

РОССИЙСКИЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ВЕСТНИК

НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ ТУРИЗМА

№ 1 (57) январь-март 2021

ISSN 2073-0624

ЭКОНОМИКА И ТУРИЗМ НАЧАЛИ ВОССТАНОВЛЕНИЕ



АКАДЕМИЯ

НАЦИОНАЛЬНАЯ

ТУРИЗМА

СОДЕРЖАНИЕ

НОВОСТИ ТУРИНДУСТРИИ	3
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ТУРИЗМА	
И.Ф. ЖУКОВСКАЯ, Д.А. МИТЯКОВ, А.Ю. ОВЧИННИКОВ. СФЕРА УСЛУГ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19: РОСТ ОНЛАЙН-СЕРВИСА	9
С.А. ЛЕБЕДЕВА. КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ СУТИ ВИДОВ КАНИКУЛЯРНОГО ТУРИЗМА	12
О.В. ШУЛЬГИНА, Д.П. ШУЛЬГИНА. РОЛЬ МУЗЕЕВ-ЗАПОВЕДНИКОВ РОССИИ В РАЗВИТИИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА	15
О.О. СИРЕНКО. РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ СЕКТОРЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	18
Т.И. ХЛЕВНАЯ, Ю.М. ДОМРА, Е.О. СТРЕЛЬНИКОВА. АУТЕНТИЧНОСТЬ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕЛОСТНОСТИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ НАРОДОВ	21
А.В. КУЧУМОВ, Е.В. ПЕЧЕРИЦА, М.В. ВОЛОШИНОВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	25
ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И ТУРИЗМЕ	
Б.А. ЕРМАКОВ, А.С. АРЕФЬЕВ, А.В. ЛЕОНОВА. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ НА ОСНОВЕ BIG DATA И ГЕОДАНЫХ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА	27
С.Г. ШКУРОПАТ. ВПЕЧАТЛЕНИЕ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИЙ ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНТЕКСТЕ «ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ»	31
А.А. ФОМИН, П.В. ЖУКОВ, С.Г. ШКУРОПАТ. СКАЗОЧНЫЙ ФОЛЬКЛОРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	33
Н.И. КУРИЦЫНА. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ШТАТНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	36
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ	
И.А. НОВОСЕЛОВ. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОПЫТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	40
Л.Х. НАЗАРОВА, М.А. БАЛИЦКИЙ. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО СПРОСА СРЕДИ ГРАЖДАН РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ	42
КОШИЛА МАЛРУНИ СУРИЯРАТХНЕ МАЛИЖ ДЖЕДАРА. ФЕНОМЕН ИНДИЙСКОГО КИНЕМАТОГРАФА КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАНЫ, ТРИГГЕР И ДРАЙВЕР МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА	45
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ	
Т.И. ВЛАСОВА, К.А. АНГЛИНОВ. «РУССКАЯ ТРОЯ» САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: КУЛЬТУРА И ЭКОНОМИКА	50
С.Ю. ЦЁХЛА, Н.А. БЕРЕЗИНА. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ И ЭФФЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ	54
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И ОТРАСЛЯМИ, СМЕЖНЫМИ С ТУРИЗМОМ	
А.Н. ЦАЦУЛИН, Б.А. ЦАЦУЛИН. КАКОЙ ИНДИКАТОР СЛЕДУЕТ ПРИЗНАТЬ ПРИОРИТЕТНЫМ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ?	57
ОБЗОР ОТРАСЛЕВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	68

