

**ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
им. В.И. Вернадского»**

**Севастопольский экономико-гуманитарный институт  
(филиал)**

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**PROBLEMS AND PROSPECTS  
OF TOURISM DEVELOPMENT  
IN THE RUSSIAN FEDERATION**



**Севастополь - 2023**

**Sevastopol - 2023**

*Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации' 2023*

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

**Проблемы и перспективы развития туризма  
в Российской Федерации**

**Problems and prospects of tourism development  
in the Russian Federation**

Сборник научных трудов  
Collection of Scientific Works

Севастополь – 2023  
Sevastopol – 2023

УДК 338.48  
ББК 65.43  
П 781

*Рекомендовано к печати Ученым Советом Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», протокол № 11 от 18 октября 2023 г.*

Коллектив авторов.

П 781 **Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации:** Сборник трудов VIII Всероссийской (с международным участием) научной конференции «Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации» (г. Севастополь, 1-2 ноября 2023 года) / Ответственный редактор Д.В. Смирнов. – Москва : Перо, 2023. – 293 с.  
ISBN 978-5-00218-765-2

УДК 338.48(470.45/.47+470.61/.62)  
ББК 65.433(2Рос-13)

П 781 **Problems and prospects of tourism development in the Russian Federation:** collection of the VIII All-Russian (with international participation) scientific conference «Problems and prospects of tourism development in the Russian Federation» (Sevastopol, November 1-2, 2023) / Responsible editor D.V. Smirnov. – Moscow : Pero, 2023. – 293 p.  
ISBN 978-5-00218-765-2

В сборнике размещены статьи участников VIII Всероссийской (с международным участием) научной конференции «Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации» (г. Севастополь, 1-2 ноября 2023 года), в которых обобщены результаты научных исследований работников высших учебных заведений России, академических и отраслевых научных организаций, сотрудников международных, государственных и региональных организаций, коммерческих организаций, предприятий туристской отрасли, которые занимаются проблематикой и оценкой перспектив развития туристской индустрии в Российской Федерации.

Редакционная коллегия не всегда полностью разделяет точки зрения авторов, тем не менее считает их интересными и поддерживает их начинания.

В рукописи сборника сохранена авторская позиция каждого автора, внесенные изменения носят исключительно редакционный характер.

Сборник предназначен для учёных, специалистов, изучающих актуальные вопросы туристской индустрии, преподавателей, аспирантов, обучающихся.

Все статьи, изложенные в данном сборнике, были получены редакционной коллегией с 1 августа по 25 октября 2023 года.

УДК 338.48(470.45/.47+470.61/.62)  
ББК 65.433(2Рос-13)

ISBN 978-5-00218-765-2

© Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского», 2023  
© Коллектив авторов, 2023

**Редакционная коллегия:**

<b>Остапенко Лариса Валентиновна</b>	Начальник управления туризма города Севастополя
<b>Лазницкая Наталья Федоровна</b>	Директор Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», кандидат географических наук, доцент
<b>Екимова Зульфия Залетдиновна</b>	Заместитель директора по учебно-воспитательной и научной работе Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
<b>Трегулова Ирина Павловна</b>	Заведующий кафедрой туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», кандидат экономических наук, доцент
<b>Цыбульская Людмила Алексеевна</b>	Заведующий кафедрой менеджмента Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», кандидат экономических наук, доцент
<b>Максимов Сергей Николаевич</b>	Заведующий кафедрой правоведения Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», доктор юридических наук, профессор
<b>Бабошкин Евгений Альбертович</b>	Глава внутригородского муниципального образования города Севастополя Балаклавский муниципальный округ, председатель Ассоциации «Совет муниципальных образований города Севастополя»
<b>Афанасьев Олег Евгеньевич</b>	Доктор географических наук, доцент, профессор Высшей школы туризма и гостеприимства, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Московская область, Пушкинский район, дп Черкизово
<b>Тимиргалеева Рена Ринатовна</b>	Доктор экономических наук, профессор кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес», Институт развития города ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
<b>Ибрагимов Эрнест Энверович</b>	Заведующий кафедрой туризма, доктор экономических наук, доцент, ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь

