в тайге» и др.); включение в существующие культурно-познавательные туры, в том числе межрегиональные, экстрим активностей и др.

Список литературы

1. Волхонская Г. П., Мусахметова А. С. Экстремальный туризм России: история развития // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». 2016. № 1. С. 17–20.
2. Габдрахманов Н. К., Рубцов В. А. Специфика развития туризма в малых и средних городах России // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11, вып. 7. С. 55–64.
3. Логвина Е. В., Гребнев А. Н. Потенциал развития экстремального туризма в Крымском регионе // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (пгт Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2022 г.). Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2022. 436 с.
4. Администрация города Азова: [офиц. сайт]. URL: <http://gorodazov.ru/azov/turizm.html> (дата обращения: 20.10.2022). Текст: электронный.
5. Першина Н. В., Угрюмова С. В. Исследования туристской привлекательности малых российских городов // Актуальные проблемы развития туризма: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (11–12 марта 2019 г.). М., 2019. С. 254–258.
6. Портал культуры и туризма города Тобольска. URL: <http://www.kulturatob.ru> (дата обращения: 20.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Наталья Валентиновна Першина, канд. экон. наук, доцент кафедры истории, права, социально-экономических дисциплин и методик преподавания, Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

Saadat Ilham gizi Mailova, студент, Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

Information about the authors

Natalia Valentinovna Pershina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of History, Law, Socio-economic Disciplines and Teaching methods Department, Tyumen State University, Tyumen, Russia

Saadat Ilham gizi Mailova, Student, Tyumen State University, Tyumen, Russia

Велотуризм как отдых для души и тела

Алина Фаритовна Гареева

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Велотуризм – один из видов туризма, который предполагает наличие специальной физической подготовки для преодоления большого расстояния. Не каждый человек может осилить это, так как в велотуризме сочетаются тяжелые нагрузки вместе с отсутствием комфортных условий. Потенциальный турист, выбирая такой вид отдыха, должен осознанно сделать свой выбор, понимая все минусы и плюсы. При правильной подготовке и тщательном подборе маршрута велотуриста ожидают незабываемые моменты, впечатления, приобретенные в дороге.

Ключевые слова: велотуризм, велотурист, экспедиционный туризм, палатка, велосипед

Cycling as a Rest for the Soul and Body

Alina Faritovna Gareeva

Bashkir State University, Ufa, Russia

Cycling is one of the types of tourism that involves the presence of special physical training to overcome a long distance. Not everyone can master this, since cycling combines heavy loads together with the lack of comfortable conditions. A potential tourist, choosing this type of vacation, should consciously make his choice, understanding all the cons and pros. With proper preparation and careful selection of the route, the cyclist expects unforgettable moments, impressions acquired on the road.

Keywords: cycling, cycling, expedition tourism, tent, bicycle

Велотуризм – вид туризма, в котором важным средством передвижения по местам является велосипед [1]. Это понятие включает в себя как разновидность спортивного туризма, так и один из видов активного отдыха.

Велотуризм делится на экспедиционный, байкерский, спортивный.

Если рассматривать экспедиционный велосипедный туризм, то потенциальный турист может не только увидеть большое количество мест, которые не увидишь из окон экскурсионного автобуса, но и выбрать самостоятельно определенный участок сложности (ледовые поля, горы, замерзшие водоёмы) [4].

Особенностью такого туризма является то, что тяжелые нагрузки на велосипеде, непроходимые дороги сочетаются с отдыхом в палатке, горячей едой, приготовленной на костре. Такой вид туризма предполагает отсутствие комфортных условий [3], как в гостинице и в трансфере. Поэтому перед тем, как заняться велотуризмом, человек должен решить для себя, сможет ли он преодолевать расстояния по труднопроходимым путям, отказавшись от всех условий.

Путешествие станет удачным, если турист правильно подобрал велосипед. Например, конструкция дорожного велосипеда создана для езды с прямой спиной при отсутствии распределения веса на руль. Поэтому вне трассы с гравийным покрытием или при встрече с уклоном на пересеченной местности у велосипедных туристов возникают проблемы. Для разных видов отдыха подбирают байки с учетом технических характеристик: горные или гибридные.

У горных велосипедов высокая проходимость по бездорожью. Они предназначены как для городского туризма, так и для дальних путешествий. Гибридные – это объединение туристического и горного велосипеда с хорошей проходимостью, жестким режимом движения. Также необходимо учитывать надежность велосипеда, его вес, хорошие тормоза и многое другое.

Снаряжение в велотуризме, которое обязательно нужно брать всегда с собой:

- палатка, спальник;
- рюкзак для велотуриста;
- специальная одежда;
- запас воды и пищи;
- аптечка;
- карта;
- кухонные принадлежности;
- газовая горелка;
- котелок, топорик, спички;
- таблетки сухого горючего;
- насос, запасная камера, набор инструмента на случай ремонта велосипеда;

- сумка на руль;
- еда;
- дождевик, полиэтиленовая пленка.

Велотуризм позволяет каждому человеку выбрать подходящий для себя вариант отдыха и необходимого снаряжения, который принесет максимум пользы и удовольствия [2]. Можно попробовать каждый из видов и выбрать тот, что больше по душе, ведь все их объединяет одно – желание путешествовать и видеть что-то новое, необычное.

Список литературы

1. Ачкасов А. По горам, по полям // Спрос. 2010. № 7/8. С. 45–47.
2. Булгаков А. А., Бухвальд Е. Велосипедный туризм. М., 1998. 373 с.
3. Власов А. А. Велосипедный туризм. М., 1954. 243 с.
4. Любовицкий В. А. Велосипед для здоровья. М., 1983. 142 с.

Информация об авторе

Алина Фаритовна Гареева, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Научный руководитель Зульфия Анваровна Хамадеева, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георурбанистики и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Alina Faritovna Gareeva, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Scientific supervisor Zulfiya Anvarovna Khamadeeva, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Geo-Urban Studies and Economic Geography, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 338.48

Потенциал образовательного туризма в Российской Федерации

Юлия Александровна Киреева

*Российский государственный университет туризма и сервиса,
Московская область, г. о. Пушкинский, д. п. Черкизово, Россия*

Туризм является одной из самых успешных и обширных областей экономики. На протяжении многих столетий человек отводил путешествиям особую роль в своей жизни, будь то путешествия с целью

рекреации, оздоровления или торговли. В XXI веке все более популярным становится особый вид туризма – образовательный. Образовательный туризм интересен тем, что дает возможность совместить в одной поездке несколько целей, например: отдохнуть и пройти курсы повышения квалификации, познакомиться с новой страной и выучить язык, получить образование и посетить новые места. В статье рассматриваются исторические предпосылки развития образовательного туризма, а также определена актуальность данного вида туризма для РФ.

Ключевые слова: туризм, образовательный туризм, языково-образовательный тур

The Potential of Educational Tourism in the Russian Federation

Yulia Alexandrovna Kireeva

*Russian State University of Tourism and Service (“RGUTIS”)
Urban District Pushkinsky, Moscow Region, Russia*

Tourism is one of the most successful and extensive areas of the economy. For many centuries, people have given travel a special role in their lives, whether it is travel for the purpose of recreation, health improvement or trade. In the 21st century, a special type of tourism, educational tourism, is becoming more and more popular. Educational tourism is interesting because it makes it possible to combine several goals in one trip, for example: relax and take refresher courses, get to know a new country and learn a language, get an education and visit new places. The article discusses the historical prerequisites for the development of educational tourism, and also determines the relevance of this type of tourism for the Russian Federation.

Keywords: *tourism, educational tourism, language education tour*

В настоящее время вопросу организации и реализации образовательных туров уделяется все больше внимания, так как с течением прогресса у людей появилась возможность совмещать в одной поездке несколько целей: отдых, получение новых знаний и т. п.

Образовательный туризм сегодня – одно из наиболее динамично развивающихся направлений туристского бизнеса в мире. Нарастающий темп технологических социокультурных изменений стимулирует все больше людей к обучению в течение всей жизни. Важным направлением в этой сфере являются путешествия молодежи.

Предпосылки развития образовательного туризма в России наметились еще в XVII веке, во времена Петра I, который не только сам выезжал за границу с целью изучения судостроения, оружейного дела, и, налаживая дипломатические отношения, но и отсылал своих верноподданных за границу изучать различные мануфактуры, языки, государственный строй зарубежных стран и получать образование [1].

С течением времени, в XVIII–XIX веках русский человек все так же выезжал за пределы страны, с целью обучения, но доступно это было только для купечества, высших слоев населения, знати, императорской семьи.

XX век в целом отрицательно сказался не только на образовательном туризме, но и на всей отрасли. Такие события как смена политического режима, Гражданская война, Первая мировая война, Вторая мировая война, «железный занавес», холодная война, распад СССР и т. д., способствовали снижению популярности всей отрасли, а посещать западные страны с целью обучения было привилегией дипломатов и людей определенного положения. Для остальных слоев населения покидание страны несло в себе риски.

1990-е годы дали мощный толчок развитию всего туризма. А что до образовательного направления, то спустя 10 лет уже каждый студент, имеющий способности и минимальные финансовые возможности, мог обучаться в другой стране. Появились различные как индивидуальные, так и групповые языковые программы, появилась возможность посещать за неделю несколько городов и даже стран. Получение визы стало доступно не только людям, занимающим высокие посты, но и студентам, детям, взрослым, пожилым людям. Визовый режим стал значительно доступнее и проще, что отразилось на отрасли крайне положительным образом, ведь, например, в середине XX века, получить визу, не имея весомых причин пересечь границу, не представлялось возможным.

В конце XX века для образовательного туризма было характерно:

- появление туроператоров, специализирующихся на образовательном туризме;

- увеличение числа программ, ориентированных на студентов;
- появление на рынке комбинированных программ: образование + досуг.

На данный момент в Российском законодательстве понятия «образование» и «туристская деятельность» рассмотрены отдельно, но определения термину «образовательный туризм» не представлено.

Следует заметить, что для России термин «образование» содержит в себе систему глобальных процессов, влияющих на умы населения. В частности, для Российской Федерации актуальна проблема образования молодежи, как звена, формирующего не только индивидуальные мыслительные процессы, но и как основы общественного мнения по вопросам социальным, экономическим, политическим.

Формируют и продвигают образовательные туры туроператоры, специализирующиеся на образовательном туризме. Выделяют следующие виды образовательных туров [2]:

1. Языково-образовательные туры.
2. Спортивно-образовательные туры.
3. Профессиональное обучение (туры по повышению квалификации и туры по обучению менеджменту).

Языково-образовательные туры – самые популярные. Разрабатываются различные программы для детей, школьников, студентов, бизнесменов, специалистов, которым необходим иностранный язык для работы в своей сфере. Сегодня на рынке представлены самые разнообразные туристские программы с целью изучения языка как по продолжительности, так и насыщенности с точки зрения образования. Во многих программах есть оптимальная комбинация изучения иностранного языка с экскурсионной и развлекательной программой, уроками верховой езды и бальными танцами и т. д. Продолжительность языковых программ от 2-х недель до года.

Въездной образовательный туризм является важной составляющей международного сотрудничества и межкультурного взаимодействия между странами, а также одним из перспективных направлений для поддержания и развития

экономики России [3]. Наибольший интерес российский образовательный туризм представляет для туристов из азиатских, арабских и африканских стран.

РФ обладает хорошим потенциалом для развития образовательных туров в регионах: на территории страны расположены объекты культурного и исторического наследия, сконцентрированы уникальные природные и рекреационные ресурсы [4]. В крупных городах страны открываются языковые школы и кафедры в университетах, которые принимают иностранных студентов. Состояние и перспективы развития образовательного туризма в России позволяет определить SWOT-анализ (см. таблицу).

SWOT-анализ развития образовательного туризма в РФ

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none"> – наличие образовательной базы в стране – высокий природно-рекреационный потенциал – наличие исторических и культурных памятников – наличие различных климатических зон – значительные инвестиции в образовательную сферу 	<ul style="list-style-type: none"> – средний уровень развития туристской инфраструктуры в регионах – слабо развит «бренд россия» – в зарубежных странах – значительные проблемы с транспортной инфраструктурой – несовершенство законодательства – отсутствие отраслевой статистики
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none"> – создание рабочих мест для местного населения – привлечение иностранных учащихся – инвестирование в транспортную индустрию – рост дохода местного населения – экономическая стабильность 	<ul style="list-style-type: none"> – высокая конкуренция среди зарубежных туристских рынков – несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристскую отрасль – социально-экономическая и политическая дестабилизация – в стране

На основании SWOT-анализа сформулированы выводы:

- богатая история, культурное наследие, развитая туристская инфраструктура – эти и многие другие условия определяют перспективность и возможности развития образовательного туризма в нашей стране;

– разработка и внедрение новых образовательных программ с ориентацией на иностранных студентов поднимут рейтинг российских университетов на международном уровне.

Таким образом, развитие образовательного туризма в РФ – актуальное направление, т. к. развитие данного направления и его успешное поддержание может стать одной из потенциальных точек роста туристской сферы в России.

Список литературы

1. Бровко С. Б. Российский туризм в эпоху Петра I: основные направления развития // Транспорт: наука, образование, производство (Транспорт-2021): сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. (Ростов-на-Дону, 19–21 апреля 2021 г.). Ростов н/Д.: Ростовский гос. ун-т путей сообщения, 2021. С. 57–60.

2. Киреева Ю. А. Особенности разработки языково-обучающих туров для иностранных туристов // Проблемы и перспективы развития туризма: сборник материалов III Международного форума (Москва, 19–21 мая 2009 г.). М.: Российская международная академия туризма, 2009. С. 128–137.

3. Молокова Е. Л. К вопросу о теории и методологии исследований в сфере образовательного туризма // Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации: материалы III междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 27 апреля 2021 г.). Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2021. С. 31–34.

4. Чудновский А. Д. Образовательный туризм: проблемы и перспективы развития // Sochi Journal of Economy. 2021. Т. 15, № 2. С. 134–139.

Информация об авторе

Юлия Александровна Киреева, канд. пед. наук, доцент Высшей школы туризма и гостеприимства, Российский государственный университет туризма и сервиса, Московская область, г. о. Пушкинский, д. п. Черкизово, Россия

Information about the author

Yulia Alexandrovna Kireeva, Ph. D., Associate Professor, Associate Professor of the Higher School of Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Moscow Region, Urban District Pushkinsky, Russia

УДК 338.48;338.45

Проблемы организации конного туризма в Забайкальском крае

Ирина Алексеевна Габышева

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Статья раскрывает понятие конного туризма и значение конных прогулок для развития экологического туризма. Уделяется внимание современному состоянию конного туризма и организациям, которые занимаются организацией конных походов и экскурсий в Забайкальском крае. Выявлены проблемы организации конных походов и возможные пути их решения.

Ключевые слова: *конный туризм, конные прогулки, Забайкальский край, туризм*

Problems of Organization of Equestrian Tourism in the Zabaykalsky Region

Irina Alekseevna Gabysheva

TransBaikal State University, Russia

The article reveals the concept of equestrian tourism and the importance of horseback riding for the development of ecological tourism. Attention is paid to the current state of equestrian tourism and organizations that organize equestrian hikes and excursions in the Zabaykalsky krai. The problems of organizing horse-riding trips and possible ways to solve them are identified.

Keywords: *horse tourism, horseback riding, Zabaykalsky region, tourism*

Целью исследования данной статьи является выявление проблем организации конных прогулок в Забайкальском крае и поиск возможных решений этих проблем.

В Забайкалье издавна распространены традиции табунного коневодства. Огромные пространства пастбищных угодий, покрытых в изобилии степными травами, позволяли разводить здесь многочисленные табуны лошадей, не требующие больших затрат на их содержание. В настоящее время разведением племенных лошадей в Забайкальском крае занимается 11 сельхозпредприятий. Благодаря большому количеству природных ресурсов, ландшафтному и биологическому разнообразию, у Забайкальского края богатый потенциал для развития конно-

го туризма. Конный туризм обладает общими чертами экологического и активного туризма, так как подразумевает отказ от культа комфорта, использование дружественного природе транспорта и преодоление локальных и протяженных препятствий [1]. Большое разнообразие природных ландшафтов и природных объектов показа в Забайкальском крае позволяют выполнять рекреационную, оздоровительную, образовательную и спортивную функции конного туризма.