CONTENTS

TRAVEL INDUSTRY NEWS	3
THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF ECONOMY AND TOURISM	
I.F. ZHUCKOVSKAYA, D.A. MITYAKOV, A.Yu. OVCHINNIKOV. SERVICE SECTOR DURING THE COVID-19 PANDEMIC: GROWTH OF ONLINE SERVICES	9
S.A. LEBEDEVA. COMPLEX APPROACH TO UNDERSTANDING THE ESSENCE OF LEISURE TOURISM TYPES	12
O.V. SHULGINA, D.P. SHULGINA. ROLE OF RUSSIAN MUSEUMS-RESERVES IN THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM	15
O.O. SIRENKO. ROLE OF PR TECHNOLOGIES IN PROMOTING TOURISM SERVICES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	18
T.I. KHEVNAYA, Yu.M. DOMRA, E.O. STRELNIKOVA. AUTHENTICITY OF ETHNIC TOURISM IN THE MODERN WORLD AS A BASIS FOR THE FORMATION OF THE INTEGRITY OF THE CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF PEOPLES	21
A.V. KUCHUMOV, E.V. PECHERITSA, M.V. VOLOSHINOVA. THEORETICAL ASPECTS OF IMPROVING THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE OF THE SERVICE SPHERE	25
INNOVATIONS IN ECONOMY AND TOURISM	
B.A. ERMAKOV, A.S. AREFYEV, A.V. LEONOVA. INFORMATION TECHNOLOGY PLATFORMS BASED ON BIG DATA AND GEODATA AS THE MAIN TOOL FOR DIGITAL TRANSFORMATION OF MODERN TOURIST SPACE	27
S.G. SHKUROPAT. IMPRESSION AS THE BASIS FOR INNOVATION OF TOURISM AND HOTEL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE "IMPRESSION ECONOMY"	31
A.A. FOMIN, P.V. ZHUKOV, S.G. SHKUROPAT. FAIRY-TALE FOLKLORE TOURISM AS A PROMISING DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF A TOURIST DESTINATION	33
N.I. KURITSYNA. DETERMINING THE STAFF OF CUSTOMS AUTHORITIES IN THE CONTEXT OF DIGITAL INTERACTION	36
GLOBAL ECONOMY AND INTERNATIONAL TOURISM	
A. NOVOSELOV. DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SERVICE SECTOR: GLOBAL TRENDS AND EXPERIENCE OF THE RUSSIAN FEDERATION	40
Kh. NAZAROVA, M.A. BALITSKY. FEATURES OF THE FORMATION OF TOURIST DEMAND AMONG THE CITIZENS OF THE REPUBLIC OF KOREA	42
KOSHILA MALRUNI SURIYARATHNE MALIJ GEDARA. PHENOMENON OF INDIAN CINEMA AS THE ECONOMIC POTENTIAL OF THE COUNTRY, THE TRIGGER AND DRIVER OF INTERNATIONAL TOURISM	45
REGIONAL ECONOMY AND DOMESTIC TOURISM	
T.I. VLASOVA, K.A. ANGLINOV. "RUSSIAN TROY" OF SAINT PETERSBURG: CULTURE AND ECONOMY	50
S.Yu. TSOHLA, N.A. BEREZINA. POTENTIAL RISKS AND EFFECTS OF THE IMPLEMENTATION OF INVESTMENT PROJECTS IN THE FIELD OF RECREATION AND TOURISM OF THE REPUBLIC OF CRIMEA	54
ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES AND INDUSTRIES RELATED	
A.N. TSATSULIN, B.A. TSATSULIN. WHAT INDICATOR SHOULD BE RECOGNIZED AS A PRIORITY IN THE IMPLEMENTATION OF PROGRAMS OF REGIONAL HEALTH DEVELOPMENT?	57
REVIEWS OF BOOKS ON TOURISM	68

ска о состоянии индивидуального лицевого счёта; единовременная выплата на детей от 3-х до 16-ти лет; запись в детский сад; регистрация транспортных средств [11]. Кроме того, граждане, потерявшие работу, смогли онлайн подать заявление и встать на учёт в центрах занятости населения и получать пособие.

Что касается услуг телемедицины, то 30 октября 2020 г. Министерство здравоохранения РФ издало приказ (№ 1184н), в котором рекомендовано организовать амбулаторные центры диагностики и лечения коронавирусной инфекции и с применением телемедицинских технологий. Действительно телемедицина может стать эффективным способом оказания медицинских услуг (так как носимые персональные IoT-устройства могут отслеживать жизненно важные показатели, чат-боты могут ставить первоначальные диагнозы, основываясь на симптомах, предоставленных пациентом), но только при полном сохранении оказания первичной помощи. Кроме того, для большинства регионов нашей страны (не только удалённых, но даже в 200 км от столицы) такая услуга пока еще недоступна.