**Ответственный редактор сборника:**

<b>Смирнов Дмитрий Валерьевич</b>	Старший преподаватель кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
-----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## СОДЕРЖАНИЕ

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

<i>Воронова Н.И., Кулагина Я.А.</i> ТУРИЗМ КАК ВИД АНТРОПОГЕННОГО ВЛИЯНИЯ НА СРЕДУ .....	9
<i>Воронова Н.И., Мозгов А.М.</i> ПРОМЫСЛЫ ДЛЯ ТУРИЗМА ИЛИ ТУРИЗМ ДЛЯ ПРОМЫСЛОВ.....	12
<i>Козар А.Н., Козар Н.К.</i> ЗАДАЧИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ТУРИСТОВ.....	15
<i>Козар А.Н., Козар Н.К.</i> ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ТУРИСТОВ К ДЕЙСТВИЯМ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ.....	19
<i>Лешкевич С.А., Ващенко Р.А.</i> ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКИХ КОНДИЦИЙ СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ В СЕКЦИИ ТУРИЗМА.....	22
<i>Лысиков П.И.</i> ОТ СТРОИТЕЛЬСТВА К ТУРИЗМУ: К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ ВНЕДРЕНИЯ МОДЕЛИ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ В ТУРОПЕРАТОРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ...	25
<i>Прохорова О.В.</i> МЕТОДИКА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИЗМЕ.....	29

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РОССИИ**

<i>Алексеева Е.В.</i> ГЛЭМПИНГ КАК НОВЫЙ ТРЕНД ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....	33
<i>Анисимова В.В., Лисевич А.Р.</i> РАЗРАБОТКА ТУРПРОДУКТА В СФЕРЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА.....	35
<i>Баженова А.В.</i> ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	41
<i>Бедулева Д.А., Васькова А.И., Рыбалова Т.В.</i> РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЮГА ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	43
<i>Болдина М.Ю.</i> СПЕЦИФИКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК ЖИТЕЛЕЙ ВОЛГОГРАДА).....	47
<i>Васильева И.Е.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	51
<i>Голубничая С.Н., Мишечкин Г.В.</i> ОПЫТ РАЗВИТИЯ «КРАСНОГО ТУРИЗМА» В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В ДОНЕЦКЕ.....	54
<i>Гречишников Д.С.</i> ВОЕННО-МЕМОРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СУЩНОСТНАЯ СПЕЦИФИКА.....	58
<i>Ермакова Е.Е.</i> СЕЛЬСКИЕ МУЗЕИ И ЧАСТНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ В ЭТНОТУРИЗМЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	62

<i>Жорова О.И.</i> <b>ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКОГО СЕВЕРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА).....</b>	<b>65</b>
<i>Зарбалиева Н.О.к., Доронин С.С.</i> <b>СРАВНЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РАЙОНАХ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....</b>	<b>70</b>
<i>Золотовский В.А.</i> <b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: НА ПРИМЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.....</b>	<b>75</b>
<i>Золотовский В.А., Полежаев Д.А.</i> <b>ВЛИЯНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ОБЩЕСТВА.....</b>	<b>80</b>
<i>Коновалова А.В., Кузнецова А.К.</i> <b>К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....</b>	<b>83</b>
<i>Лазницкая Н.Ф., Судина Г.И.</i> <b>ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....</b>	<b>88</b>
<i>Логвина Е.В.</i> <b>АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ЭЛЕКТРОФОЙЛИНГА НА РЫНКЕ РОССИИ.....</b>	<b>91</b>
<i>Лукьянова С.Р.</i> <b>МАРШРУТЫ ВЫХОДНОГО И ПРАЗДНИЧНЫХ ДНЕЙ КАК ТРЕНД В ТУРИЗМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....</b>	<b>95</b>
<i>Макарова Д.Д., Линева Ю.Г.</i> <b>ГОСТИНИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА.....</b>	<b>98</b>
<i>Мороз Т.Г.</i> <b>ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА: ЗНАКОМСТВО С ТРАДИЦИОННОЙ ВЕПСКОЙ КУХНЕЙ И БЫТОМ.....</b>	<b>102</b>
<i>Морозова Н.И., Кравченко В.А.</i> <b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РОССИИ.....</b>	<b>107</b>
<i>Позднякова Т.М., Волкова О.А., Кожунова Н.А., Калашишникова Е.А., Семенова А.С., Гетманова А.А.</i> <b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ.....</b>	<b>110</b>
<i>Полякова А.В., Рославцева Е.А.</i> <b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА НА ДОНБАССЕ.....</b>	<b>113</b>
<i>Приходько Т.П.</i> <b>СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ КАК ОДНОГО ИЗ ЗНАЧИМЫХ ФАКТОРОВ ТУРИЗМА.....</b>	<b>116</b>
<i>Садрисламова В.А.</i> <b>АГРОТУРИЗМ НА ТЕРРИТОРИИ КУНГУРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОКРУГА.....</b>	<b>120</b>
<i>Стельмах Е.А., Масимова А.Н.</i> <b>ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....</b>	<b>124</b>
<i>Удалых С.К.</i> <b>СОЗДАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ФОНДА КАК ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ РАЗНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ.....</b>	<b>129</b>
<i>Хисамутдинова А.Ф., Ахметова А.Н., Хабибуллина М.И.</i> <b>ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРМАТ ТРАДИЦИОННЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ: ОПЫТ ГОРОДА УФЫ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН.....</b>	<b>134</b>