Конный туризм подразделяется на конно-полевые выезды и конные маршруты, и по способу передвижения подразделяются на верховую езду и езду в упряжке. Конно-полевые выезды подразумевают небольшие полевые прогулки в лесу или полях за пределами конюшни продолжительностью от 1 часа до 3 дней. Конные маршруты более продолжительны (от 4 дней и более) вне конюшни.

Верховая езда способствует профилактике болезней системы кровообращения, а также нарушений дыхательной и пищеварительной системах. Контакт с лошадью непосредственно влияет на психические процессы, нормализует состояние человека, он становится более спокойным, приобретая чувство умиротворенности. Конный спорт способствует физическому развитию, укреплению мышц, поднятию общего тонуса организма. Благодаря езде на лошади, сохраняется правильная осанка, качается пресс. Не обязательно быть опытным всадником, чтобы отправиться в поход верхом на лошади, но степень физической подготовки имеет важное значение [3].

Специфика конных прогулок заключается в том, что для участия в конных походах новичков необходима специальная подготовка туриста. Подготовка туриста заключается в умении обращаться с лошадью, знакомстве с амуницией, знании техники безопасности. За туристом закрепляется определенная лошадь и во время похода турист обладает большой самостоятельностью в принятии решений. Важно правильно рассчитывать свои силы и силы лошади, ориентироваться на новые, увеличенные габариты [2].

В организации конных прогулок следует учитывать ряд особенностей:

– хорошо обученная и здоровая лошадь. Для конных прогулок лошадь должна быть ориентирована на человека, быть дружелюбной как к людям, так и к лошадям, идущим в связке. У лошади не должно быть каких-либо потертостей и травм, которые мешали бы ее работоспособности;

– амуниция. Перед выходом на маршрут необходимо самостоятельно удостовериться в целостности снаряжения. Тщательно проверить исправность удили, поводьев, подпруг, путлиц и стремян. Исправная амуниция залог успешного похода;

– экипировка всадника. Главное условие – одежда не должна сковывать движения. Длинные штаны и гольфы предотвратят прямой контакт голени со сбруей и самим животным и защитят от клещей. Обувь подбирается с небольшим каблуком и рифленой подошвой для фиксации ноги в стремяни. Шлем для конных прогулок вещь незаменимая, но часто игнорируется. Индивидуальная аптечка так же является необходимым атрибутом;

– верховая езда в полевых условиях значительно отличается от езды в манеже [1]. Следует учитывать, что в полях риск непредвиденных ситуации возрастает.

Возрастных ограничений в обучении верховой езде нет, но детская верховая езда подходит для начала тренировок с 4–5 лет. Это оптимальный возраст для начала карьеры в конном спорте. Но для участия в конном походе принимаются люди любого возраста и степени подготовки в рамках разумного. Следует заметить, что в конном туризме есть риск травматизма. Травмы в большинстве случаев происходят из-за несоблюдения техники безопасности. Следует понимать, что выполнение строгих требований в общении с лошадей и амуницией уменьшает риск получения травм. Всю необходимую информацию предоставляет инструктор группы [Там же].

Во время туристского похода инструктор группы, кроме выполнения функций проводника, является наставником туристов во всем, что касается путешествия. Он несет юридическую ответственность за безопасность туристов, за сохранность конного поголовья, группового инвентаря, соблюдение правил охраны природы и т. д. Инструктор может организо-

вать физкультурные и культурно – массовые мероприятия. Важным навыком является умение оказать первую доврачебную и ветеринарную помощь [2].

В Забайкальском крае в качестве инструкторов в конных походах выступают опытные конники после специальной подготовки.

Организацией конных прогулок занимаются такие организации, как:

- конный клуб «Сокол» в селе Бургень. Проводит походы на весь день и ознакомительные походы на 2–3 часа, организацией детских походов на тележках;

- конный клуб «Пегас» в селе Бургень. Двухчасовые прогулки выходного дня по окрестностям села и более продолжительные прогулки в летнее и зимнее время;

- конный клуб «Белая грива». Проводит уроки по верховой езде, конные прогулки и предоставляет услуги фотосессии с лошадьми;

- ГУ Читинская государственная заводская конюшня с ипподромом им. Хосаена Хакимова. Основной вид деятельности – разведение и использование племенного материала, проведение испытаний для лошадей. На базе ипподрома работает прокат лошадей, предоставляются индивидуальные занятия по верховой езде и фотосессии;

- турклуб «Другая Жизнь», совместно с конным клубом «Пегас» устраивают походы выходного дня на лошадях по окрестностям села Бургень вблизи от Читы;

- мараловая ферма «Кутанга» предлагает прокат не только на лошадях, но и на квадроциклах и вездеходах.

Организация конных прогулок требует тщательной подготовки как в организации самого тура, так и в инструктаже новичков. Но существуют различные проблемы, которые осложняют популяризацию конного туризма на территории Забайкальского края.

Отсутствие квалифицированных инструкторов является частой проблемой в конном туризме. В качестве инструктора может выступать представитель конного спорта с большим опытом в верховой езде либо человек, для которого работа с животными – стиль жизни.

Неразвитость инфраструктуры. Специально разработанных конных маршрутов нет, прогулки осуществляются по дорогам и тропинкам. Также сложность заключается в общественном транспорте, хозяйства, занимающиеся конными прогулками, находясь за чертой города и компаний, организующих организованную перевозку туристов практически нет.

Отсутствие рекламы и популяризации конных походов и прогулок как способа активного времяпровождения. Отсюда вытекает другая проблема – это страх самих туристов перед лошадьми и участия в конных прогулках.

В качестве решения проблем можно создать карту конных маршрутов с указанием мест показа и привалов, а также сложностью маршрута. Установка указателей и табличек на туристских маршрутах. Введение курсов повышения квалификации инструкторов в сфере конного туризма на базах учебных учреждений. Активная работа в социальных сетях по продвижению конных прогулок, различные мастер-классы и полезная информация для начинающих туристов о пользе и правилах поведения туристов во время конных прогулок.

Список литературы

1. О конном туризме. URL: <https://www.equineturism.ru/index/okonnom-turizme/0-68> (дата обращения: 18.10.2022). Текст: электронный.
2. Ковальчук Н. А., Соколова Г. А. Конный туризм и особенности его организации. Текст: электронный // Научный вестник. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konnyu-turizm-i-osobennosti-ego-organizatsii/viewer> (дата обращения: 17.10.2022).
3. Питка Я. А. Социально-рекреационные возможности конного туризма. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-rekreatsionnye-vozmozhnosti-konnogo-turizma/viewer> (дата обращения: 17.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Ирина Алексеевна Габышева, студент, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Научный руководитель Ольга Александровна Лях, старший преподаватель, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about author

Irina Alekseevna Gabysheva, Student, Zabaikalsky State University, Chita, Russia

Scientific supervisor Olga Aleksandrovna Lyak, Senior Teacher, Zabaikalsky State University, Chita, Russia

УДК 338.48; 338.45

Событийный туризм как фактор развития туристического рынка

Дарья Олеговна Калашиникова

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

В статье рассмотрена динамика развития событийного туризма и приведена классификация видов событийного туризма.

***Ключевые слова:** событийный туризм, виды событийного туризма, современное состояние событийного туризма в России*

Event Tourism as a Factor of Tourist Market Development

Darya Olegovna Kalashnikova

Transbaikal State University, Chita, Russia

The article examines the dynamics of the development of event tourism and provides a classification of types of event tourism.

***Keywords:** event tourism, types of event tourism, the current state of event tourism in Russia*

В настоящий момент событийный туризм пользуется популярностью у десятков тысяч туристов со всего мира, так как этот вид туризма предполагает не только отдых в популярных странах, но также и принятие участие в знаковых событиях, того или иного народа.

Событийный туризм – направление сравнительно молодое и интересное. Основная цель поездки посвящена, к какому либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм – это непередаваемая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Термин «событийный туризм» впервые появился в 80-х годах в Европе. Тогда событийный туризм не выделялся как от-

дельное направление в туризме, а являлся частью таких направлений туризма, как приключенческий туризм, экологический туризм, гастрономический туризм и некоторых других.

Позднее он выделился и утвердился как отдельная отрасль туризма. Между тем введение событийного туризма произошло много веков назад – рыцарские турниры, гладиаторские бои, национальные праздники с народными гуляниями относятся именно к такому отдыху. Даже публичные казни, которые были столь популярны в средние века, являются одним из проявлений событийного туризма, ведь они притягивают сотни зрителей.

Е. А. Лакомов представляет событийный туризм как «туристскую деятельность, связанную с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» [3].

В настоящее время существует множество различных классификаций и критериев, по которым современные авторы структурируют события, происходящие в мире.

На территории СНГ одна из первых классификаций видов событийного туризма была предложена А. В. Бабкиным. В работе «Специальные виды туризма» он предложил два подхода к классификации видов событийного туризма. Первое, исходя из тематической направленности события и второе на основе его масштаба [2]. Также существует другая и классификация предложенная Е. А. Ламаковым разделяющая мероприятия по функциональной направленности [3]. В таблице 1 представлена основная классификация событийного туризма.

Таблица 1

Классификация событийного туризма

<i>Виды</i>	<i>Значение туризма</i>
По масштабу мероприятий	Региональные
	Национальные
	Международные (глобальные)

<i>Виды</i>	<i>Значение туризма</i>
По тематике события	Национальные фестивали и праздники
	Фестивали кино и театра
	Гастрономические фестивали
	Модные показы
	Фестивали музыки и музыкальные конкурсы
В зависимости от основной аудитории	Детские, юношеские, категорийные, всеобщие
Мероприятия по функциональной направленности	Конгрессный
	Фестивальный
	Спортивный
	Международные выставочные и ярмарочные мероприятия
	Познавательный

Следует сказать, что подобные мероприятия нацелены на общественные событийные туры, и туристами подобных мероприятий становятся люди разного достатка и возраста.

Если говорить о России, то событийный туризм начал развиваться в России не так давно. Отдельные направления событийного туризма получили развитие в советское время. Например, ежегодные парады на Красной площади в честь 1 и 9 мая съезжались миллионы граждан. Один из первых советских карнавалов в 1935 году собрал 120 тысяч участников. Дважды в РСФСР проводились Всемирные фестивалы молодежи и студентов. Фестиваль 1957 года собрал 34 000 человек из 131 стран мира и стал стимулом интереса иностранных туристов к СССР. Летние Олимпийские игры 1980 года также посетили туристы со всего мира. После распада СССР изменилась структура событийного туризма в России. Получили развитие направления, которые ранее не были развиты: гастрономические фестивали, ярмарки, исторические рекон-

струкции. Также событийные мероприятия, перестали, моно-
полюбно контролироваться государством и стали проводится,
негосударственными структурами, как в коммерческих, так и
в некоммерческих целях.

Туристический поток, привлеченный за счет событийно-
го туризма, в России составляет около 30 % и имеет большие
перспективы к увеличению.

Основными лидерами событийного туризма на террито-
рии России являются такие города как Москва и Санкт-Пете-
рбург, где проходит наибольшее количество культурно-массо-
вых событий.

В 2020 году только в Санкт-Петербурге прошло 770 фе-
стивалей. В Самарской области это направление является
ключевым, в Ростовской области доля событийного туризма
составляет 40 % во всей структуре туристической отрасли [2].

Событийный туризм популярен в России в ряде регионов,
которые представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Карта регионов России, где развит событийный туризм

Для малых городов России развитие событийного туриз-
ма дает возможность привлечь внимание федеральных и ре-
гиональных средств массовой информации и улучшить свой
имидж.

По тематическому критерию событийный туризм в России делится на: национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, аукционы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события, технические салоны. В таблице 2 представлена классификация событийных мероприятий в России.

Таблица 2

Виды событийного туризма в России

<i>Виды</i>	<i>Основные мероприятия</i>
Фестивали кино и театра	Московский международный кинофестиваль (Москва), «Кинотавр» (Сочи), «Золотая маска»
Фестивали музыки и музыкальные конкурсы	– Международный фестиваль искусств «Янтарное ожерелье» (Калининград); – Международный конкурс им. П. И. Чайковского; – Международный фестиваль русской классической музыки им. С. В. Рахманинова (Великий Новгород); – В 2009 году Россия принимала крупнейший музыкальный конкурс «Евровидение», который обеспечил значительный рост въездного туристического потока; – Праздник выпускников Алые паруса в Санкт-Петербурге
Гастрономические фестивали	– «Праздник корюшки» (Санкт-Петербург – ежегодно на праздник приходит около 50–80 тыс. зрителей); – «Праздник огурца» (Суздаль); – «Арбузный рай» (Тамань); – «Праздник сыра» (Барнаул)
Спортивные события	– Зимние Олимпийские игры 2014 (Сочи); – Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2016; – Чемпионат мира по футболу 2018 (паспорт болельщика оформили 843 тыс. чел.); – Этап чемпионата мира по водно-моторному спорту; – «Формула-1»;

<i>Виды</i>	<i>Основные мероприятия</i>
	– Также посещаемыми являются турниры по хоккею, футболу и теннису (Кубок Кремля); – Международный Байкальский фестиваль зимних игр «Зимниада»
Технические салоны	Международный авиационно-космический салон (пиковая посещаемость превышала 600 тыс. чел.)
Исторические и реконструкторские события	– Международный фестиваль исторических реконструкций «Времена и эпохи» (Москва); – «Поле Куликово» (Тульская область); – «День победы под Бородино» (Московская область); – 300-летие Санкт-Петербурга, 1000-летие Ярославля, 1150-летие Великого Новгорода
Деловые и выставочно-ярмарочные мероприятия	Центрами деловых и выставочно-ярмарочных мероприятий являются Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Пермь, Новосибирск

Таким образом, в последнее время возникают предпосылки к формированию этого сегмента и уже начал закладываться фундамент для разработки в стране индустрии событийного туризма, так как Россия обладает огромным туристическим потенциалом. Богатое культурно-историческое наследие и красота нашей природы является главным преимуществом среди, как и местных жителей, так и иностранцев.

Хотя на российском рынке предлагаются событийные туры, они значительно уступают мероприятиям конкурирующих стран по содержанию, масштабу, размеру финансирования и количеству мероприятий. Также, стоит отметить, что существует некое отличие в подходе нашей страны и стран зарубежья. В России не проводят мероприятий огромного масштаба, как это делают в зарубежных странах. Причин этому очень много: низкий уровень доходов, сложное социально-экономическое положение, неспособность государственных структур, занятых в сфере туризма, правильно использовать опыт более продвинутых стран в этом направлении и т. д.

Вследствие этого, в современной России существует достаточный туристский потенциал для развития событийного туризма и практически каждый город интересен своими культурными и спортивными событиями. Необходимо предлагать интересные программы, находить легенды и в рамках проведения фестивалей, создавать яркие события, которые смогут привлечь и местных жителей и туристов. Туроператорам следует обратить внимание не только на зарубежные мероприятия, но и на мероприятия, происходящие в регионах нашей страны.

Список литературы

1. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме. М.: ИНФРА-М, 2020. 214 с.
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. URL: https://tourlib.net/books_tourism/babkin.htm (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.
3. Лакомов Е. А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2013. 25 с.
4. Событийный туризм. URL: http://www.rostourunion.ru/vstuplenie_v_rst/sobytiynyy_turizm (дата обращения: 24.10.2022). Текст: электронный.