ЛИТЕРАТУРА

1. COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU). URL: <https://www.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6> (дата обращения: 08.01.2021).
2. Outlook 2021: Global Economic Outlook. URL: <https://www.fitratings.com/campaigns/outlooks/global-economic> (дата обращения: 08.01.2021).
3. International Tourism and covid-19. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (дата обращения: 08.01.2021).
4. Российский рынок доставки готовой еды 2020. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/34344/> (дата обращения: 08.01.2021).
5. Юkassa. Исследование рынка доставки еды. URL: <https://promo.yookassa.ru/delivery-research> (дата обращения: 06.01.2021).
6. TelecomDaily. Рынок онлайн-видео взлетел в 1,5 раза. URL: <http://tdaily.ru/news/2020/08/28/rynok-onlayn-video-vzletel-v-1-5-raza> (дата обращения: 06.01.2020).
7. Электронная торговля 2020-2024, прогноз Data Insight. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024 (дата обращения: 06.01.2020).
8. Аналитический центр НАФИ. Россияне привыкли к онлайн-покупкам и готовы переплачивать. URL: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-privykli-k-onlayn-pokupkam-i-gotovy-pereplachivat/> (дата обращения: 06.01.2021).
9. Изменения покупательского поведения онлайн. Исследование Data Insight и оргкомитета конференции IDRf.online. URL: https://www.cossa.ru/articles/add/IDRF_Data_Insight.pdf (дата обращения: 06.01.2021).
10. Интерфакс Академия. Исследование рынка цифровых образовательных технологий в сегменте взрослой аудитории. URL: <https://academia.interfax.ru/ru/analytics/research/4257/> (дата обращения: 06.01.2021).
11. 2020 на Госуслугах: новые пользователи, выплаты и вывозные рейсы. URL: https://www.gosuslugi.ru/help/news/2020_12_30_results_of_the_year (дата обращения: 08.01.2021).
12. Yan Xiao, Ziyang Fan. 10 technology trends to watch in the COVID-19 pandemic. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/10-technology-trends-coronavirus-covid19-pandemic-robotics-telehealth/> (дата обращения: 08.01.2021).

УДК: 338.48; 379.85

DOI: 10.51677/2073-0624_2021_57_1_2

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ СУТИ ВИДОВ КАНИКУЛЯРНОГО ТУРИЗМА

COMPLEX APPROACH TO UNDERSTANDING THE ESSENCE OF LEISURE TOURISM TYPES

С.А. ЛЕБЕДЕВА,
аспирант, преподаватель кафедры менеджмента спортивной и туристской индустрии Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Lebedeva.Svetlana1994@gmail.com

АННОТАЦИЯ.

В статье рассматривается авторский подход к пониманию различных видов каникулярного туризма и их сочетаний в континуумах «болезнь – здоровье» и «физическая рекреация – духовная рекреация». Для лучшего понимания смежных форм туристской активности автор приводит примеры их реализации на рынке.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.

Каникулярный (досуговый) туризм, религиозный туризм, спортивный туризм, гастрономический туризм, культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, событийный туризм.

S.A. LEBEDEVA,

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Department of Sports and Tourism Industry Management, Graduate student, Lecturer, Moscow, Lebedeva.Svetlana1994@gmail.com

ABSTRACT.

The article considers the author's approach to understanding different types of leisure tourism and their combinations in the continuums "disease – health" and "physical recreation – spiritual recreation". For a better understanding of related forms of tourist activity, the author gives examples of their implementation on the market.

KEYWORDS.

Vacation (leisure) tourism, religious tourism, sport tourism, food tourism, cultural tourism, health tourism, event tourism.

Поднимая вопрос развития туризма, российские авторы часто прибегают к комплексному подходу. Невозможно развивать, например, культурный туризм на территории определенной дестинации, только увеличивая количество музеев и галерей. Ведь культурно-познавательный аспект несут в себе и праздничные мероприятия отдельных этносов, и традиционные блюда регионов, и даже природные условия, накладывающие отпечаток на повседневную жизнь народа. В этой связи очевидно, что, говоря о развитии и продвижении определенного направления туризма, речь также заходит и о пересекающихся с ним сегментах туристического рынка.