<i>Чеглазова М.Е., Никонов К.А.</i> ГЛЭМПИНГ КАК ТРЕНД ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	138
<i>Шепилова В.Г., Писаненко Е.Р.</i> НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ТУРИЗМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ...	142
<i>Шнорр Ж.П.</i> РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ.....	146
<b><u>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И Г. СЕВАСТОПОЛЕ</u></b>	
<i>Джакаева Т.В.</i> САДОВО-ПАРКОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ XIX – НАЧАЛА XX ВЕКА. ПАРК ИМЕНИЯ РИШЕЛЬЁ В ГУРЗУФЕ.....	151
<i>Калинкина С.А., Дикая А.В.</i> СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ.....	154
<i>Мартьянова Е.Г., Чеснова Е.Н.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ.....	158
<i>Симонова Н.М., Листопад А.В.</i> АКТУАЛЬНОСТЬ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ.....	163
<i>Симонова Н.М., Себякина А.В.</i> ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И ГОРОДЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ СЕВАСТОПОЛЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	166
<i>Смирнов Д.В., Криволицкая И.В.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЕШЕХОДНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ.....	168
<i>Смирнов Д.В., Крячко С.И.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ.....	171
<i>Смирнов Д.В., Максимова А.В.</i> ВИННАЯ ДОРОГА: ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПЦИИ ВИННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ.....	174
<i>Трегулова И.П., Кибовская Е.А.</i> СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В СЕВАСТОПОЛЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	179
<i>Трегулова И.П., Матевосян И.А.</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ....	183
<i>Штельцер М.С., Еремина В.К.</i> САД И ЕГО RATIO AUTEM AUREA КАК ЭЛЕМЕНТ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ ДАЧИ А.П. ЧЕХОВА И О.Л. КНИППЕР В ГУРЗУФЕ.....	188
<b><u>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ</u></b>	
<i>Кушхова З.В., Завгородняя А.К.</i> НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ УСЛУГАМИ В SPA-ЦЕНТРЕ ОТЕЛЯ «ЛАЗУРНАЯ».....	193
<i>Кушхова З.В., Павленко Д.М.</i> НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ГОРОДСКОГО ОТЕЛЯ «МИЛАН».....	197
<i>Минин Е.В.</i> НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ КОМБИНИРОВАННОЙ МОБИЛЬНОСТИ ТУРИСТОВ.....	201