Информация об автор

Дарья Олеговна Калашиникова, магистрант, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Научный руководитель Виктория Валерьевна Лиханова, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры социокультурного туризма, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

Information about the author

Darya Olegovna Kalashnikova, master's student, Transbaikal State University, Chita, Russia

Scientific adviser Victoria Valeryevna Likhanova, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Tourism, Transbaikal State University, Chita, Russia

Детский и молодёжный туризм

УДК 338.48

Развитие детского и молодёжного туризма в Донецкой Народной Республике

*Анна Евгеньевна Щетинина¹,
Наталья Романовна Латипова²*

^{1,2} *Донецкая академия управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия*

В статье на основе рассмотрения ресурсов и предпосылок развития детского и молодёжного туризма в Донецкой Народной Республике обоснованы варианты реализации различных видов детского и молодёжного туризма.

Ключевые слова: *детский и молодёжный туризм, оздоровительный лагерь, экскурсия, развитие, Донецкая Народная Республика*

The Development of Child and Youth Tourism in the Donetsk People's Republic

*Anna Evgenievna Shchetinina¹,
Natalya Romanovna Latipova²*

^{1,2} *Donetsk Academy of Management and Public Administration under
the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia*

In the article, based on the examination of the resources and prerequisites for the development of child and youth tourism in the Donetsk People's Republic, options for the implementation of various types of child and youth tourism are substantiated.

Keywords: *child and youth tourism, health camp, excursion, development, the Donetsk People's Republic*

Детский и молодёжный туризм – это путешествия, отдых и экскурсии организованных групп детей в возрасте от 7 до 14 лет в сопровождении руководителя группы по туристическим маршрутам с учебными, познавательными, оздоровительными, спортивными и рекреационными целями.

Донецкая Народная Республика располагает ресурсами для организации детского и молодёжного спортивного туризма. Примером тому служит ЛРП «Зуевский», расположенный в 30 километрах от Донецка.

На территории ДНР возможно функционирование детских лагерей со спортивным уклоном (верховая езда, альпинизм, гольф, гимнастика, акробатика, плавание и другие виды спорта). Поездки в лагеря такого типа можно предоставлять в качестве поощрения от учебных заведений за отличную учёбу или спортивные достижения. Увлекательными для детей и подростков могут стать походы на велосипедах с маршрутами разной сложности.

Остаётся популярным ещё с советских времён отдых детей в санаториях, ведь санатории обладают хорошей лечебной базой и, как правило, обширной территорией. По данным за 2016 г. на территории ДНР функционируют всего два детских санатория.

Донецкая Народная Республика имеет выход на Азовское побережье, поэтому можно с уверенностью сказать, что Республика обладает достаточными ресурсами для организации рекреационного туризма. В ДНР возможно функционирование детских лагерей с ориентацией на универсальные общеукрепляющие оздоровительные программы, которые будут подходить для всех детей. В лагерях можно организовывать занятия по йоге, аквааэробике, практиковать здоровое питание и активный отдых на природе. Реклама с социальных сетей, экологически чистая местность и запоминающееся название будут мотивировать родителей отправлять детей в подобные учреждения.

В ДНР находится примерно 140 музеев и музейных комнат. Можно продумать и организовать туры выходного дня для детей школьного возраста по достопримечательностям и музеям г. Донецк. Пример маршрута: Донецкий областной художе-

ственный музей – Донецкий ботанический сад – Парк кованых фигур города Донецка – Донецкий областной краеведческий музей – Военно-исторический музей Великой Отечественной войны. Для данного тура будет необходима аренда автобуса, бронь номеров в одном из отелей или гостиниц г. Донецк, а также организация питания. Наличие гида или просто сопровождающего, знающего интересные факты и увлекательные истории, сделает данную экскурсию намного ярче. Для данного тура будет необходима аренда автобуса, бронирование номеров в одной из гостиниц г. Донецк и организация питания.

В ДНР часто проходят различные мастер-классы в Донецком республиканском художественном музее, что будет интересным для детей, интересующихся творчеством, поэтому можно уделить больше внимания организации поездок на подобные мероприятия от школ. Также актуальным для детей подросткового возраста будет проведение ознакомительных поездок в учебные заведения с целью профориентации.

В Донецкой Народной Республике возможно реализовать идею открытия лагеря с углублённым изучением иностранного языка либо другого специального предмета.

Существует такая форма экотуризма, как проведение детских лагерных смен на территории заповедников. На территории ДНР расположено несколько заповедников: Донецкий кряж, Кальмиусский заповедник, Каменные могилы, Меловая флора, Святогорский государственный историко-архитектурный заповедник, Хомутовская степь. Организация детского экологического туризма на территории Республики осуществима. Можно продумать и организовать поездки на природу во время школьных каникул или в выходные дни. Экотуризм будет осуществляться с познавательными целями и пользой для здоровья.

Водный туризм приносит пользу для здоровья и способствует физическому развитию. Как для детей младшего школьного возраста, так и для подростков водный туризм станет желанным и интересным видом активного отдыха. В ДНР можно реализовывать организованные сплавы на байдарках для детей разных возрастов. Для данного вида туризма подхо-

дят р. Крынка в Зуевке, река Кальмиус, сёла Придорожное и Благодатное. Поездки можно организовывать с родителями в выходные дни или во время каникул, воспользовавшись услугами заказа автобуса или коммунальным транспортом. Важно будет наличие медицинского работника.

Донецкая Народная Республика располагает всеми необходимыми ресурсами для активного развития детского и молодёжного туризма. Выход на побережье Азовского моря, экологически чистые территории и заповедники, большое количество музеев, памятников архитектуры и парков являются отличной платформой для популяризации и организации детского туризма по всей территории Республики.

Список литературы

1. Овчаренко Л. А., Кириенко О. Э., Дубровская Н. И. Развитие внутреннего туризма в РФ как фактор укрепления региональной и национальной экономики: экспертная оценка и прогнозы // Сборник научных работ серии «Экономика». Донецк: ВПО «ДОНАУИГС», 2022. Вып. 26. С. 202–213.

2. Овчаренко Л. А. Комплексная оценка природного рекреационного потенциала Донецкой Народной Республики // Ландшафтные и экологические исследования природных и антропогенных геосистем: материалы IV Общероссийской (с международным участием) науч.-практ. конф. (заочной), посвященной 85-летию высшего географического образования в Тамбовской области. Тамбов: ИД «Державинский», 2022. С. 318–325.

Информация об авторах

Анна Евгеньевна Щетинина, старший преподаватель кафедры туризма, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Наталья Романовна Латипова, студент, Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, Россия

Information about the authors

Anna Evgenievna Schetinina, Senior Teacher of the Department of Tourism, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

Natalya Romanovna Latipova, Student, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk, Russia

УДК 379.852

Перспективы развития образовательного туризма в Кузбассе

Вера Алексеевна Куликова¹, Виктория Леонидовна Погодина²

*^{1,2} Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия*

Обсуждаются проблемы организации в России образовательных туров. Характеризуются предпосылки, современное состояние и перспективы организации образовательных экскурсий. Рассматриваются перспективы развития образовательного туризма на территории Кузбасса. Уделено внимание специфике региона для проведения в нем полевых практик для студенческих групп из других регионов.

***Ключевые слова:** образовательный туризм, образовательные экскурсии, школьный туризм, молодежный туризм, студенческий туризм, полевая практика, Кузбасс*

Prospects for the Educational Tourism Development in Kuzbass

Vera Alekseevna Kulikova¹, Victoria Leonidovna Pogodina²

*^{1,2} St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
St. Petersburg, Russia*

This article discusses the prospects for the development of educational tourism in Kuzbass. The current situation of organizing school tourism in the region is characterized, as well as the prerequisites and prospects for organizing educational excursions combined with field practice for student groups from other regions.

***Keywords:** educational tourism, educational excursions, school tourism, youth tourism, student tourism, field practice, Kuzbass*

Общепринятого определения понятия «образовательный туризм» в законодательстве Российской Федерации нет. Данный термин обычно рассматривается как производное от таких признанных понятий как «познавательный», «культурный» или даже «научно-экскурсионный» туризм. Наиболее точной, на наш взгляд, является трактовка образовательного путешествия как познавательного тура, совершаемого с целью выполнения задач (учебных и воспитательных), определенных программами образовательных учреждений [5]. Следо-

вательно, важнейший критерий, позволяющий трактовать тур как образовательный, – формирование и развитие компетенций обучающихся, определенных образовательным стандартом (программой). Поскольку образовательное воздействие на обучающегося представляет собой единый процесс, складывающийся из учебных и воспитательных действий, то и экскурсионно-познавательные туристские программы могут быть отнесены к разряду образовательных (невозможно представить туристскую поездку для обучающихся, в которой одновременно не ставятся и не решаются воспитательные задачи, наравне с учебными).

Поскольку организация образовательных поездок имеет ряд особенностей, актуален вопрос о том, кто может и должен выступать турлидером, гидом, экскурсоводом в образовательном туре. Признано всеми, что специалисты-организаторы должны быть хорошо осведомлены о специфике обучения, о требованиях, предъявляемых к учебной дисциплине (предмету) образовательными стандартами. Как известно, в крупных центрах туризма России в настоящее время активно идет компания по аттестации и лицензированию экскурсоводов. С другой стороны, школьным учителям рекомендуется самим разрабатывать программы и технологии образовательных поездок. Вопросы, которые требуют решения:

1. Способны ли педагоги сами организовывать образовательные туры для своих обучающихся и проводить для них экскурсии?

2. Достаточны ли компетентны экскурсоводы, не имеющие педагогического образования, для организации и проведения образовательных поездок (походов) школьников, а тем более студентов?

На территории Кузбасса в рамках Всероссийского проекта «1000 маршрутов» работает Кузбасский центр детского и юношеского туризма и экскурсий [2]. В рамках проекта для школьников организуются: летний отдых, спортивный туризм (в том числе спортивное ориентирование), МКК и турпоходы, работает Академия туризма (организуются геологические экспедиции и пр.). На базе Центра действует маршрут-

но-квалификационная комиссия, состоящая из опытных педагогов и специалистов в сфере туризма из крупных городов региона. Экскурсии, предлагаемые Центром, рекомендованы методистами к использованию в учебном и воспитательном процессе. Из наиболее популярных направлений отметим: обзорные экскурсии по Кемерово (с посещением главных музеев города); посещение музеев при областных вузах (Планетарий КемГУ, Музей Археологии, этнографии и экологии Сибири КемГУ, Геологический музей КузГТУ; посещение областных музеев-заповедников («Красная горка», «Томская писаница»).

Активно работает со школьными группами ГАУ ДО «Детский оздоровительно-образовательный центр «Сибирская сказка» в п. Костенково (Новокузнецкий район) [4]. Центр ежегодно принимает областные туристско-краеведческие профильные смены, слеты, спортивные и научные соревнования, научные конференции. Учащиеся выполняют учебные проекты, осваивают базовые краеведческие знания, обучаются ориентированию на местности.

Также для школьников в регионе запущен масштабный проект «Юный турист Кузбасса» [1], призванный реализовать мощный воспитательно-образовательный потенциал региона. В рамках проекта дети и молодежь посещают знаковые туристские места Кузбасса, совмещая с интерактивом – мобильное приложение с заданиями, QR-кодами, квестами и игровой составляющей. Среди направлений: музей-заповедник «Кузнецкая Крепость» (с обязательным посещением музея Ф. М. Достоевского); монумент «Память Шахтерам Кузбасса» (с обязательным посещением музея-заповедника «Красная горка»); скульптура «Золотая Шория» (с посещением музея этнографии и природы Горной Шории); музей-заповедник «Томская писаница»; район Поднебесных Зубьев; музей шахтерской славы Кольчугинского рудника в г. Ленинск-Кузнецкий (с посещением музея истории крестьянского быта с. Красное); г. Мариинск (с посещением Шестаковского археологического комплекса); г. Гурьевск (с посещением этнографического комплекса «Чолкой»).

Проведя анализ основных предложений по организации детско-юношеских образовательных экскурсий в кузбасских музеях, можно рекомендовать использовать такую практику, как прохождение квестов с использованием печатных школьных тетрадей (как, например, в проекте «Детские дни», г. Санкт-Петербург [3]). В подобных «экскурсионных дневниках» включают раздел с познавательной информацией об объектах посещения, квест-задания (тест, задания на размышление, творческие и пр.), раздел с пометками и отзывом учащегося и др. Метод письменного написания позволит надежно закрепить полученные знания у учащихся, также печатная тетрадь останется как вещественное напоминание об экскурсии, к пометкам которой можно всегда вернуться (в отличие от приложения, которое впоследствии удаляется и не фиксирует знания).

На территории Кузбасса традиционно организуются и проводятся учебные (нередко именуемые полевые) практики для студентов вузов, получающих подготовку по различным направлениям. Обучающиеся по направлению подготовки «География», «Экология», «Природопользование» могут посетить в Кузбассе природные памятники федерального, регионального и местного значения. Наиболее ценные (17) получили статус особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Среди них национальный парк «Шорский», заповедник «Кузнецкий Алатау», музей-заповедник «Томская писаница», памятник природы «Липовая роща», Салаирский кряж и др. Для специалистов-геологов Кузбасс ценен тектоническим сложением: с начала палеозоя в результате активного магматизма здесь появились островные структуры на месте Горной Шории, Салаира и Кузнецкого Алатау. Для практической подготовки специалистов разной направленности уникален полигон на Шестаковском яре (Тисульский район), где обнаружены останки динозавров.

Природа Кузбасса богата: здесь и альпийские разноцветные луга, и обширные горные каменистые тундры, хвойные леса с редчайшими растениями. По Кемеровской области проходит меридиональный биогеографический рубеж – зона контакта западносибирской и восточносибирской флоры и фауны, аттрактивная для специалистов-биологов и экологов.

На базе природных ресурсов региона студенты-кузбасовцы естественно-научных направлений ежегодно участвуют в исследовательских экспедициях в родном краю. В ходе написания научной статьи было взято интервью у руководства кафедры геологии и географии КемГУ на тему перспектив сотрудничества учебного заведения с коллегами из регионов. Выяснилось, что приоритетными направлениями для проведения полевых практик в Кузбассе являются: Кузнецкий Алатау, Горная Шория, Кемеровский район (пос. Березово, д. Журавлево), Тисульский район, Таштагольский район, Чебулинский район (д. Шестаково), Крапивинский район. КемГУ заинтересован в расширении научных связей как с вузами других регионов, так и иностранными учебными заведениями. Однако пока у университета нет своей базы для проведения практик, что затрудняет прием студенческих групп из других регионов.

Кузбасс располагает развитой сетью уникальных природных и культурных объектов, на основе которых можно проектировать образовательные туры как для школьников, так и студентов. В регионе образовательному туризму уделяется серьезное внимание, действует целый ряд региональных программ по его развитию. Следует развивать межрегиональное сотрудничество вузов, в том числе при решении вопросов об организации полевых практик. Являясь историческим и современным научно-промышленным районом страны, а также территорией, располагающей уникальным природным и культурным ресурсным туристским потенциалом, Кузбасс способен и должен занять достойное место в рейтинге районов образовательного туризма России.

Список литературы

1. Долгова В. И. Проект «Юный турист Кузбасса» в контексте стратегии развития туризма Кемеровской области // Теория и практика стратегирования. Кемерово, 2021. С. 114–117.
2. Кузбасский центр детского и юношеского туризма и экскурсий. Реестр школьных маршрутов в рамках Всероссийского проекта 1000 маршрутов. URL: http://kuztur42.narod.ru/temp_1000.htm (дата обращения: 10.10.2022). Текст: электронный.

3. Проект «Детские дни». URL: <https://www.museum12345.ru/festival/kak-ustroena-programma> (дата обращения: 10.10.2022). Текст: электронный.

4. Селиванова Л. П., Романова Н. М. Региональные практики в сфере детского туризма // Актуальные вопросы состояния и развития детско-юношеского и спортивно-оздоровительного туризма. Киров, 2019. С. 51–55.

5. Соломин В. П., Погодина В. Л. Современное состояние и перспективы развития образовательного туризма в России. Текст: электронный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. № 30. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 10.10.2022).