Вклад индустрии путешествий, связанной с отдыхом и досугом, в 2019 году составлял 6 995,4 млрд долларов, что эквивалентно 78,6% от прямого вклада туризма в мировой внутренний валовой продукт [1]. В Российской Федерации этот показатель достиг 80% от вклада сферы туризма в ВВП страны в аналогичном периоде [2]. Исходя из этого, каникулярные (досуговые) виды туризма, такие как культурный (или культурно-познавательный), гастрономический, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный, религиозный, а также их пересечения, представляют особый интерес, в том числе с точки зрения подходов к их пониманию. Культурно-познавательный туризм

часто рассматривается в научной литературе как зонтичное понятие, объединяющее прочие виды досугового туризма [3]. Что касается спортивного туризма, то в международной практике часто рассматривают этот вид путешествий в контексте спортивных мероприятий разного масштаба. Аналогичная ситуация характерна и для понимания гастрономического туризма, изучаемого, чаще всего, через призму фестивалей. Термин «лечебно-оздоровительный туризм» нередко рассматривается российскими авторами как синоним понятиям «медицинский туризм», «оздоровительный туризм», «спортивно-оздоровительный туризм», «физкультурно-оздоровительный туризм» и «рекреационный туризм». Вопрос о религиозном туризмом заключается не только в его отличии от паломничества, но и в границе между религиозным и культурным туризмом, включающим соборы и церкви в число объектов туристского показа [4].

Для лучшего понимания сути досуговых видов туризма и их сочетаний представим рассматриваемые феномены с точки зрения двух подходов: «болезнь (лечение) – здоровье (оздоровление)» и «физическая рекреация – духовная рекреация» (см. рисунок 1).

В горизонтальном направлении «болезнь-здоровье» виды туризма разделяются в зависимости от состояния путешествующего. Под здоровьем, согласно Всемирной

организации здравоохранения, понимается состояние полного физического, душевного и социального благополучия [5]. Соответственно, под болезнью понимаются любые нарушения нормальной жизнедеятельности (физического и душевного благополучия). Вертикальное направление позволяет рассмотреть виды туризма с точки зрения внешнего воздействия на туриста и его физической активности во время путешествия.

Сектор «болезнь (лечение) – физическая рекреация». В этот сектор целиком входит медицинский туризм, который, согласно подходу профессора А.М. Ветитнева из Сочинского государственного университета, наряду с оздоровительным является составляющей лечебно-оздоровительного туризма [6]. Попадание медицинского туризма в эту область не должно вызывать вопросов, так как квалифицированное медицинское вмешательство предполагает физическое взаимодействие с туристом, направляющимся в дестинацию с целью получения квалифицированной медицинской помощи. В этом сегменте также находится сочетание спортивного и медицинского туризма, включающее занятия реабилитационной физической культурой как способ «лечения заболеваний и восстановления функций организма, нарушенных или утраченных вследствие заболеваний и/или травм» [7, с. 68] в дестинации, отличающейся от привычного места пребывания.

Сектор «болезнь (лечение) – духовная рекреация» – наименее заполненная область. Частичное попадание религиозного туризма в рассматриваемый сектор неслучайно. Коллектив авторов из Испании в своей работе приводят в пример подход профессора антропологии Вален Смит из Калифорнийского государственного университета, которая объединяет паломников, преследующих сугубо религиозные цели в своем путешествии, и туристов, чьими мотивами в большей мере являются культурные и светские цели, в рамках религиозного туризма [8]. Таким образом, религиозные туристы, в первую очередь, преследуют цель посетить религиозные сооружения, выказать свое уважение религии и Богу, однако в ходе путешествия могут посещать и достопримечательности культурной направленности. В 2018 году британские ученые описали мотивы посещения религиозных мест, как сложные явления, длительно формирующиеся на основании жизненного и религиозного опыта, обозначив при этом, что в современном мире люди часто едут в святые места в надежде на чудесное исцеление от болезней и недугов [9]. Эффективность таких путешествий может вызывать сомнения у агностиков и атеистов, однако тысячи людей по всему миру верят в исцеляющую силу таких святых, как Черная Мадонна в монастыре Монсеррат в Испании, по преданиям помогающая бездетным женщинам забеременеть, или целебный источник в женском монастыре святой Феллы на Кипре, откуда паломники увозят глину, лечащую кожные заболевания. В России также существует ряд мест, славящихся своей целительной силой, например, Дивеевские святые источники (Нижегородская область), источник в Александрово-Ошевен-