<i>Морозова Н.И., Логвинюк А.Р. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ.....</i>	<b>206</b>
<i>Морозова Н.И., Шкуренко А.Е. О НЕКОТОРЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....</i>	<b>208</b>
<i>Овчаренко Л.А., Овчаренко К.Т., Туренко К.В. ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ГЧП В ТУРИЗМЕ И СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ ДНР).....</i>	<b>211</b>
<i>Прохорова О.В. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ.....</i>	<b>215</b>
<i>Старцева Н.В., Морозова Н.И. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА: БАЛАНС ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ФАКТОРОВ.....</i>	<b>218</b>
<i>Чеглазова М.Е., Глухоедов Д.И. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.....</i>	<b>220</b>
<b><u>ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ</u></b>	
<i>Вашкевич Н.П. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА.....</i>	<b>226</b>
<i>Гизун Э.И. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ.....</i>	<b>229</b>
<i>Карпенко Г.А., Чаузова О.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАУС «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА» ДЛЯ РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В СЕВАСТОПОЛЬ.....</i>	<b>232</b>
<i>Мариупольский С.М. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ГОЛОСОВОГО ПОМОЩНИКА «ЯНДЕКС. АЛИСА» В РАЗРАБОТКЕ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ВИКТОРИНЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ.....</i>	<b>234</b>
<i>Морозова Н.И., Кравченко В.А. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ.....</i>	<b>239</b>
<i>Морозова Н.И., Гречка Е.А. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ .....</i>	<b>241</b>
<i>Морозова Н.И., Шкуренко А.Е. ОСОБЕНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....</i>	<b>244</b>
<i>Орлова Е.П., Карасева А.В. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ VR- И AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....</i>	<b>247</b>
<i>Рубан А.А., Орлова Е.П. К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА.....</i>	<b>251</b>
<i>Цыба Г.К., Калинкина С.А. ИННОВАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА.....</i>	<b>254</b>
<i>Ширяевский Д.С. ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....</i>	<b>258</b>



**ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА**

<i>Акылбекова Н.И., Мамбетова А.А., Сабырова А.О.</i> <b>РОЛЬ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА.....</b>	<b>263</b>
<i>Беляева А.Н.</i> <b>ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В БРАЗИЛИИ.....</b>	<b>267</b>
<i>Василенкова А.В.</i> <b>ТЕНДЕНЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И ФРАНЦИИ В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....</b>	<b>272</b>
<i>Логвинюк А.Р.</i> <b>ОПЫТ СИНГАПУРА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА.....</b>	<b>276</b>
<i>Палий В.Л., Дога Е.Ф.</i> <b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ.....</b>	<b>279</b>
<b>НАШИ АВТОРЫ.....</b>	<b>285</b>

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

УДК 338.48

**Воронова Н.И.**,

кандидат философских наук,  
доцент кафедры всеобщей и отечественной  
истории и муниципального управления,

**Кулагина Я.А.**,

обучающаяся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
профиль «Историко-культурный туризм»,

ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»,  
г. Коломна, Россия

## **ТУРИЗМ КАК ВИД АНТРОПОГЕННОГО ВЛИЯНИЯ НА СРЕДУ**

**Туризм как вид антропогенного влияния на среду.** В статье рассматриваются концептуальные основы, принципы и проблемы безопасного туризма в контексте средового взаимодействия природного и антропогенного. Туризм представляет собой интегративную отрасль, тесно сопряженную с экономическими, социокультурными и даже политическими факторами. Туристическая индустрия организует активное взаимодействие природной и антропогенной сред. Сложной методологической проблемой оказывается определение меры влияния туристической деятельности на различные среды (природные и социокультурные) и выработка критериев оценки перспективных и актуальных воздействий и их последствий от данной индустрии на соответствующие среды.

**Problems of the influence of tourism on the natural and socio-cultural environment.** The ambiguous impact of tourism activities on the environment has led to the understanding of society that, with a rational organization, tourism can provide real support for environmental protection. The article discusses the conceptual foundations, principles and problems of safe tourism in the context of environmental interaction between natural and anthropogenic. Tourism is an integrative industry closely related to economic, sociocultural and political factors. A complex methodological problem is to determine the measure of the influence of tourism activities on various environments (natural and sociocultural) and to develop criteria for assessing promising and current impacts and their consequences from this industry.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Актуальными представляются исследования, направленные на предупреждение, выявление и уменьшение отрицательного влияния от туристско-рекреационной деятельности. Данным проблемам посвящены научные труды Е.И. Арсеньевой, А.С. Кускова [1], Г.И. Гладкевича [4], С.А. Гурова, О.В. Кауровой, И.Г. Давыденко и многих других.

Большое значение имеют работы по созданию современных методологических подходов к прогнозированию и стратегическому управлению на государственном и региональном уровне, таких авторов как: С.Ю. Глазьев, Н.Т. Агафонов, М. Портер, Д.С. Львов, А.И. Швецов, Б.Г. Преображенский, О.В. Мигеева, А.Н. Петрова и др.