Информация об авторах

Вера Алексеевна Куликова, студент, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

Виктория Леонидовна Погодина, канд. геогр. наук, доктор педагогических наук, профессор кафедры туристского бизнеса, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the authors

Vera Alekseevna Kulikova, Student, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

Victoria Leonidovna Pogodina, Candidate of Geographical Sciences, Doctor of Pedagogy, Professor of the Department of Tourism Business, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

УДК 371.233

Особенности детского туризма в Республике Башкортостан

Камила Сериковна Умаргалиева

Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Детский туризм – один из видов туризма, который направлен непосредственно на определенную группу людей в возрасте от 7 до 14 лет в сопровождении руководителя этой группы. Чтобы возродить детский туризм, в 2022 году в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» была выделена сумма, благодаря которой

школьники Башкирии вместе с их руководителями смогли путешествовать на протяжении двух дней абсолютно бесплатно. Дети узнали много нового о природе родного края, увидели большое количество достопримечательностей, памятников, необыкновенную природу.

Ключевые слова: *детский туризм, трансфер, национальный проект, школьники*

Features of Children's Tourism in the Republic of Bashkortostan

Kamila Serikovna Umargalieva

Bashkir State University, Ufa, Russia

Children's tourism is one of the types of tourism that is aimed directly at a certain group of people aged 7 to 14 years, accompanied by the head of this group. In order to revive children's tourism, in 2022, within the framework of the national project "Tourism and the Hospitality Industry", an amount was allocated, thanks to which Bashkiria schoolchildren together with their leaders were able to travel for 2 days absolutely free of charge. The children learned a lot about the nature of their native land, saw a large number of sights, monuments, and extraordinary nature.

Keywords: *children's tourism, transfer, national project, schoolchildren*

Детский туризм – это путешествия организованной группы детей в возрасте от 7 до 14 лет в сопровождении руководителя группы [4].

В настоящее время активно начал развиваться детский туризм. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в Республике Башкортостан были выделены из федерального бюджета 55,5 млн рублей на реализацию проекта, дополнительно республика выделила 22,2 млн рублей. Благодаря этому проекту, большое количество детей возраста, живущих на территории республики, смогли посетить интересные места и увидеть большое количество достопримечательностей.

До этого времени дети могли также путешествовать со школой, но это стоило больших денег, времени и сил. Благодаря такой возможности в рамках национального проекта, все дети и их руководители могут отдыхать на протяжении двух дней в определенном месте абсолютно бесплатно [1].

Какие еще есть особенности детского туризма? Дети узнают много нового о природе родного края, видят большое количество достопримечательностей, памятников, необыкновенную природу [3]. Всё это помогает им развить своё мировоззрение, отдохнуть от школьной жизни и насладиться моментом отдыха. Иногда это действительно необходимо детям. Необходимость обуславливается тем, что современные подростки все больше сидят дома, долгое время находятся в социальных сетях и редко общаются вживую, без гаджетов. Из-за этого страдают зрение, навыки коммуникации, социализации и т. д. [2].

Основные места, которые посетили дети, были: г. Уфа (для детей из районов Башкирии), Успенский Свято-Георгиевский мужской монастырь в Благовещенском районе, Красный ключ и Павловская ГЭС в Нуримановском районе, село Тикеево в Иглинском районе и многое другое.

На протяжении всего путешествия с детьми находились сопровождающие от школы (классные руководители), сопровождающие от туристической компании, медицинский работник.

Детский туризм – один из самых массовых видов туризма. Он представлен экскурсиями для школьников, познавательными и рекреационными детскими турами, оздоровлением и отдыхом в детских лагерях. Его основным принципом является обеспечение качественного отдыха и обеспечение безопасности ребенка во время всего путешествия. Перед российским государством и обществом сегодня стоят первоочередные задачи вернуть молодому поколению прекрасный мир детского туризма и развивать его во всех формах и видах.

Список литературы

1. Богданова С. Подари детям каникулы // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2003. № 4.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Питер, 2002.
3. Воронкова Л. П. История туризма: учеб. пособие. Воронеж: МОДЭК, 2001.
4. Сонина М. М. Все секреты детского туризма. М.: Тревел Эксперт. 2008.

Информация об авторе

Камила Сериковна Умаргалиева, студент, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Научный руководитель Зульфия Анваровна Хамадеева, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георбанистики и экономической географии, Башкирский государственный университет, г. Уфа, Россия

Information about the author

Kamila Serikovna Umargalieva, Student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Scientific supervisor Zulfiya Anvarovna Khamadeeva, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Geo-Urban Studies and Economic Geography, Bashkir State University, Ufa, Russia

УДК 338.48; 379.85, 332.1

Развитие молодежного туризма на Соловецком архипелаге

Анастасия Юрьевна Миронова

*Санкт-Петербургский университет технологий управления
и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия*

Рассматриваются возможности развития молодежного туризма на Соловецких островах. Анализируется опрос молодежи о привлекательности данного направления. Предложен вариант организации досуга для повышения attractiveness Соловецких островов для молодых туристов. Определены перспективы развития острова как объекта туристической рекреации.

Ключевые слова: Соловки, Соловецкие острова, Русский Север, молодежь, молодежный туризм, путешествие, тур, экскурсия

Development of Youth Tourism in the Solovetsky Archipelago

Anastasia Yurievna Mironova

*Saint-Petersburg University of Management Technologies
and Economics, Saint Petersburg, Russia*

The possibilities of the development of youth tourism on the Solovetsky Islands are considered. A survey of young people about the attractiveness of this direction is analyzed. A variant of leisure organization is proposed to

increase the attractiveness of the Solovetsky Islands for young tourists. The prospects for the development of the island as an object of tourist recreation are determined.

Keywords: *Solovki, Solovetsky Islands, Russian North, youth, youth tourism, travel, tour, excursion*

Развитие молодежного туризма рассматривается в России как важное и перспективное. В стране проживает 38 321 153 чел. в возрасте от 14 до 35 лет по данным на 1 января 2022 г. [1]. Молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания нового, приобретение опыта и проведения досуга. Подавляющая часть молодежи выбирают для поездок южное направление, незаслуженно обделяя вниманием Север, в частности Соловецкие острова.

С целью выяснения, по какой причине молодежь не рассматривает для своего путешествия Русский Север, был проведен опрос 141 человек из Санкт-Петербурга в возрасте от 14 до 35 лет. В результате было установлено, что многим интересны предложения путешествий в северных регионах, 82 чел. рассматривают данное направление для путешествия, 42 человека сомневаются и только 17 человек предпочли бы отдых на юге (рис. 1).

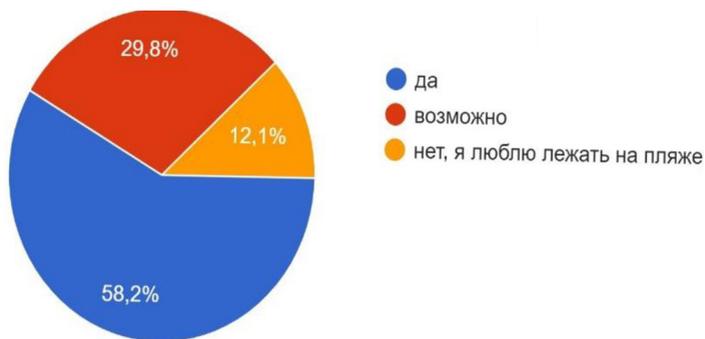


Рис. 1. Ответы на вопрос «Интересует ли Вас Север для путешествия?»

Самый популярный ответ на вопрос «Почему вы не едете на Русский Север?» был ответ «холодно». У многих север

ассоциируется со снегом, вечной мерзлотой и белыми медведями. Однако к Соловецкому архипелагу это не имеет особого отношения. Павел Флоренский писал о климате на Соловках так: «Впрочем, здесь такой недопустимо теплый климат, что можно ходить и без теплого: на дворе температура лишь немногим ниже нуля и иногда почти на нуле. Бывает и холодно, но не от мороза, а от ветра; особенно, когда ветров было больше и они были сильнее, было, по-моему, гораздо холоднее, чем теперь» [2]. В летнее время средняя температура на островах в 2022 г. составила в июне +13 °С, в июле +18 °С и в августе +18 °С. Так же стоит отметить, что на Соловках повышенная относительная влажность воздуха (в среднем 80–90 %). Поэтому температура воздуха ощущается в летнее время теплее на несколько градусов, а в зимнее холоднее.

Следующий по популярности ответ был «Сложно добраться, плохо развита инфраструктура». Опрашиваемые не знают, что в летнее время из Санкт-Петербурга каждый день ходит новый комфортабельный поезд. В вечернее время от Ладожского вокзала отходит поезд сообщением Санкт-Петербург – Мурманск. Время в пути: 13 часов 14 минут. Туристам можно доехать до Карельского города Кемь. Там на вокзале можно заказать такси или воспользоваться рейсовым автобус, доехать до порта поселка Рабочеостровск. В полдень оттуда отходит катер до Соловков. Маршрут по Белому морю составит 50 км (продлится путешествие до Соловецкого архипелага примерно 2,5 часа). До острова можно добраться и на самолете из города Архангельска: летает 3 раза в неделю, время в пути 45 минут. Сложности могут возникнуть с приобретением билета (его можно приобрести только в аэропорту «Васьково»). Стоимость перелета составляет 7 550 руб. в одну сторону (цена указана на лето 2022 г.). Поэтому большая часть туристов едет через Карелию.

На острове находится 6 отелей, 2 хостела, 2 гостевых дома, имеется множество квартир в частном секторе, сдающихся посуточно. Проблем с питанием не возникает: туристы могут поесть в ресторанах при отелях или в многочисленных кафе.

Опрос показал, что мало кто из молодежи знает про Соловки: 61 человек первый раз слышит про это место, а остальные если и слышали что-то, то крайне поверхностно (рис. 2).

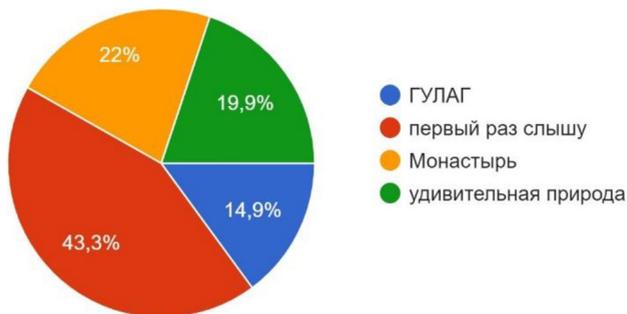


Рис. 2. Ответы на вопрос «Что вы знаете о Соловках?»

Опрос показал, что большая часть молодой аудитории предпочитает активный отдых (рис. 3).

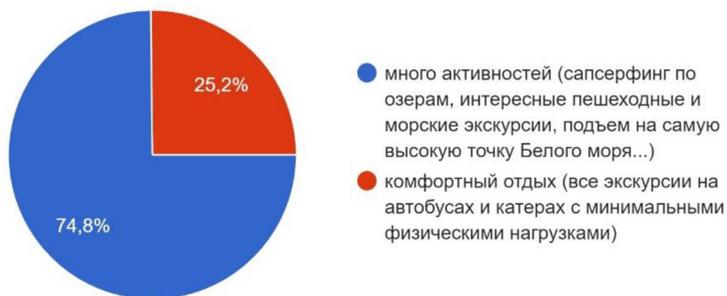


Рис. 3. Ответы на вопрос «Какие условия для путешествия для Вас важны?»

Чаще остальных выбирались природные, морские и исторические экскурсии (рис. 4).

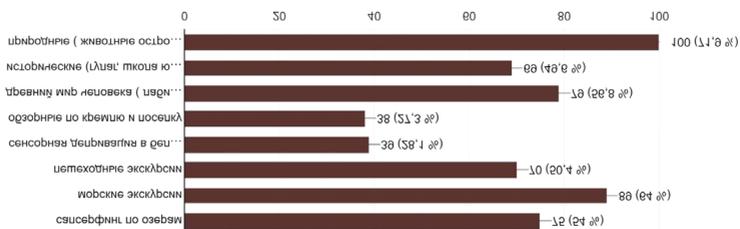


Рис. 4. Ответы на вопрос «Какие экскурсии Вам были бы интересны на островах?»

Основываясь на полученной информации в ходе опроса, можно предложить развить на Соловецком архипелаге несколько вариантов новых экскурсий, которые могли бы заинтересовали молодых туристов. Например, организовать пешеходную экскурсию до рукотворной валунной дамбы, которая соединяет два острова большой Соловецкий и большая Муксалма. За экскурсию туристы пройдут примерно 25 км по удивительно живописным местам, где на пути им могут встретиться различные обитатели леса. Экскурсанты так же побывают на мысе девичьих грез, где находится «камень Лихачева». Данная экскурсия рассчитана на хорошо физически подготовленных молодых людей (продолжительность: с 8 утра до 6 вечера).

В России набирает популярность сапсерфинг. Это своеобразное соединение сёрфинга на доске и прогулки на лодке: человек стоит на доске, как в классическом сёрфинге, но передвигается с помощью весла. Можно включить сапсерфинговую групповую экскурсию по озерно-канальной системе в программу тура. Данное предложение вызвало живой интерес у собеседников. На Соловках есть все условия для реализации данной идеи. Озерно-канальная система имеет два круга, малый и большой протяженностью, соответственно, 5 км и 12 км (в одну сторону). Озерно-канальная система окружена лесами, поэтому тут маловероятны шторма, следовательно, такую экскурсию можно проводить на протяжении всего туристского летнего сезона. Полагаем, что на первом этапе

внедрения такой экскурсии более популярной будет проход по малому кругу. Примерное время экскурсии 3 часа. Перед экскурсией гид проведет инструктаж, объяснит путь и технику безопасности. Туристам необходимо будет преодолеть 5 озёр и 4 канала. 30 минут отводится на обучение. В пути туристы любуются красотой Соловецких природных ландшафтов, гид, используя радиоаппаратуру рассказывает об истории создания каналов, об использовании их монахами.

Для опытных сапсерферов, желающих увидеть больше, предлагается проводить экскурсию по большому кругу с остановками на некоторых островах и окончанием маршрута на рукотворном озере Красное. Продолжительность такой экскурсии составит 4,5 часа. Предлагаемая программа может быть освоена любым молодым человеком со средней физической подготовкой.

Список литературы

1. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту: [офиц. сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 21.09.2022). Текст: электронный.
2. Флоренский Павел. Письма с Дальнего Востока и Соловков. М.: Мысль, 1998.
3. ГОСТ Р 54605-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования. URL: <https://www.audat-info.ru> (дата обращения: 21.09.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Анастасия Юрьевна Миронова, студент, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

Научный руководитель Виктория Леонидовна Погодина, д-р пед. наук, профессор, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Anastasia Yuriyevna Mironova, Student, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia

Scientific supervisor Victoria Leonidovna Pogodina, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia

Туризм и межкультурный диалог

УДК: 338.48 316.776 001.92

Международные туристические организации как инициаторы межкультурного научного дискурса

Светлана Алексеевна Лебедева

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия*

В статье предложена авторская классификация международных туристических организаций и объединений, способствующих развитию межкультурных коммуникаций и налаживанию международного научного диалога в сфере туризма. Формы научной коммуникации, используемые для распространения научных знаний о туристской отрасли, более развиты в международных туристических организациях, как широко спектра, так и специализирующихся на определенном виде путешествий или регионе, нежели практикуемых в российских специализированных туристских ассоциациях.

Ключевые слова: *международные туристические организации, международный научный диалог, научные коммуникации, формы межкультурного научного дискурса*

International Tourism Organizations as Initiators of Intercultural Scientific Discussion

Svetlana Alekseevna Lebedeva

*The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration, Moscow, Russia*

The paper proposes the author's classification of international tourism & travel organizations and associations that contribute to the development of intercultural communications and the establishment of an international

scientific dialogue in the field of tourism. The forms of scientific communication used to disseminate scientific knowledge about the tourism industry are more developed in international tourism organizations, both of a wide range and specializing in a particular type of tourism or region, than forms practiced in Russian specialized tourism associations.