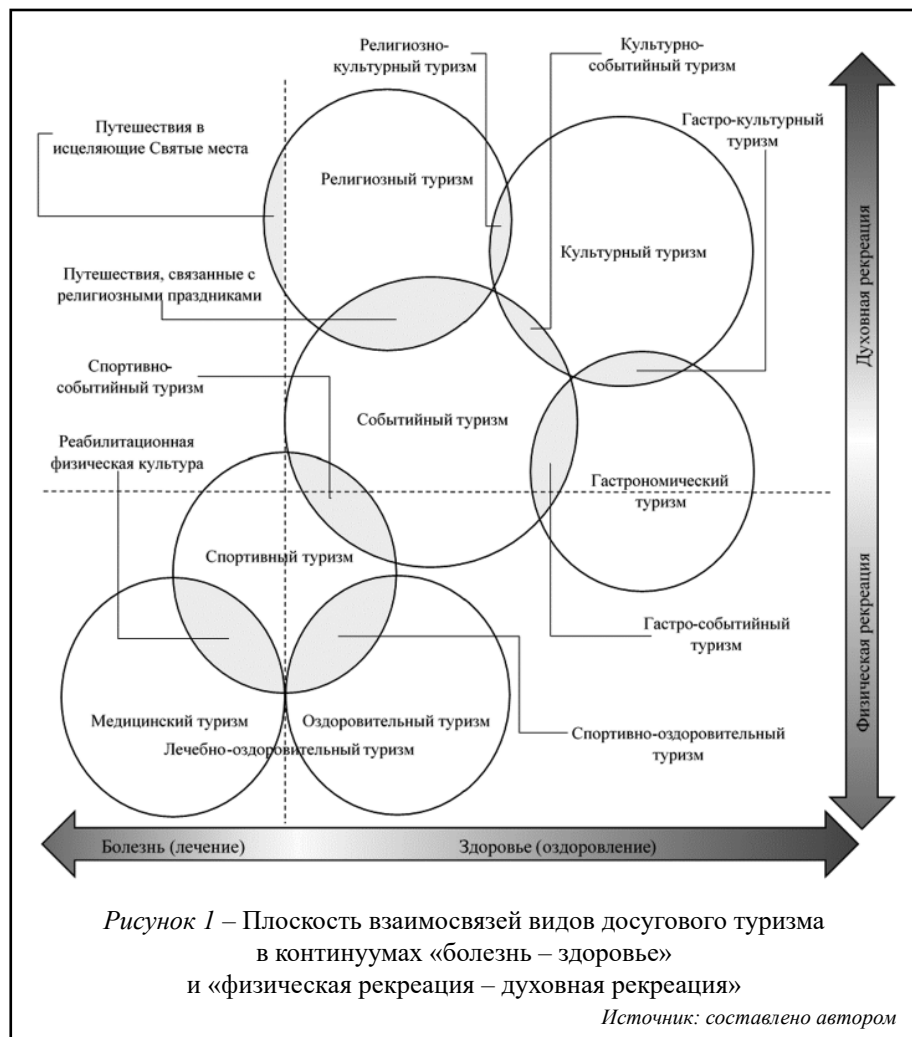


Рисунок 1 – Плоскость взаимосвязей видов досугового туризма в континуумах «болезнь – здоровье» и «физическая рекреация – духовная рекреация»

Источник: составлено автором

ском мужском монастыре (Архангельская область), святой источник в селе Алешня (Брянская область). Иногда люди специально едут в церкви, монастыри и соборы, где хранятся определенные «целительные» иконы и мощи святых.

Сектор «здоровье (оздоровление) – физическая рекреация». В данную область полностью входит вторая составляющая лечебно-оздоровительного туризма – оздоровительный туризм, определяемый Глобальным институтом здоровья как путешествие, обусловленное стремлением туриста сохранить и улучшить состояние своего организма [10]. Объектами рынка оздоровительного туризма являются спа-отели или санатории (характерные для отечественного рынка), предоставляющие услуги массажа, талассо- или бальнеотерапии.