На разработку методик оценки туристских рисков ориентированы работы Г.А. Карповой, А.В. Тихомировой, Т.А. Нечаевой [5], А.О. Овчарова, С.А. Рекуновой и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Проблема влияния активно развивающейся отрасли туризма, различных его форм и направлений, требует дальнейшего изучения в связи с постоянными изменениями социально-экономических факторов и самой природной среды. Важными задачами являются: выявление негативного и позитивного влияния туристской деятельности на различные среды (природные и социокультурные), разработка концептуальных принципов безопасного туризма для минимизации факторов негативных последствий и деструктивного влияния туристической индустрии на окружающую среду.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании феномена туризма как вида антропогенного влияния в его взаимодействии с природной и социокультурной средами.

**Изложение основного материала.** Современная индустрия туризма оказывает существенное влияние на экологическую, экономическую и социально-культурную среду принимающих

территорий. Чаще всего анализируются отрицательные эффекты, прежде всего, природно-ориентированного туризма. Развитие в регионах туристской отрасли обычно оказывает положительное воздействие на социально-экономические показатели этих регионов

В плане влияния на природные экосистемы туризм зачастую наносит им существенный ущерб. Между тем, туризму, вовлекающему массы людей, может принадлежать важная роль по формированию экологического мировоззрения у разных возрастных групп населения. В индустриально развитых зарубежных странах соответствующее направление экологического туризма (ecotourism) оформляется в 80-е гг. XX века, в задачи которого входит содействие сохранению природы. Для этого создаются охраняемые зоны природных территорий, национальные парки, памятники природы, заповедники и т.п. В России с целью охраны биоразнообразия создано свыше ста государственных заповедников, более 1500 заказников. Экотуризм выполняет важные функции экопросвещения.

Для снижения субъективного фактора при анализе и оценке рекреационных ресурсов природных зон, уже используемых или потенциальных, важно применять геоинформационные технологии. При оценке рисков организации и развития туристического комплекса следует учитывать их наложение друг на друга, их пространственно-временную рассредоточенность. Все более популярным становится кластерный подход к развитию туризма, поскольку он способствует усилению межотраслевых связей. Актуальной задачей является регулирование и отслеживание возможной нагрузки на туристический объект. Большое значение имеет усовершенствование методов этико-воспитательной работы с туристами.

Экотуризм стремится к сбалансированному взаимодействию природного и антропогенного. Он не только нацелен на сохранение и поддержание биосистем, но выполняет целый ряд важных социальных функций, таких как: развитие специального образования для подготовки специалистов природоохранных профессий и туристической сферы, создание новых рабочих мест, стимулирование природоохранных программ и производства экологически чистых продуктов, увеличение инвестиций в исследовательские проекты по сохранению природы и др.

В связи с изменяющимися потребительскими предпочтениями, появляются «молодые» туристские дестинации, осваиваются и организуются новые туристические пространства. Все более привлекательными в этом плане становятся удаленные территории, в которые хотят «сбежать» жители промышленных мегаполисов, уставшие от задымленности, многолюдности, суеты и многочисленных проблем городской среды и техногенной цивилизации. Как правило, наибольшей проблемой для развития туризма в этом направлении становится транспортная доступность, в целом инфраструктурные ограничения подобных территорий. Удаленные регионы могут быть представлены этнонациональными или религиозно-конфессиональными меньшинствами, традиционалистскими типами культур. Привлечение туристских потоков в такие регионы может спровоцировать качественные социо-культурные трансформации, меняя поведение, уклад жизни и мировоззрение местных жителей.