Keywords: *international tourism & travel organizations, international scientific dialogue, scientific communications, forms of intercultural scientific discussion*

Сфера туризма и гостеприимства устойчиво вплетена в сложную сеть мировых коммуникативных процессов. С задачами межкультурной коммуникации сталкиваются не только специалисты, занятые непосредственно в этой сфере (например, гостиничной отрасли или авиационной), но и представители научного сообщества, занимающиеся изучением отдельных направлений туристической деятельности.

Научные коммуникации – это высокотехнологичные специализированные информационные и коммуникационные обмены, развивающие интеллектуальную характеристику разных сфер общества [1, с. 97–98]. Каналы для продвижения научных знаний, в том числе в сфере туризма, весьма разнообразны. Это могут быть научные и ознакомительные поездки, конференции, круглые столы, саммиты, региональные семинары и воркшопы. Глобальная цифровизация расширила возможности этих каналов научной коммуникации посредством внедрения онлайн-форматов проведения мероприятий, что делает доступными не только результаты научных трудов соотечественников, но и всего мирового сообщества.

Тем не менее, если изучить научные изыскания на туристскую проблематику российских ученых, то можно обнаружить, что подавляющее число исследователей пользуется исключительно русскоязычными источниками. По мнению автора, на то есть две ключевые причины. Первая кроется в недостаточно высоком уровне владения россиянами иностранными языками. Несмотря на то, что 63 % наших соотечественников убеждены в необходимости изучения иностранного языка, только 5 % свободно владеют английским и только 1 % – немецким [3]. Данный тезис также подтверждается и

местом России в международном рейтинге владения английским языком. Согласно данному индексу, по уровню владения английским Россия находится на 51-м месте среди неанглоговорящих стран [4]. Данная проблема не является темой настоящей работы, хотя, безусловно, представляет научный интерес. Второй причиной, определяющей объект исследования этой статьи, является сложность поиска качественных и количественных результатов научных изысканий по туристской проблематике.

Сегодня в мире существует множество межправительственных и неправительственных туристических организаций и ассоциаций, а также международных платформ, форумов и региональных конференций, занимающихся изучением специфических направлений туризма и аккумулирующих знания по определенной проблематике. Эти ассоциации регулярно организуют конференции и другие мероприятия, публикуют отчеты о проведенных исследованиях, статьи и другие материалы международного научного дискуса на своих сайтах как на безвозмездной, так и на платной основе, тем самым объединяя ученых и специалистов-практиков в области туризма со всего мира и содействуя развитию международной научной коммуникации.

В таблице ниже приведена авторская классификация небольшой доли международных туристических объединений и организаций, научные исследования которых могут быть полезны российским ученым и специалистам.

Классификация международных туристических организаций и объединений по объекту научных исследований¹

<i>Международные туристические организации широкого спектра</i>	
Всемирная туристская организация, ЮНВТО (<i>United Nation World Tourism Organization, UNWTO</i>)	Всемирный совет по туризму и путешествиям (<i>World Travel & Tourism Council, WTTC</i>)
Международный туристический союз (<i>Alliance Internationale de Tourisme, AIT</i>)	Всемирный туристический альянс (<i>World tourism alliance, WTA</i>)

¹ Составлено автором.

Международные туристические организации широкого спектра	
Международная ассоциация научных экспертов в области туризма (<i>International Association of Scientific Experts in Tourism, AIAEST</i>)	Ассоциация образования и исследований в области туризма и отдыха (<i>Association for Tourism and Leisure Education and Research, ATLAS</i>)
Международные туристические организации, специализирующиеся на отдельных регионах и дестинациях	
Азиатско-тихоокеанская туристическая ассоциация (<i>Asia Pacific Tourism Association, APTA</i>)	Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана (<i>Pacific Asia Travel Association, PATA</i>)
Ассоциация по продвижению туризма в Африке (<i>Association for the Promotion of Tourism to Africa, APTA</i>)	Африканский совет по туризму (<i>African tourism council, ATC</i>)
Индоевропейская туристическая организация (<i>Indian Ocean Tourism Organization</i>)	Ассоциация туризма АСЕАН (<i>ASEAN Tourism Association (ASEANTA)</i>)
Карибская туристическая организация (<i>Caribbean Tourism Organization, CTO</i>)	Тихоокеанская туристическая организация (<i>Pacific Tourism Organization, SPTO</i>)
Ассоциация круизных операторов арктических экспедиций (<i>Association of Arctic Expedition Cruise Operators, AECO</i>)	Международная ассоциация антарктических туроператоров (<i>International Association Antarctica Tour Operators, IAATO</i>)
Латиноамериканская туристическая ассоциация (<i>Latin American Travel Association, LATA</i>)	Американская туристическая ассоциация (<i>U.S. Travel Association</i>)
Всемирная федерация туристических городов (<i>World Tourism Cities Federation, WTCF</i>)	
Международные туристические организации, специализирующиеся на конкретных видах туристической активности	
Всемирная ассоциация гастрономического туризма (<i>World Food Travel Association, WFTA</i>)	Ассоциация спортивных мероприятий и туризма (<i>Sports Events & Tourism Association, SportsETA</i>)
Ассоциация оздоровительно-го туризма (<i>Wellness tourism association, WTA</i>)	Ассоциация медицинского туризма (<i>Medical tourism association, MTA</i>)

Международные туристические организации широкого спектра	
Международное общество экологического туризма (<i>The International Ecotourism Society, TIES</i>)	Ассоциация исследований приключенческого туризма (<i>Adventure tourism research association, ATRA</i>)
Всемирная туристическая ассоциация по культуре и наследию (<i>World Tourism Association for Culture & Heritage, WTACH</i>)	
Международные торговые и инвестиционные туристические организации	
Европейская туристическая ассоциация (<i>European Tourism Association, ETOA</i>)	Африканская туристическая ассоциация (<i>Africa Tourism Association, ATA</i>)
Инвестиционная ассоциация туризма Красного моря (<i>Red Sea Tourism Investment Association, RSTIA</i>)	

Ключевой особенностью представленных международных туристических организаций является их стремление привлечь и объединить с своих «стенах» ведущие профильные мировые вузы, государственных и политических деятелей сферы туризма и гостеприимства различных стран и регионов, представителей туристического бизнеса, медиа, а также известных теоретиков и практиков туриндустрии с целью обучения студентов, развития дестинаций на базе проведения совместных исследований регионального и мирового уровня и обязательной публикации результатов своей исследовательской деятельности. Такая форма организации межкультурного научного диалога характерна в большей степени именно для зарубежных организаций.

В России также созданы организации, занимающиеся изучением и продвижением специализированных видов туризма, например, Международный эногастрономический центр, Национальная ассоциация гастрономического туризма, Национальная ассоциация организаций по развитию сельского и экотуризма, Ассоциация медицинского туризма и экспорта медицинских услуг, Федерация спортивного туризма России и Международная федерация спортивного туризма. Занесение последних двух организаций в перечень специализирующихся

ся на исследованиях спортивного направления туристической отрасли может оспариваться, так как многие российские ученые придерживаются мнения, что спортивный туризм является видом спорта, а не туристской активностью [2]. Тем не менее, возвращаясь к теме настоящего исследования, в указанных организациях формы научной коммуникации и межкультурного диалога менее развиты.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что деятельность международных туристических организаций не только способствует продвижению и развитию различных видов туристической активности в мире и отдельных регионах. Эти организации выступают инициаторами межкультурного научного диалога, активно объединяя и интегрируя представителей академических, научных, политических и деловых кругов в процесс всестороннего познания туристической отрасли.

Список литературы

1. Клюев Ю. В., Зубко Д. В. Продвижение научного знания в условиях сетевой коммуникации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». 2020. № 4. С. 96–101.
2. Лебедева С. А. Спортивный туризм: вид спорта или направление туристической деятельности? // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2020. Т. 5, № 3. С. 20–26. DOI: 10.24411/2500-0365-2020-15303.
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения. Текст: электронный // Иностранный язык: перспективная инвестиция? Аналитический обзор. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya> (дата обращения: 03.10.2022).
4. EF Education First. Текст: электронный // EF English Proficiency Index 2021. URL: <https://www.ef.com/wwen/epi> (дата обращения: 03.10.2022).

Информация об авторе

Светлана Алексеевна Лебедева, старший преподаватель кафедры менеджмента спортивной и туристской индустрии, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия

Information about the author

Svetlana Alekseevna Lebedeva, Senior Lecturer, Department of Sports and Tourism Industry Management, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

УДК 379.85

Россия и Беларусь в системе межгосударственного сотрудничества в сфере туризма

*Анна Витальевна Коновалова¹,
Анастасия Юрьевна Меньших²*

^{1,2}Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

В статье рассмотрены аспекты межгосударственного российско-белорусского развития туристской индустрии в рамках Союзного государства за период с 2017 по 2021 г., сформулированы актуальные геополитические и геоэкономические факторы влияния на развитие туристского сектора обеих стран, проанализированы перспективные межгосударственные проекты.

Ключевые слова: туризм, туристская индустрия, Россия, Беларусь, Союзное государство, межгосударственное сотрудничество, российско-белорусские отношения

Russia in the System of Interstate Cooperation in the Tourism Sphere with the Republic of Belarus

*Anna Vitalievna Konovalova¹,
Anastasia Yuryevna Menshikh²*

^{1,2}Kuban State University, Krasnodar, Russia

The article considers aspects of the interstate Russian-Belarusian development of the tourism industry within the framework of the Union State for the period from 2017 to 2021, formulates relevant geopolitical and geo-economic factors of influence on the development of the tourism sector of both countries, analyzes promising interstate projects.

Keywords: tourism, tourism industry, Russia, Belarus, Union state, interstate cooperation, Russian-Belarusian relations

Сложная геоэкономическая и геополитическая обстановка вокруг России и Беларуси, обусловленные специальной военной операцией России на Украине, и последующей реакцией западных государств в виде санкционных ограничительных экономических и политических мер, обусловили новые взгляды на межгосударственное сотрудничество между Россией и Беларусью в рамках – Союзного государства.

Союзное государство – это надгосударственное образование России и Белоруссии. В зоны ответственности Союзного государства входят внешняя политика, оборона и безопасность, бюджетная, денежно-кредитная и налоговая системы, таможенные вопросы, системы энергетики, транспорта и связи, культурные и гуманитарные вопросы [2].

В настоящее время в рамках Союзного государства реализуется около 40 проектов, в том числе в индустрии туризма, которая на межгосударственном уровне видится как одно из приоритетных направлений развития российско-белорусских культурных связей.

Развитию туризма в Союзном государстве способствуют такие факторы, как территориальная близость, общее языковое пространство, тесные историко-культурные связи народов, безвизовый режим и возможность пребывания в стране без регистрации до 90 дней, прямые наземные и воздушные маршруты, обуславливающие транспортную доступность, а также действие на территории Союзного государства платежной системы «Мир» и отсутствие ковидных ограничений.

Разнообразие природных и историко-культурных рекреационных ресурсов в России и Беларуси обеспечили обеим странам огромный туристско-рекреационный потенциал в виде уникальные памятники истории и культуры, курортные и заповедные зоны, на базе которых успешно могут развиваться промышленный, сельский, экологический и оздоровительный туризм.

За последнее пятилетие (2017–2021) турпоток между Россией и Беларусью качественно и количественно трансформировался. Несмотря на количественное сокращение общего числа иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь, в том числе и туристов из России, доля россиян от общего числа туристов увеличилась и по итогам 2021 года составила 72,7 %. По предварительным итогам первой половины 2022 года количество российских туристов в Беларуси выросло на 15 % (табл. 1).

Таблица 1

Численность иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, по странам постоянного места жительства [3]

	2017	2018	2019	2020	2021
Всего туристов и экскурсантов, из них по странам	282 694	365 534	405 472	80 972	71 388
Российская Федерация	191 520	207 416	217 837	52 263	51 896
Доля граждан России от общего числа туристов, %	67,7	56,7	53,7	64,5	72,7

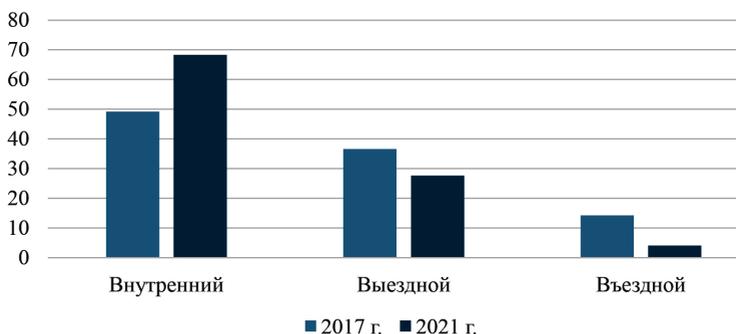
Среди причин сокращения общего числа иностранных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь – пандемия COVID-19 и связанные с ней ограничения на перемещение, закрытие международных границ, последовавшая после пандемии экономическая рецессия, современная геополитическая обстановка и санкции.

Увеличившуюся популярность белорусского направления у россиян можно объяснить упрощенным безвизовым въездом по внутреннему паспорту гражданина РФ на срок до 90 дней, транспортную доступность, а также действие на территории Союзного государства платежной системы «Мир». Названные факторы с 24 февраля 2022 года в условиях санкционного давления на Союзное государство приобрели особую значимость при выборе туристского направления у граждан России и Беларуси.

По итогам 2021 года помимо туристов и экскурсантов из России (1-е место, 51 896 чел.) Беларусь с туристскими целями посещали граждане Казахстан (773 чел.), Швейцария (613 чел.), Украина (591 чел.), Турция (552 чел.) [3].

Туризм в Беларуси переживает сложные времена. Анализ динамики распределения численности туристов по видам туризма в 2017 и 2021 гг. показал увеличение доли внутреннего туризма, и сокращение выездного. Причина – граждане Беларуси, которые в целом за последние лет стали меньше

путешествовать за границу из-за ограниченных финансовых возможностей, отдавая предпочтение путешествиям по своей стране. Таким образом турпоток перераспределился. Доля туристов, выезжающих в Беларусь, резко сократилась, в том числе из-за политического кризиса в стране 2020 г. (см. рисунок).



Распределение численности туристов и экскурсантов, обслуженных организациями, осуществлявшими туристическую деятельность, по видам туризма (в процентах к итогу) [3]

Организованные белорусские туристы в 2021 г. отдали предпочтение Египту, Турции, Украине, Объединенным Арабским Эмиратам, а также России. В этих странах белорусов привлекает пляжный отдых (табл. 2).

Таблица 2

Численность туристов и экскурсантов – граждан Республики Беларусь, выехавших за границу, по странам (чел.) [3]

	2017	2018	2019	2020	2021
Всего туристов и экскурсантов, из них	727 536	850 724	982 935	258 616	478 760
Российская Федерация	46 736	47 033	61 530	6 015	18 747
Доля туристов, выехавших в Россию, от общего числа выехавших за границу, %	6,4	5,5	6,2	2,3	3,9

Укрепление туристического сотрудничества несет значительные выгоды для стран Союзного государства. Согласно статистике, россияне проводят в Беларуси в среднем несколько дней, при этом самый высокий коэффициент загрузки гостиниц среди всех белорусских регионов наблюдается в Минске. За 2021 год белорусский туристский сектор получил прибыль в объеме 34,6 млн бел. руб. (810 млн рос. руб.).

Повышение благосостояния и культурного уровня людей, возросший интерес к познанию других стран и народов, совершенствование транспортных средств – движут людьми, которые жаждут путешествий. Поэтому необходимо учитывать туристские тенденции на межгосударственном уровне: увеличение спроса на экскурсионные туры, туры выходного дня, шоппинг-туры и увеличение длительности туров, молодость туристской аудитории, и формировать соответствующие туристские предложения.

С целью привлечения туристов Россия и Беларусь реализуют ряд межгосударственных проектов в сфере туризма. Среди инновационных предложений в сфере туризма за последние годы можно назвать совместный международный проект Российских железных дорог и Белорусской железной дороги – туристический железнодорожный маршрут «Белорусский вояж», включающий в себя железнодорожные билеты, экскурсионную программу в городах по маршруту Москва – Гродно (или Брест) – Минск – Москва, билеты в музеи, трансфер и питание на 4 дня / 3 ночи. Еще одним перспективным туристским предложением должны стать семидневные туры по «золотому треугольнику» Москва – Минск – Санкт-Петербург [1].