Этот сектор также включает такие сочетания как спортивно-оздоровительный туризм, спортивно-событийный туризм и гастро-событийный туризм. Спортивно-оздоровительный туризм целиком лежит в данной области. Отчасти это связано с тем, что любое занятие физической активностью, будь то спортивное хобби или стремление к здоровому образу жизни, оказывает оздоравливающий и восстанавливающий эффект на организм. Примером этого объединения могут являться фитнес-туры, целью которых является физическое и ментальное оздоровление туриста с помощью методик, включающих аэробные упражнения, аква-аэробику, силовые занятия, пилатес и йогу [11].

Спортивно-событийный туризм лежит на пересечении физической и духовной рекреации. С одной стороны, это сектор «пассивных» спортивных туристов, приезжающих в дестинацию в качестве зрителей и болельщиков спортивных мероприятий глобального или регионального характера. С другой стороны, спортивные фанаты и болельщики, непосредственно присутствующие на соревнованиях, редко сидят спокойно. Они поддерживают свою люби-

мую команду или спортсменов горячими приветствиями, лозунгами, иногда пением национальных гимнов. Таким образом проявляется физическая активность турист-зрителей. Атмосфера мероприятия и вместе с этим нахождение рядом с другими болельщиками – факторы, определяющие пограничное положение спортивно-событийного туризма в континууме «физическая рекреация – духовная рекреация».

Гастро-событийный туризм, как было отмечено ранее, часто рассматривается зарубежными исследователями с точки зрения фестивалей. Данная тенденция, в первую очередь, объясняется тем, что в своем первом отчете по гастротуризму ЮНВТО указала, что 79% участников этого рынка отмечают значимость гастрономических фестивалей [12]. Второй причиной этого феномена является факт, что эногастрономические фестивали являются самым доходным сегментом рынка гастротуризма [13]. Так же как спортивно-событийный туризм, этот сегмент туристической индустрии находится на пересечении физической и духовной рекреации. В данном случае такое положение объясняется дегустацией туристами продуктов, представленных на фестивалях или ярмарках, что оказывает и физическое, и моральное воздействие на туриста.

Сектор «здоровье (оздоровление) – духовная рекреация» включает три объединенные области: религиозно-культурный, гастро-культурный и культурно-событийный виды туризма. Концепт религиозно-культурного туризма представляет собой синергию и своеобразное решение многолетних споров в вопросе положения религиозного и культурного сегментов туристического рынка. В отличие от религиозных путешественников, чья первоочередная цель заключается в посещении религиозных святынь и объектов культа, основным мотивом для религиозно-культурного путешественника является знакомство с культурой дестинации, в том числе посредством посещения храмов, церквей,

соборов и прочих религиозных мест, как одних из многочисленных объектов туристического показа.

Объединение культурного и гастрономического видов туризма очевидно, если исходить из определения культурного туризма, предложенного ЮНВТО. Культурный туризм предполагает изучение материальных и нематериальных культурных достопримечательностей, представляющих отличительные характеристики общества и включающих искусство, историческое, культурное и кулинарное наследие [14]. Примером культурно-гастрономических туров являются экскурсии на национальные предприятия по производству продуктов питания или изучение туристами традиционных блюд малых народов и отдельных этнических групп на территории посещаемых дестинаций.

Культурно-событийный туризм – концепт, получивший свое распространение в российских научных кругах благодаря О.В. Соболевой из Пражской высшей школы торговли и предпринимательства. К мероприятиям культурно-событийной направленности автор относит «редчайшие события» в области культуры и искусства. Туристы, посетившие выставку нидерландского художника Питера Брейгеля, проходившую в Венском музее в 2018 году, могут смело считать себя участниками культурно-событийного рынка, так как некоторые произведения этой выставки не выставлялись десятками лет. То же самое касается иностранных посетителей выставки Рембрандта Харменс ван Рейна в Государственном музее в Амстердаме в 2019 году. На этом мероприятии впервые выставлялось порядка 400 полотен голландского художника одновременно [15].