Растущий турпоток обеспечивает туристическую индустрию Союзного государства стабильным доходом, дает финансовый толчок для дальнейшего развития, обеспечивает сохранение исторических и культурных объектов, традиций. Развитие туристических контактов также укрепляет экономическое и гуманитарное сотрудничество и другие сферы, что развивает российско-белорусский интеграцию.

Список литературы

1. Беларусь и Россия запустят новые межрегиональные туристические проекты. URL: <https://sputnik.by/20220926/belarus-i-rossiya-zapustyat-novye-mezhregionalnye-turisticheskie-proekty-1067235548.html> (дата обращения: 07.10.2022). Текст: электронный.

2. Меньших А. Ю., Шестернин В. В., Коновалова А. В. Союз России и Республики Беларусь как модель реинтеграции постсоветского пространства: проблемы и перспективы // Гужинские чтения: наследие и современность: материалы I Всерос. науч.-практ. конф. (г. Краснодар, 18 мая 2022 г.). Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2022. С. 117–121.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 01.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Анна Витальевна Коновалова, старший преподаватель, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Анастасия Юрьевна Меньших, студент, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

Information about the authors

Anna Vitalievna Konovalova, Senior Lecturer, Kuban State University, Krasnodar, Russia

Anastasia Yurievna Menshikh, Student, Kuban State University, Krasnodar Territory, Russia

УДК 338.48; 338.45

Туризм и межкультурный диалог

Анна Сергеевна Павлюкова¹, София Валентиновна Поспелова²

^{1,2} *Севастопольский государственный университет,
г. Севастополь, Россия*

В статье авторы поднимают вопросы, связанные со значением этнографического туризма для Российской Федерации, Республики Крым и г. Севастополя. Дается оценка текущего состояния объектов этнографического туризма в вышеперечисленных регионах.

Ключевые слова: *туризм, этнографический туризм, этнография*

Tourism and Intercultural Dialogue

Anna Sergeevna Pavlyukova¹, Sofia Valentinovna Pospelova²

^{1,2}Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

In this article, the author raises issues related to the importance of ethnographic tourism for the Russian Federation, the Republic of Crimea and the city of Sevastopol. In addition, the current state of the objects of ethnographic tourism in the above regions is assessed.

Keywords: *tourism, ethnographic tourism, ethnography*

Согласно ФЗ от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [3].

В настоящий момент мир подвержен глобальным изменениям, что оказывает значительное влияние на отрасль туризма: после пандемии 2020 года количество выездов россиян за границу достаточно снизилось и выросло только к I полугодию 2022 года, однако цифры всё ещё не достигают уровня 2019 года, тем не менее, всё большей популярностью в нашей стране пользуется внутренний туризм, а также туризм в страны СНГ.

На основании данных, представленных ниже (табл. 1, 2), можно предположить, что с увеличением интереса туристов к путешествиям по России и странам СНГ, возрос также интерес к представителям различных национальностей, проживающих на данных территориях, к их культуре. Соответственно, такого рода изменения способствуют межкультурному диалогу.

Таблица 1

**Выезд россиян за рубеж с целью туризма (I полугодие 2022 г.)
(по данным Пограничной службы ФСБ, тыс. поездок)**

<i>№</i>	<i>Страна</i>	2022	2021	2020	2019
1	Турция	1021,5	577,9	202,6	2070
2	Египет	345,7	88,9	2,7	н/д
3	ОАЭ	345,5	223,4	250,5	396,4
4	Армения	105	27,7	30,9	69,9
5	Доминикана	76,1	0	49	62,8
6	Мальдивы	42,7	73	13,9	23,7
7	Узбекистан	39,9	7	7,4	24,8
8	Венгрия	28	0,54	26	64,4
9	Куба	27,9	59,2	42,2	49
10	Таиланд	26,1	0,9	344,5	459,6
11	Казахстан	25	2,1	13,6	33
12	Мексика	19,5	5,6	9,8	16,5
13	Сербия	19,4	15,3	13,2	31,7
14	Катар	19,1	7,1	37	51,6
15	Азербайджан	16,9	2,4	13,3	45
16	Киргизия	15,9	4,4	3,2	11,5
17	Кипр	11,9	110,6	29,5	265
18	Израиль	11,1	0,6	36,4	119,9
19	Греция	10,6	17,03	12,5	212,8
20	Германия	7,6	9,03	136,3	365,2
Всего выехало с целью туризма, млн		2,3	1,4	2,3	7,94

Таблица 2

**Выезд россиян в страны СНГ с целью туризма (I полугодие 2022 г.)
(по данным Пограничной службы ФСБ, тыс. поездок)**

<i>№</i>	<i>Страна</i>	2022	2021	2020	2019
1	Армения	105	27,7	30,9	69,9
2	Узбекистан	39,9	7	7,4	24,8
3	Казахстан	25	2,1	13,6	33

№	Страна	2022	2021	2020	2019
4	Азербайджан	16,9	2,4	13,3	45
5	Киргизия	15,9	4,4	3,2	11,5
6	Таджикистан	5,8	0,464	1,2	4,3
7	Молдавия	2,9	6,8	7,2	29,3
8	Туркмения	0,001	0	1,2	3,8
9	Белоруссия	н/д	н/д	н/д	н/д
Всего с целью туризма		211,4	50,9	78	221,6

Если проследить роль этнографического туризма в литературе, то можно заметить, что он является культурно-познавательным туризмом и ставит перед собой цель – подробное изучение жизни и культуры народов. Ниже представлены функции, которые выполняет данный вид туризма в обществе:

- налаживание взаимоуважительных отношений между представителями различных этносов;
- сохранение культурного и природного наследия;
- поддержание стабильного финансового состояния объектов культуры;
- сохранение национальной кухни, ремесел;
- повышение культурного уровня коренного населения.

Этнографический туризм зависит от интереса туристов к истинной истории и жизни тех или иных народов на определенной территории, а также к их культуре, традициям, творчеству, и в последнее время интерес заметно растет, что связано со стремлением людей самоидентифицироваться, подробно изучить свои корни, историю своей семьи, дабы ощутить себя особенными, уникальными в области традиций и истории.

Как и во всей России, в Крыму и Севастополе имеется огромная ресурсная база этнографического туризма, ведь представители свыше 193 национальностей проживают на территории страны, а конкретно на территории Крымского полуострова – 175 национальностей, среди которых: русские – 68 %, украинцы – 15,68 % и крымские татары 10,57 %.

Такие народы, как караимы, крымчаки, немцы, греки и другие, оставили богатое культурно-историческое наследие в виде: «Пещерных» городов, монастырей, христианских храмов, Дольменов, Памятников архитектуры.

Самыми культовыми и популярными в Крыму считаются такие сооружения как пещерные города с расположенными в них монастырями и храмами.

Нематериальное наследие крымских народов можно проследить в традициях, ремеслах, фольклоре, кухне. Это также проявляется в проведении национальных праздников, которые ежегодно привлекают множество туристов.

Представители не только коренных народов, но и представители Англии, Франции, Италии, Турции оставили память о себе во времена Крымской войны, и эту память мы можем наблюдать сейчас в виде памятников, кладбищ и других памятных мест. Например, город Балаклава интересен тем, что здесь располагались английские войска и здесь же можно найти поле, на котором происходило Балаклавское сражение, в результате которого погибли представители различных народов и таких примеров в Крыму очень много.

Таким образом, развитие этнографических экскурсий происходит ввиду осознания и понимания обществом необходимости привлечения внимания к разным этносам и народностям, так как в современном мире очень важны понятия толерантности и уважения к представителям других культур, общество понимает, что для развития и совершенствования жизни, нужно научиться вести межкультурный диалог, изучать особенности различных этносов, так как они проживают на определенных территориях, входящих в состав тех или иных стран, а значит, они являются неотъемлемой частью культуры этих стран. Как мы видим, в России, в частности и в Крыму, созданы все условия для развития этнографического туризма и, вероятно, данный вид туризма в ближайшие годы получит еще большее развитие.

Список литературы

1. Суртаев Б. М. Этнографический туризм как способ сохранения и возрождения этнокультурного наследия. URL: <https://vestnik-ugrovedenia.ru/sites/default/files/vu/vu-1-2012-18-opt.pdf> (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.
2. Тюрина И. В. Любопытные статистические параллели выездного турпотока-2022. URL: https://ratanews.ru/news/news_3082022_2.stm (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.
3. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон: [от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 20 апреля 2021 г.)]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462 (дата обращения: 14.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторах

Анна Сергеевна Павлюкова, студент, Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Россия

София Валентиновна Поспелова, канд. филос. наук, доцент кафедры туризма, сервиса и гостиничного бизнеса, Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Россия

Information about the authors

Anna Sergeevna Pavlyukova, Student, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Sofia Valentinovna Pospelova, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

УДК 323.1

К вопросу о возможных источниках конфликтов в межкультурной среде

Жанна Владимировна Глотова¹, Еликанида Павловна Мутаவி²

*^{1,2} Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
Калининград, Россия*

В заявленной статье авторы попытались обнаружить причины конфликтов между представителями разных культур. Рассмотрены такие негативные источники возможных конфликтов, как стереотипы, предрассудки, ксенофобия, экзотизмы, этноцентризм. Подчеркнута важность безбарьерной межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, конфликт, стереотип, ксенофобия, туристическая среда

On the Question of Possible Sources of Conflicts in the Intercultural Environment

Zhanna Vladimirovna Glotova¹, Elikanida Pavlovna Mutavchi²

^{1,2}I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

In the article the authors tried to identify the causes of conflicts between representatives of different cultures. The article considers such negative sources of possible conflicts as stereotypes, prejudice, xenophobia, exoticism and ethnocentrism. The importance of barrier-free intercultural communication is highlighted.

Keywords: *intercultural communication, conflict, stereotype, xenophobia, tourist environment*

В рамках данной статьи авторы рассматривают возможные источники конфликтов в туристической среде как столкновение чужих и собственных образов, картин мира, «своего» и «чужого» в ходе взаимодействия представителей разных культур. По словам Больтена, образ себя и образ другого основываются на том, какую форму коммуникации человек выбирает по отношению к своему собеседнику [2].

Активная конфронтация с тем, что отличается от собственной культуры, с теми, кто принадлежит к другим культурным кругам, является, по мнению Зундермайера, необходимым условием для взаимопонимания [11]. На первый взгляд, это звучит несколько парадоксально, но далее Зундермайер подчеркивает, что взаимопонимание между представителями разных культур может ухудшаться в силу негативных установок и аспектов таких, как стереотипы, предрассудки, ксенофобия и другие факторы. Тем не менее автор настаивает, что наличие таких, на первый взгляд негативных обстоятельств, является необходимой моделью восприятия представителями одной культуры представителей другой культуры. Мы, вслед за Люзебринком, соглашаемся с тем, что вышеприведенные негативные факторы формируют опыт реальности, а, следовательно, и опыт общения с представителями чужой культуры [10].

Рассмотрим подробнее возможные источники конфликтов в туристической среде как общению в межкультурном поле и

наметим некоторые модели взаимодействия между представителями разных культур, учитывая наличие какого-то негативного фактора, могущего привести к недопониманию или ярко выраженному конфликту.

Стереотипы. Ученый Гаст-Гам определяет понятие стереотипа следующим образом. Стереотипы – это «упрощенные, относительно жесткие и трудноизменяемые модели мышления, которые необязательно должны соответствовать внешней реальности, но влияют на наше поведение больше, чем реальные условия [5]. Эти мыслительные шаблоны проецируются на конкретных людей или группы людей, а также на их поведение, и обычно соответствуют передаваемым в культуре стереотипам и обобщениям. Здесь уместно будет вспомнить когнитивную психологию, которая занимается процессами обработки информации. В этом контексте важную роль играет теория схем Уайэра, разработанная в 1980 году. Он утверждает, что информация о людях, предметах, событиях организована в структуры знаний и когнитивно присутствует в виде схемы. Новая информация приводит к активации уже существующих схем. Как правило, всегда используется наиболее легкая и доступная схема. Иностранцы и их поведение интерпретируются на основе национальной стереотипной схемы. Это приводит к очень избирательному запоминанию новой информации [12].

Межкультурные взаимодействия характеризуются взаимным восприятием, основанным на таких стереотипах. Партнеры по взаимодействию склонны заранее классифицировать другого человека в соответствии со своим собственным представлением, со своей собственной точкой зрения. По мнению социолога культуры Люгера, стереотипы могут быть полезными, но также и вредными благодаря своей функции ориентации и снижения сложности. С одной стороны, такая категоризация облегчает человеку ориентироваться в реальности, которая становится все менее и менее управляемой. Если людей можно классифицировать по определенным критериям, значит, и повседневное общение друг с другом должно упрощаться. С другой стороны, стереотипы, которые используются

для укрепления образа врага, могут в крайних случаях привести к тому, что контакт с представителями другой культуры может вообще не состояться [9]. В таком случае можно говорить о том, что негативные стереотипы будут препятствовать ситуации межкультурной коммуникации и ее обогащающему характеру. Культурный социолог Хердин утверждает, что стереотипы трудно поддаются определению, а тем более коррекции, потому что в большинстве случаев они существуют бессознательно, еще до встречи с представителями других культур [7].

С другой стороны, при наличии ситуации взаимодействия между представителями разных культур может произойти устранение этого стереотипа, ведь часто стереотипы навязываются, в частности, всевозможными средствами массовой информации. Например, перед чемпионатом мира по футболу, проводимым в России в 2018 году, англоязычных болельщиков буквально «зомбировали» ужасными русскими и отговаривали ехать на чемпионат в России, угрожая различными негативными последствиями пребывания в этой стране. Но, к счастью, эти навязанные стереотипы исчезали, как только люди вступали во взаимодействие на трибунах, в ресторанах, на улицах.

Предрассудки. Предрассудки в большинстве своем основаны на стереотипах, а значит, на сильно упрощенных, обобщенных и стереотипных представлениях о людях, объектах или событиях. Стереотипы и предрассудки можно отличить по тому факту, что вторые выражают исключительно негативное отношение к отдельным лицам или группе лиц. Предрассудки выражают антипатию и носят уничижительный, дискриминационный характер. Кроме того, предрассудки представляют собой сильно укоренившиеся социальные суждения, которые лежат в области бессознательного и трудно поддаются изменению. Как отмечает Томас, как правило, предрассудки возникают из-за ошибочно установленных схем и ошибок контрибуции [13]. Следует отметить, что наблюдается повышенное внимание к предрассудкам у людей, которые сами страдают от неуверенности в себе и низкой самооценки. Про-

изводство предрассудков дает им мнимое чувство безопасности и превосходства. Эти негативные установки определяют восприятие, интерпретацию и поведение людей. В основном, предрассудки включают в себя когнитивные, аффективные и конативные элементы. Когнитивный элемент является результатом идей, образов и картин мира и людей. Аффективный компонент соотносится с отношением неприятия к объекту другой культуры. Конативный аспект проявляется в конечном итоге в соответствующем поведении. Предрассудки играют огромную роль особенно в контексте межкультурного взаимодействия. Таким образом, снижается качество взаимодействия между представителями различных культур в контексте туристического сектора. Особенно проблематичной становится ситуация, когда предрассудки перерастают в откровенную враждебность по отношению к определенным культурам, нациям, обществам. В случае предвзятости туриста к какой-то определенной нации или стране, следует воздержаться от посещения этого места. И наоборот, бывает так, что местные жители крайне предосудительны к своим гостям, в таких ситуациях проблема не может быть так легко решена, как кажется, здесь необходимо усиленно работать местным агентствам по туризму по содействию в приобретении межкультурных компетенций и уменьшению градуса стереотипов и предрассудков [1].