Таким образом, авторский подход к рассмотрению видов каникулярного туризма позволяет выйти за рамки традиционных туристских классификаций, определяя тем самым место и принадлежность спорных туристских объектов в разрезе двух континуумов единой туристской плоскости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Travel & Tourism Economic Impact 2020. Economic Impact Reports // World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (дата обращения: 20.01.2021)
2. Travel & Tourism Economic Impact 2020. Russian Federation. Country / Region Data // World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (дата обращения: 20.01.2021)
3. Чеглазова М.Е., Демина Е.С. Культурно-познавательный туризм – приоритетное направление развития туризма в Крыму // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: Материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции (26-27 апреля 2018 года). Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2018. С. 221–224.
4. Лебедева С.А. Подходы к пониманию религиозного туризма: туризм или паломничество? // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 6 (46). С. 326–329.
5. Constitution // World Health Organization. URL: <https://www.who.int/about/who-we-are/constitution> (дата обращения: 18.01.2021).
6. Ветитнев А.М., Киселева А.А., Конторских А.П. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма: монография. М.: ИНФРА-М, 2018. 158 с.
7. Ковтун Р.П. Об оздоровительно-реабилитационной физической культуре // Теоретические и практические проблемы развития современной науки: Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции (28 февраля 2018 года). Махачкала: Общество с ограниченной ответственностью «Апробация», 2018. С. 68–70.
8. Durán-Sánchez A., Álvarez-García J., Río-Rama D., De la Cruz M., Oliveira C. Religious tourism and pilgrimage: Bibliometric overview // Religions. 2018. Vol.9. № 9. 249 p. DOI: 10.3390/rel9090249.
9. Terzidou M., Scarles C., Saunders M.N.K. The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions // Annals of Tourism Research. 2018. Vol.70. 54–65 pp.. DOI: 10.1016/j.annals.2018.02.011.
10. What is wellness tourism? // Global Wellness Institute. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/> (дата обращения: 18.01.2021)
11. Добровольская Я.Ю., Кравчук Т.А., Савчук Д.А. Фитнес туризм – инновационное направление на туристском рынке // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма: Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции (7-8 июня 2018 года). Казань: Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2018. С. 328–331.
12. UNWTO Global Report on Food Tourism. Madrid: UNWTO, 2012. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414819> (дата обращения: 20.01.2021).
13. Culinary Tourism Market by Activity Type, Age Group and Mode of Booking: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2020-2027 //

Research and Markets. URL: [https://www.researchandmarkets.com/reports/5134108/culinary-tourism-market-by-activity-type-age?utm_source=CI&utm_medium=PressRelease&utm_code=6bsh38&utm_campaign=1420790+-+Global+Culinary+Tourism+Market+\(2020+to+2027\)+-+by+Activity+Type%2c+Age+Group+and+Mode+of+Booking&utm_exec=jamu273prd](https://www.researchandmarkets.com/reports/5134108/culinary-tourism-market-by-activity-type-age?utm_source=CI&utm_medium=PressRelease&utm_code=6bsh38&utm_campaign=1420790+-+Global+Culinary+Tourism+Market+(2020+to+2027)+-+by+Activity+Type%2c+Age+Group+and+Mode+of+Booking&utm_exec=jamu273prd) (дата обращения: 18.01.2021).

14. UNWTO Tourism Definitions. Madrid: UNWTO, 2019. DOI: 10.18111/9789284420858. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858> (дата обращения: 20.01.2021)

15. Соболева О.В. Местоположение мероприятий, связанных с культурой в классификации видов событийного туризма // Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента. 2019. №4-5(15). С. 57–66.

УДК 338.48+379.822

DOI: 10.51677/2073-0624_2021_57_1_3

РОЛЬ МУЗЕЕВ-ЗАПОВЕДНИКОВ РОССИИ В РАЗВИТИИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

ROLE OF RUSSIAN MUSEUMS-RESERVES IN THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM

О.В. ШУЛЬГИНА,
заведующая кафедрой географии и туризма института естествознания и спортивных технологий Московского городского педагогического университета, доктор исторических наук, кандидат географических наук, профессор, г. Москва, ShulginaOV@mgpu.ru

Д.П. ШУЛЬГИНА,
доцент кафедры всеобщей и российской истории института гуманитарных наук Московского городского педагогического университета, кандидат искусствоведения, доцент, г. Москва, ShulginaDP@mgpu.ru

АННОТАЦИЯ

Подчеркнуто значение событийного туризма для социально-экономического развития регионов. Выявлена роль музеев-заповедников России в организации и распространении событийного туризма. Приведены примеры. Установлена связь событийного туризма и событийного подхода в образовании. Перечислены ключевые даты «событийного календаря» 2021 г. Подчеркнута роль виртуальных технологий в событийном туризме.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.

Событийный туризм, музеи-заповедники, событийный подход в образовании, событийный календарь, виртуальные технологии в событийном туризме.

O.V. SHULGINA,
Moscow Pedagogical State University, Natural Sciences and Sports Technologies, Head of the Department of Geography and Tourism, Doctor of Historical Sciences, Candidate of Geographical Sciences, Professor, Moscow, ShulginaOV@mgpu.ru

D.P. SHULGINA,
Moscow Pedagogical State University, Institute of Humanities, Department of General and Russian History, Candidate of Art History, Associate Professor, Moscow, ShulginaDP@mgpu.ru

ABSTRACT.

The importance of event tourism for the socio-economic development of the regions is emphasized. The role of Russian museum-reserves in the organization and distribution of event tourism is revealed. The examples are given. The connection between event tourism and the event approach in education is established. The key dates of the "event calendar" of 2021 are listed. The role of virtual technologies in event tourism is emphasized.

KEYWORDS.

Event tourism, museums-reserves, event approach in education, event calendar, virtual technologies in event tourism.

События, как выдающиеся и яркие явления на фоне повседневности, с древних веков становились значимыми факторами для принятия решений о путешествиях, а в наше время – решений о туристских поездках. Олимпийские игры, национальные и международные праздники; карнавалы; исторические реконструкции [1], гастрономические соревнования; музыкальные, театральные, кино – фестивали, промышленные и торговые выставки и ярмарки; крупные форумы, конгрессы и другие мероприятия относятся к наиболее массовым по посещаемости событиям, давно ставшим популярными среди мероприятий событийного туризма во всем мире. Событийный туризм активно развивается и в России, на территории которой проводятся громкие, разнообразные, привлекающие значительное количество туристов, мероприятия международного, общероссийского, регионального уровней [2].

В России есть множество территории, связанных с событиями национального и мирового значения, среди которых места жизни и деятельности выдающихся людей; религиозные святыни; поля исторических сражений; места бытования народных художественных промыслов и ремесел; традиций и обычаев народов, населяющих

нашу страну. Потенциал этих и других территорий России для развития событийного туризма очень значим для нивелирования сезонного падения спроса на туристские услуги, развития туристской инфраструктуры, создания привлекательного образа (бренда) регионов, продвижения отечественного турпродукта на международный уровень и в целом для социально-экономического развития регионов, повышения их конкурентоспособности [3-5]. Даже для регионов, не обладающих выдающимся историко-культурным наследием, событийный туризм может стать основой туристского развития со специализацией на креативном проведении неординарных или традиционных событий (праздников, фестивалей, соревнований, конкурсов и т.п.).

Одним из факторов развития событийного туризма является быстро набирающая популярность событийный подход к образованию, когда изучение отдельных тем дисциплины (истории, литературы, мировой художественной культуры, географии и др.) осуществляется не в аудитории (классе), а на месте соответствующего конкретной теме события. Это может быть музей, музей-усадьба, другое учреждение или предприятие, улица города, природная территория... Такого рода событийный об-

разовательный туризм, осуществляющийся в формате образовательного события, основной идеей которого является вовлечение обучающихся в подготовку, реализацию и анализ результатов некоторого совместного мероприятия, имеющего педагогические цели [6], безусловно, способствует лучшему освоению образовательных программ.

Среди учреждений культуры России наиболее высокий потенциал событийного туризма имеют музеи-заповедники. Сеть музеев-заповедников фактически представляет из себя культурный каркас страны [7]. В России в настоящее время действуют 157 музеев-заповедников; в это число включены и некоторые музеи-усадьбы, по сути, являющиеся музеями-заповедниками. Они сосредоточены в местах, связанных с историческими событиями и жизнью выдающихся личностей. Музеи-заповедники сконцентрированы в основном на территории европейской части России. Располагая помимо объектов историко-культурного наследия, своими территориями они формируют уникальный туристический продукт и предлагают путешественникам большой выбор ярких событий российского и мирового уровней [8].

Почти в каждом музее-заповеднике есть основное событие, которое формирует лицо