Ксенофобия. Ксенофобию следует понимать, как страх перед чужим. В случае ксенофобии чужое воспринимается как угрожающая противоположность своему, и возникает чувство страха перед чужим, другим. В крайних случаях проявления ксенофобии это может привести к буквальной ненависти и враждебности к чужому, другому [3]. Негативный образ полностью контрастирует с превосходным образом себя и своей культуры. Классическое деление на плохих и хороших является типичным проявлением ксенофобии. Чтобы как-то противостоять этой воспринимаемой угрозе идентичности, люди часто реагируют недоверием, защитой и враждебностью, а в некоторых случаях даже насилием. Туризм и связанные с ним сферы могут способствовать снижению уровня страха перед чужим и враждебности к чужим. В основном спонтанная си-

туация общения в рамках туристической поездки дает возможность установить контакт с другим, чужим, с незнакомым. Несмотря на инаковость, можно утверждать, что чужое не следует воспринимать как плохое, чуждое, опасное, а наоборот, как захватывающее, привлекательное, интересное.

Экзотизмы. Экзотизмы представляют собой противоположность ксенофобии. Здесь чужеродность, инородность воспринимается избирательно и часто идеализируется. Экзотизм имеет свои истоки, это явление берет свое начало в эпоху процветающей индустриализации, когда жители дальних стран стилизовались под «благородных дикарей» и формировался романтический образ близости к природе [4]. В туристическом секторе непривычность чужбины, дальних стран проявляется как огромное желание познать что-то новое. Чужие ландшафты, чужой язык часто являются мотивами для познания новой культуры, для путешествий [6]. Однако, во многих случаях этот экзотический образ чужого, незнакомого не является подлинным и имеет мало общего с реальностью. В отношении проявления такого интереса в рамках туризма такая экзотика может оказать негативное влияние на человека. Турист не может получить реальное представление о культуре соответствующей страны через этот собирательный образ «благородного дикаря», часто оказывается невозможным составить реальное представление о культуре другого человека. В туристическом секторе часто пытаются оправдать экзотические ожидания туристов путем искусственных инсценировок. С другой стороны, сами туристы могут явиться для местных жителей неким экзотическим продуктом. Тогда происходит некий взаимообратный культурный шок.

Этноцентризм. Этноцентризм очень часто понимается как эгоцентризм определенной группы людей. Это связано с определенным чувством превосходства над другими группами, связанным с такими факторами, как культура, образ жизни, религия и др. Другие культуры, основываясь на собственных стандартизированных моделях поведения и действий, оценивают чужие культуры со своей позиции, позиции инаковости. Отклонения от своих собственных ценностей обычно воспринимаются негативно и расцениваются как национализм или

даже расизм [8]. В туризме проявление этноцентризма является проблематичным, когда одна группа чувствует свое превосходство над другой, создавая тем самым массивные барьеры. К сожалению, следует констатировать, что очень редко в таких ситуациях возникает плодотворная коммуникация между туристами и местными жителями.

В заключение следует отметить, что всем участникам взаимодействия в межкультурной среде: в образовательной сфере, в гостиничном бизнесе, в туризме – в любой сфере, где есть иноязычные агенты, необходимо помнить не только о дружественной безбарьерной коммуникации, но и о возможных источниках конфликтов, которые могут привести участников общения не только к недопониманию, но и к враждебности и ненависти.

Список литературы

1. Benz W. Feindbild und Vorurteil: Beiträge über Ausgrenzung und Verfolgung. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1996.
2. Bolten J. Interkulturelle Kompetenz. Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung, 2001.
3. Erdheim M. Zur Ethnopsychanalyse von Exotismus und Xenophobie // Erdheim (Hrsg.) Psychoanalyse und Unbewußtheit in der Kultur. 1988. S. 258–269.
4. Filtzinger O. Interkulturelle Bildung und Förderung früher Mehrsprachigkeit im Elementarbereich // Institut für Interkulturelle Pädagogik im Elementarbereich E. V. (Hrsg.) Grenzgänge: Beiträge zu einer modernen Romanistik. 2004. S. 61–72.
5. Gast-Gampe M. Einstellungsänderung // Hahn und Kagelmann (Hrsg.) Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. 1993. S. 132–136.
6. Hennig C. Reiselust. TouristInnen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt A. M.: Insel-Verlag, 1997.
7. Herdin T. Welterbe Thailand: Zwischen Tempel und T-Shirts // Luger, Wöhler und Saretzki et al. (Hrsg.) Welterbe-Tourismus, Kultur und Identität. 2008. S. 263–280.
8. Jandt F. E. An Introduction to Intercultural Communication Identities in a Global Community. Thousand Oaks/London/New Dehli. Sage Publications, 2004.
9. Luger K. Auf der Suche nach dem Ort des ewigen Glücks. Kultur, Tourismus und Entwicklung im Himalaya. Innsbruck/Wien/Bozen: Studien Verlag, 2007.

10. Lüsebrink H. Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. 2. Aufl. Stuttgart: Metzler Verlag, 2012.

11. Sundermeier T. Den Fremden verstehen. Eine praktische Hermeneutik. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1996.

12. Thomas A. Psychologie interkulturellen Lernens und Handelns // Thomas (Hrsg) Kulturvergleichende Psychologie. Eine Einführung. 1993. S. 377–424.

13. Thomas A., Kammhuber S., Schroll-Machl S. Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2003.

Информация об авторах

Жанна Владимировна Глотова, кандидат педагогических наук, доцент, Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, Калининград, Россия

Еликанида Павловна Мутаवчи, старший преподаватель, Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, Калининград, Россия

Information about the Authors

Zhanna Vladimirovna Glotova, PhD in Pedagogy, Associate Professor, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad (Russia)

Elikanida Pavlovna Mutavchi, Senior Lecturer, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad (Russia)

Образовательные аспекты развития туризма

УДК 373

Виртуальные прогулки как основа образовательного развития в туризме

Юлия Юрьевна Рыбасова¹, Эльмира Наильевна Утеева²

¹ Казанский государственный институт культуры, г. Казань, Россия,

² Казанский государственный медицинский университет
Минздрава России, г. Казань, Россия

В статье авторы, анализируя современную ситуацию, рассуждают о необходимости совершенствования образовательного развития в туризме. Особенное значение придается цифровым технологиям, которые помогают студенту и преподавателю находить новые пути обучения и получения знаний, умений и навыков для профессионализма. VR- и AR-технологии – это способность организовывать работу, правильно принимать решения. Виртуальное путешествие есть связь прошлого с настоящим, поэтому виртуальные прогулки – основа образовательного развития туристской деятельности.

Ключевые слова: виртуальное путешествие, VR- и AR-технологии, образовательный туризм, виртуальные прогулки, художественные зарисовки

Virtual Walks as the Basis of Educational Development in Tourism

Yulia Yurievna Rybasova¹, Elmira Nailevna Uteeva²

¹ Kazan State Institute of Culture, Kazan, Russia,

² Kazan State Medical University of the Ministry of Health of Russia,
Kazan, Russia

In the article, analyzing the current situation, the authors argue about the need to improve educational development in tourism. Special importance is attached today to digital technologies that help students and teachers to find new ways of learning and acquiring knowledge, skills and skills for professionalism. VR and AR technologies are the ability to organize work, make decisions correctly. Virtual travel is a link between the past and the present, so virtual walks are the basis for the educational development of tourist activities.

Keywords: *virtual travel, VR and AR technologies, educational tourism, virtual walks, artistic sketches*

В современной, беспокойной социально-политической обстановке важно подчеркнуть, что необходимость признания совершенствования развития туристской отрасли актуальна.

Как указано в Федеральном государственном образовательном стандарте, выпускник вуза, который освоил образовательную программу по направлению подготовки «Туризм» и получил теоретические профессиональные навыки, способен организовать работу для своих клиентов, правильно принимать решения в организационный момент своей деятельности и при этом учитывать особенности социальной политики государства [4].

Получая профессиональные умения и навыки в области туризма, студент должен понимать, что знания, примененные на практике, будут способствовать созданию деловых контактов, нахождению клиентов, которым важно предлагать разные виды туристических услуг [2].

Образовательный туризм, в котором применяются современные информационные технологии – это виртуальное путешествие в виде прогулок, где студент познает мир в разных сферах деятельности человека.

Образовательный туризм способствует совершенствованию образовательной мобильности с помощью поездок, экскурсий, удовлетворению любознательности и получению профессионального опыта [3].

Роль образовательного туризма еще больше может стать качественным, если для совершенствования знаний будут применяться разные виды цифровых технологий.

Важно отметить, что большое количество современных исследователей обращают внимание на VR- и AR-технологии. Их преимущества заключаются в том, что это возможность быстрого и всестороннего знакомства с определенным набором услуг для туристов, достопримечательностями, информационными системами. Использование VR- и AR-технологии позволяет открывать доступ к любым путешествиям, знакомиться с интересными идеями экскурсионных программ и покупки увлекательных, культурно-познавательных туров путешествий [1].

Мы предлагаем свои небольшие зарисовки виртуальных прогулок в рамках образовательного туризма. Студентам Казанского государственного института культуры, которые обучаются по направлению подготовки «Социально-культурная деятельность», по изучаемому курсу «Арт-журналистика» в разделе «Развитие художественной критики и журналистики в первые десятилетия XIX века», нами был предложен материал одного из занятий «Дискуссии о значении искусства на страницах журналов и газет в первые десятилетия XIX века», на котором была применена VR- и AR-технология.

В роли арт-гида выступил виртуальный образ – Василий Андреевич Жуковский, который нашим студентам, будущим арт-критикам, рассказал о создании «новой школы» Отечественной поэзии – романтизма и в своих авторских «эстетических конспектах» изложил свою точку зрения в понимании искусства, которое отвечало запросам раннему периоду романтической школы.

Между студентами и виртуальным арт-гидом Василием Андреевичем Жуковским прошли дискуссии о журнале «Вестник Европы», в котором освещались статьи разного толка от политических до социально-общественных и культурных вопросов.

Студентов заинтересовали такие рубрики, в которых рассуждается профессионализм будущего критика. Виртуальный Василий Андреевич Жуковский напомнил слушателям о своей статье «О критике», в которой были написаны замечательные слова: «...великие критики также редки, как и великие художники».

В. А. Жуковский как журналист предложим студентам давать адекватные оценки тех, кого критикуют, например, исходя из качества постановок театральных сцен в рамках художественной критики или адекватность восприятия режиссером пьес авторского замысла.

Итогом первой части занятия было написания заметки на тему: «В. А. Жуковский как русский критик, журналист и переводчик». Во второй части семинара студенты совершили виртуальные прогулки по газетной журнальной хронике и познакомились с дискуссиями о значении искусства в эпоху романтизма в первые десятилетия XIX века.

Особенным заданием для студентов было составление туристических арт-маршрутов и дорожных карт для путешественников. Были разыграны ситуации по предложению и продажи туристских арт-продуктов.

Технологии виртуальной и дополненной реальности обеспечивают новый уровень взаимодействия людей с ограниченными возможностями, чтобы преодолеть препятствия, мы предлагаем виртуально организовать путешествие в виде виртуальных прогулок по историческим местам нашего города в процессе прохождения темы: «Межкультурные контакты и связи народов Татарстана».

Надев очки виртуальной реальности, молодой человек, имеющий ограниченные возможности здоровья сможет свободно перемещаться в любой конец нашего города, пообщаться с людьми и преодолеть страх одиночества. У него появится стимул найти дополнительный источник художественной или публицистической литературы по-новому взглянуть на родные просторы и преодолеть языковой барьер.

Применяя VR- и AR-технологии в рамках образовательной деятельности, будут способствовать получению знаний и на-

выков в процессе проведенного занятия, которые помогут студентам осмыслить взаимодействия с представителями других культур, эпох и усовершенствуют качество развития туризма.

Воспитательная и развивающая особенность VR- и AR-технологий помогает студентам разобраться в культурных ценностях и традициях образовательной сферы туризма, формирует уровень профессиональной культуры и коммуникативной компетенции в процессе виртуальных прогулок как основы образовательного развития туризма.

Список литературы

1. Глушкова А. С. Использование VR- и AR-технологии в туризме // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 1. С. 77–81.
2. Рыбасова Ю. Ю. Совершенствования общекультурной подготовки бакалавров индустрии туризма и гостеприимства в области профессиональной деятельности // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства: сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2018. С. 283–285.
3. Селиванова С. И. Образовательный туризм // Вестник университета. 2014. № 11. С. 169–174.
4. Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм*: Приказ Министерства образования и науки РФ: [от 8 июня 2017 г. № 516]. URL: <https://base.garant.ru/71708716/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/#friends> (дата обращения: 12.09.2022). Текст: электронный.
5. Фролова Е. В., Кабанова Е. Е., Костина М. В. Специфика культурно-познавательного туризма в городах Российской Федерации // Материалы Афанасьевских чтений. 2017. № 2. С. 41–54.

Информация об авторах

Юлия Юрьевна Рыбасова, канд. пед. наук, доцент кафедры методологии и технологии универсальных компетенций, Казанский государственный институт культуры, г. Казань, Россия

Эльмира Наильевна Утеева, старший преподаватель кафедры экономической теории и социальной работы, Казанский государственный медицинский университет Минздрава России, г. Казань, Россия

Information about the authors

Yulia Yurievna Rybasova, PhD, Associate Professor of the Department of Methodology and Technology of Universal Competencies, Kazan State Institute of Culture, Kazan, Russia

Elmira Nailevna Uteeva, Senior Lecturer of the Department of Economic Theory and Social Work of the Kazan State Medical University of the Ministry of Health of Russia, Kazan, Russia

УДК 379.852

Обучение техникам интерпретации исторического, природного и культурного наследия с целью повышения качества предоставляемых в туризме услуг

Елена Александровна Вебер

Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета, г. Иркутск, Россия

В статье обосновывается необходимость разработки и внедрения новых образовательных продуктов в области подготовки кадров для лингвистического сопровождения туристической деятельности в свете вступившего в силу федерального закона об обязательной аккредитации гидов-переводчиков. Автор представляет новую магистерскую программу кафедры перевода и переводоведения ИФИЯМ ИГУ «Лингвистическое сопровождение туристической деятельности: основы интерпретации наследия, устного и письменного перевода» как инструмент повышения качества услуг на рынке труда в туристической сфере.

Ключевые слова: *интерпретация природного, культурного и исторического наследия, образовательные программы, аккредитация гидов-переводчиков*

Финансирование. Проект реализуется победителем грантового конкурса для преподавателей магистратуры 2021–2022 Стипендиальной программы Владимира Потанина.

Training in the Field of Historical, Natural, and Cultural Heritage Interpretation Techniques Improves the Quality of Services in Tourism

Elena Alexandrovna Weber

Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

The article focuses on the necessity of developing and implementing new educational products in the field of language training of personnel for tourism in the light of the federal law on compulsory accreditation of guides and interpreters, which came into force recently. The author presents the new

master's program "Use of Language in Tourisms: the Basics of Heritage Interpretation in Relation to Written and Oral Translation" of the Department of Translation and Translation Studies of the Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication of Irkutsk State University as a tool to improve the quality of services in the tourism.

Keywords: *natural, cultural, and historical heritage interpretation, educational programs, accreditation of guide-interpreters*

Одной из важнейших составляющих туристического продукта является оказание информационных услуг, что в свою очередь является результатом профессиональной коммуникации гида-переводчика, экскурсовода, проводника. Качество информационных услуг, предоставляемых вышеперечисленными категориям сотрудников туристической сферы, с недавнего времени подлежит обязательной аккредитации, и жаркие дискуссии об оправданности, полезности и правильности этого шага не прекращаются по сей день (см., например: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и т. д. [1; 2]). Но, возможно, аккредитация станет первым шагом столь необходимой перезагрузки туризма [3].

Это нововведение накладывает на высшие учебные заведения и учебные заведения, реализующие профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования базовой и углубленной подготовки в области туризма, определенные обязательства: предоставлять образовательные услуги, соответствующие аккредитационным требованиям, обеспечивать программы обучения разных уровней: от среднего профессионального и высшего (уровня бакалавриат и магистратура) до программ повышения квалификации по классическим техникам и инновационным приемам обслуживания туристов [4]. Среди наиболее известных – курсы от Российского государственного университета туризма и сервиса, Московского государственного университета технологий и управления имени К. Г. Разумовского, Высшей школы экономики и т. д.

С 2000 года ИГЛУ, а с 2016 года – его преемник, ИФИЯМ ИГУ является одним из ведущих поставщиков образователь-

ных услуг в области туризма в регионе. Начиная с 2000 года значительная часть англоговорящих гидов-переводчиков Байкальского региона с иностранными языками (английским, немецким, китайским, корейским) проходили обучение или повышали квалификацию в стенах нашего вуза. С 2020 года благодаря грантовой поддержке Фонда Владимира Потанина в ИФИЯМ ИГУ открыта инновационная и на данный момент единственная в России магистерская программа подготовки специалистов в области туризма с иностранным языком: «Лингвистическое сопровождение туристической деятельности: основы интерпретации наследия, устного и письменного перевода». Ежегодно Фонд поддерживает новые инициативы по усовершенствованию образовательного продукта, так, в 2021/22 году в ИФИЯМ ИГУ появится онлайн-видеокурс «Основы интерпретации исторического, культурного и природного наследия», демонстрационная версия которого будет бесплатно предоставляться всем, желающим познакомиться с этим направлением. На данный момент интерпретация наследия как профессиональное направление мало знакомо в России. Тем не менее, оно уже служит источником вдохновения и новых профессиональных знаний для современных специалистов. Задача курса – познакомить слушателей с определениями, принципами и некоторыми инструментами интерпретации, вдохновить на более глубокое знакомство и погружение в данную тематику.

На данный момент существует огромное количество определений интерпретации наследия. Как справедливо отметил Джей Салливан, «информация, которую мы хотим сообщить, доходит через слова. А вот чувства, которые мы хотим у них вызвать, передаются через то, как мы эти слова говорим» [5], и инструменты интерпретации наследия призваны повысить именно качество передачи информации.

Интерпретация наследия – это и «просто подход к коммуникации, один из способов общения, <...> перевод информации с научного языка на язык, понятный обычным людям» [6], и «образовательная деятельность, которая стремится раскрыть смыслы и обнаружить связи посредством обращения к

подлинным объектам, опыта из первых рук и наглядных материалов, а не просто через передачу фактической информации» [7], и «процесс целенаправленной коммуникации, который стимулирует эмоциональные и интеллектуальные связи между интересами аудитории и значениями, заложенными в ресурсе» (NAI).

Использовать инструменты интерпретации наследия могут экскурсоводы, гиды-переводчики, проводники, сотрудники национальных парков, визит-центров охраняемых территорий, экскурсоводы, кураторы, лекторы музеев, причем не только в так называемой персональной, или личной коммуникации с посетителями в ходе непосредственного взаимодействия, но и опосредованно – при оформлении надписей к стендам, аншлагов, информационных стендов, сайтов своих организаций, блогах в соцсетях и т. д.

Инструменты интерпретации наследия призваны помочь «...холодным фактам обрести плоть, <...> а «неодушевленным предметам» становиться «героями живых историй» [8].

Благодаря им интерпретатор становится «соблазнителем», легко уводящим слушателей в новый и увлекательный мир, в котором ранее их ощущения не имели возможности проникнуть» [9].

Уверены, что программы по техникам и инструментам интерпретации наследия могут стать хорошим дополнением к существующим традиционным программам подготовки гидов-переводчиков, экскурсоводов, а также дадут новый импульс к совершенствованию профессиональных навыков, вдохновят специалистов на новые творческие эксперименты по разработке инновационных туристических продуктов, на рост и развитие.

Список литературы

1. Савичев А. Ю. Правовая регламентация деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников: опыт субъектов Российской Федерации и перспективы федерального регулирования. Текст: электронный // Административное и муниципальное право. 2020. № 3. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32564 (дата обращения: 12.09.2022).

2. Глушанок Т. М. Дискуссия об аккредитации экскурсоводов: как не загубить творчество под напором бюрократии // Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика: монография. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. Ч. 2. С. 235–251.

3. Корнеев С., Молохова Ю. Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в Россию. СПб.: Питер, 2021. 304 с.

4. Методические рекомендации по подготовке (переподготовке), повышению квалификации инструкторов-проводников, гидов-переводчиков, экскурсоводов. URL: <https://liptur.ru/ru/docs> (дата обращения: 05.10.2022). Текст: электронный.

5. Салливан Дж. Проще говоря: как писать деловые письма, проводить презентации, общаться с коллегами и клиентами. М.: Альпина Паблишер, 2020. 262 с.

6. Ham S. H. Environmental Interpretation. Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets. Golden: North American Press, 1993. 486 p.

7. Tilden F. Interpreting Our Heritage. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2007. 191 p.

8. Mills E. Trailblazer: The Adventures of A Nature Guide. Dover Publications, 2020. 320 p.

9. Edwards Y. The Land Speaks: organizing and Running an Interpretation System. The National and Provincial Parks Association of Canada. Golden Star Publishing, Golden, 1980. 87 p.

Информация об авторе

Елена Александровна Вебер, канд. филол. наук, доцент кафедры перевода и переводоведения, Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникации Иркутского государственного университета, г. Иркутск, Россия

Information about the author

Elena Alexandrovna Weber, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Translation Studies, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia

УДК 77.03+338.48+37

Образовательные возможности фототуризма и его развитие в современных тенденциях

Евгения Антоновна Михельсон

*Санкт-Петербургский государственный институт культуры,
г. Санкт-Петербург, Россия*

Рассматриваются образовательные возможности направления туристской деятельности – фототуризма. Приведено краткое определение термина «фототур». Описаны возможные мотивы выбора фототуристского направления, его развитие в современной индустрии, а также его целевая аудитория. Приводятся примеры разных типов возможных образовательных фототуристских программ. Намечены связи со смежными туристско-экскурсионными направлениями.

Ключевые слова: туризм, фотография, образование, фототуризм, фотопутешествия, образовательная программа

Educational Opportunities of Photo Tourism and its Development in Modern Trends

Evgenia Antonovna Mikhelson

Saint Petersburg State University of Culture, Saint Petersburg, Russia

The consideration of educational possibilities of the direction of photo tourism as a tourist activity. The bringing a brief definition of the term “photo tour”. Possible motives for choosing a photo tourism direction, its development in the modern industry, as well as its target audience are described. Examples of different types of possible educational photo tourism programs are given. Links with adjacent tourist excursion directions are outlined.

Keywords: tourism, photography, education, photo tourism, photo travel, curriculum

Фототуризм – направление туристской деятельности, получившее широкое развитие в последние несколько десятилетий. Это понятие не регулируется законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и другими официальными документами [4]. А. А. Волошина и В. М. Теньгушева в своей статье определяют фототуризм как вид организованного туризма, рассчитанный на любителей фотографии, желающих увидеть новые интересные места разных

уголков земли и под чутким руководством организатора грамотно и профессионально запечатлеть эту красоту на свою фотокамеру. Данный вид туризма может включать в себя элементы практически любых направлений: познавательного, гастрономического, этнографического, экстремального и т. д. Основной задачей при этом становится запечатление на фотографиях наиболее интересных моментов. Однако не все путешественники умеют снять красоту дестинации в полной мере, в основном из-за отсутствия опыта и навыков. Научить делать достойные снимки и запечатлеть непередаваемые виды – основная задача фототуризма.

Фотографирование экзотических природных объектов, архитектурных и исторических памятников, жизни и быта других народов стало популярным занятием в обеспеченных слоях общества практически сразу после изобретения фотографии, ещё в середине XIX в. Первыми маршрутами, которые можно назвать фототуристскими, стали поездки по Египту: вслед за экспедицией и трудами Жана Шампольона по прочтению иероглифов, увидеть своими глазами и запечатлеть фотографическим способом прославленные памятники Древнего Египта стало модным и престижным развлечением [2].

Во второй половине XX века появилось такое понятие, как фотоохота – съёмка природы, животных и птиц в их естественной среде обитания. Данный вид туризма объединяет в себе три составляющих для туриста: спортивную, так как является новым видом спортивной охоты, появившейся в начале XX века, познавательную, которая направлена на изучение туристом новых дестинаций, природных объектов и представителей фауны, а также художественную, представляя фотографию как направление в искусстве.

Для многих профессиональных фотографов специализацией стала съёмка далёких стран и народов. Одними из первых журналов, специализирующихся на фото туристских объектов, стали американский National Geographic [6] и чешский Fotografie, которые представляют фотографию как вид искусства, а в Советском Союзе кадры из путешествий печатали в журнале «Советское Фото» [5].

Со временем фотоаппарат стал спутником практически любого путешествия. Однако по-настоящему массовым это увлечение стало с революционным развитием фототехники. Сетевые пункты проявки и печати Kodak, появившиеся в России в 1990-х годах, избавили рядовых фотографов от необходимости лично возиться с реактивами. А массовый переход в начале 2000-х на цифровой формат съёмки открыл принципиально новые возможности. Фотокамера стала доступна каждому.

Изменились и мотивы, побуждающие людей к фотографированию. Если прежде, чаще всего, это были «фото на память» о каких-то достопримечательностях, доступные лишь узкому кругу друзей и родственников, то сейчас в жизнь пришли социальные сети, многие из которых ориентированы на публикацию фото- и видеоматериалов, такие как Pinterest, YouPic и т. д. [7; 8]. Изменилась и подача, и сам смысл фото, публикуемых в общественном пространстве, каким является интернет. «Нет фото – не было события».

Фототуризм можно разделить на две категории. В одном случае это совместное путешествие группы равноправных единомышленников в поисках кадров из определённых местоназначений или событийных мероприятий, например, команды дайверов, оснащённых фототехникой и ставящих перед собой задачи съёмки подводного мира. В другом – поход группы людей, увлечённых фотографией, под руководством опытного или известного фотографа. Этот вид фототуризма можно назвать образовательным [1]. На первое место здесь выходит обучающая роль фотографа-наставника, и важнейшая составляющая такого фототура – прохождение мастер-классов.

Классификация фототуров:

1. По степени комфортности: фотопоходы, фототуры повышенной комфортности со стационарной базой; фотокруизы с базой на круизном лайнере.
2. По объектам съёмки: пейзажные, жанровые, портретные, событийные, street-photo.
3. По форме проведения: с академическим уклоном, без теоретических занятий, workshop [3].

Целевая аудитория образовательного фототура может быть весьма широкой. Так, например, для профессионалов могут быть реализованы специализированные фототуры с целью повышения квалификации, а для любителей и новичков – фототуры с ознакомлением, введением в мир фотографии и обучением необходимым азам. Туристами могут оказаться и обладатели новейшей аппаратуры, которые хотят из рук мастера и в самых лучших условиях получить наставления по эксплуатации своей техники – и относительно случайные люди, к примеру, члены семей фотографов, сами непосредственно не заинтересованные. В свете актуальных интернет-тенденций, таких как ведение личного интернет-блога или рекламное продвижение компаний в социальных сетях, востребованным может стать не только техническая сторона создания фотоконтента, но и обучение грамотной подаче и продвижению своих материалов в сети Интернет.

Учитывая разнообразие целевой аудитории и средств, можно говорить о возможности реализации четырёх типов учебных программ, связанных с искусством фотографии и интегрированных в индустрию туризма:

1. Тур для подготовленных пользователей, в рамках повышения квалификации. Рассчитан на сроки от трёх дней до двух недель (в зависимости от направления учебной подготовки и разработанного маршрута).

2. Тур для новичков. Возможен формат как путешествия, так и летнего лагеря, в котором упор делается на изоляцию участников от внешних дел и полную концентрацию на обучении.

3. Элементы фототура для любителей и заинтересованных непрофессионалов. Возможно одно-двух-трёхразовое мероприятие в рамках «обычного» тура. Участники таких туров в реалиях путешествия могли бы не только сделать фотографии для личного архива, но и также вести фотоблог, фотодневник и т. п. в обществе и во взаимодействии с известными медиаперсонами.

4. Специализированные туры с акцентом на использование особых технических средств, например, обучение съёмке с квадрокоптеров или особенностям применения фототехники при дайверских погружениях.

В разных категориях обучающих фототуристских программ возможно планирование экскурсионной составляющей, которая дополнит образовательную часть и позволит познакомиться с дестинацией, которую посещают участники тура. Интенсивность экскурсионных мероприятий должна быть сбалансирована в зависимости от уровня сложности учебной компоненты.

Фототуризм требует технического обеспечения, что зачастую обходится очень дорого, однако современные технологии позволяют использовать подручные средства, такие как смартфон или планшет с камерой, что делает фототуризм доступным практически для любого. С точки зрения профессионального подхода к организации обучающего фототура можно предполагать наличие такой дополнительной услуги, как аренда/прокат фотооборудования, которое понадобится туристам на маршруте.

Туризм нуждается в свежих, уникальных и полезных идеях, которые будут соответствовать потребностям современного туриста. С течением времени люди требуют от путешествий не только впечатлений и отдыха в его классическом смысле, но и развития новых навыков, повышения своей квалификации, а также представления уже хорошо известных дестинаций под новым ракурсом. С ростом популярности фотографии как сферы искусства и деятельности появляется потребность в создании новых фототуристских продуктов и выведения их на рынок.

Список литературы

1. Биржаков М. Б., Макаров А. Г. История туризма: от прототуризма до туризма современности. СПб., 2012.
2. Волкова Т. А. Фототуризм: история и тенденции развития // Успехи современного естествознания. 2019. № 9. С. 103–112.
3. Волошина А. А., Теньгушева В. М. Фототуризм как оригинальный вид туризма // Молодёжь, наука, творчество – 2015: материалы XIII Межвузовской науч.-практ. конф. студентов и аспирантов. Омск, 2015.
4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон: [от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28 декабря 2016 г.)]. Текст: электронный // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462 (дата обращения: 01.10.2022).

5. Советское Фото. Журнал Союза журналистов СССР. М., 1926–1997.
6. National Geographic Magazine. URL: <https://www.nationalgeographic.com/magazine> (дата обращения: 03.10.2022). Текст: электронный.
7. Pinterest – Пинтерест. URL: <https://ru.pinterest.com/#top> (дата обращения: 03.10.2022). Текст: электронный.
8. YouPic – Photography – Inspiration, feedback, improvement – YouPic. URL: <https://youpic.com> (дата обращения: 03.10.2022). Текст: электронный.

Информация об авторе

Евгения Антоновна Михельсон, студент, Санкт-Петербургский государственный институт культуры, г. Санкт-Петербург, Россия

Information about the author

Evgenia Antonovna Mikhelson, Student, Saint Petersburg State University of Culture, Saint Petersburg, Russia

Научное издание

**Проблемы развития
индустрии туризма**

*Сборник издаётся в соответствии с оригиналом,
подготовленным редакционной коллегией,
при участии издательства*

Вёрстка И. Н. Аргуновой

Подписано в печать 30.12.2022.

Формат 60×84/16. Бумага ксерографическая.

Гарнитура Times New Roman. Способ печати цифровой.

Усл. печ. л. 21,7. Уч.-изд. л. 16,8. Заказ № 22182.

Печать по требованию.

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30



**Издадим монографию, пособие,
сборник конференции
в кратчайшие сроки!**

Издательский комплекс ЗабГУ **оказывает следующие услуги организациям и частным лицам:**

- допечатная подготовка и выпуск монографий, учебных пособий, научных журналов, авторефератов и другой литературы;
- оперативный выпуск электронных сборников (материалов конференций, тезисов докладов и т. п.);
- тиражирование бланочной продукции.

Издайте свою книгу на самых выгодных условиях при сохранении высокого качества исполнения, с использованием современного печатного цифрового оборудования

Расчет стоимости издания книги производится индивидуально в зависимости от технических характеристик и конкретного объема работ

Напишите нам и получите ответ на все интересующие Вас вопросы: **chita-ii@mail.ru**

Будем рады сотрудничеству с Вами!