Антропогенно перегруженные туристические среды, несмотря на экономическую выгоду, могут приводить к психологическому «эффекту раздражения и утомления» местного населения. Сперва местное население может испытывать эйфорию и благосклонно относиться к внедрению туризма, предвкушая выгоды, которые несет его развитие, проявлять гостеприимство в отношении туристов. На следующем этапе может проявляться скептицизм и апатия, с осознанием многочисленных изменений, которые за этим следуют, в том числе негативных, туристов воспринимают как чужаков, вторгающихся в местные культурные нормы, отношение к ним становится более потребительским с позиций извлечения выгоды. Когда туристская аттрактивность достигает своего апогея, у местного населения может проявляться раздражение и агрессивность по отношению к туристам, особенно, когда вынуждают соответствовать требованиям и ожиданиям потребителей к условиям проживания, питания и т.п., вопреки местным культурным традициям. Чтобы достичь в подобной ситуации примирения сторон, необходимо предпринять сложный комплекс мер, чтобы вернуть толерантность местного населения. Так называемый «порог толерантности» зависит от экономической, образовательной, в целом культурной дистанции между туристами и местными жителями, от скорости внедрения и развития туристской деятельности, ее масштабов. С притоком туристов возникают социальные риски. В связи с этим, ряд проектировщиков туристско-рекреационных сред предпочитают выносить туристические территории за границы

проживания местного населения, создавая туристские кластеры и пространства, имитирующие аутентичность местной культурной среды, но не вторгаясь в матричную [6].

Вместе с тем туризм может способствовать возрождению местных традиций, производств и историко-культурного наследия [3]. Так инвайронментальный феномен туризма задействует различные сферы общественной жизни, представляя собой движение за качество среды обитания.

К самой туристской среде современные потребители туристских продуктов и услуг предъявляют все возрастающие требования: к разнообразию развлечений, к инфраструктурным условиям, комфорту, соотношению цены-качества, к содержанию событийных и рекреационных мероприятий и т.п.

К наиболее распространенным факторам негативного влияния туризма на окружающую среду относятся: мусорные и шумовые загрязнения; эрозия береговых линий (из-за организации пляжей, выравнивания прибрежных поверхностей под строительство отелей и пр.), сброс сточных вод в реки и моря, разрушение естественных сред (лесов, лугов, горных склонов, озер) для размещения объектов туризма; влияние на местные культуры (культурная экспансия, разрушение местного образа жизни и мировоззрения и т.п.); разрушение от массового посещения природных памятников и памятников старинной архитектуры; провоцирование социально-экономических противоречий и многое другое. Туристическая мода и спрос на аутентичные продукты, например, редкие дары моря, приводит к резкому сокращению популяций, употребляемых в пищу морских обитателей, ставя под угрозу их выживание из-за нарушения условий восполнения тех или иных биоресурсов.

Организационно-управленческие механизмы должны осуществлять контроль не только уже действующих туристических объектов, но и осуществлять прогнозную оценку воздействий на окружающую среду новых проектов. Важными представляются меры по оптимизации ресурсопотребления. Большой урон может наносить неорганизованный туризм. Так, например, на Байкале самодельные туристы оставляют за собой горы мусора, по общим подсчетам, за годовой период от одного человека там скапливается около двух кубических метров бытовых отходов. Исчерпаны, например, по мнению экспертов, природные способности Финского залива к гомеостазу, данная акватория является на данный момент наиболее загрязнённой частью Балтийского моря. Не меньший вред в горных районах России наносит окружающей среде горнолыжный туризм: на месте горнолыжных трасс вытопанные переуплотненные почвы становятся подверженными эрозии, что приводит к вымиранию растительности.

С учетом того, что любая социокультурная, в том числе туристическая, деятельность человека меняет окружающую среду, сложной методологической проблемой оказывается определение меры этих изменений и критериев их оценки. Важен комплексный подход, так как от отдельного направления или вида туристской деятельности может не наблюдаться существенного негативного влияния на среду, а в совокупности нескольких видов деятельности – урон среде бывает очень серьезным. Одни виды туристской деятельности оказывают непосредственное влияние на среду, другие – весьма опосредованное. Оценки также будут отличаться в зависимости от масштаба рассмотрения последствий и перспектив туристической индустрии – в региональном, национальном, общегосударственном или международном.

**Выводы:** Влияние современной отрасли туризма на среду оказывается амбивалентным: с одной стороны весьма негативным и деструктивным, прежде всего, в плане отрицательного влияния на экологию, ее нарушение и загрязнение, с другой стороны положительным и конструктивным, – приводя к увеличению экономического потенциала и человеческого капитала регионов и туристско-рекреационных зон. Положительное воздействие на природную среду, сохранение и создание заповедников, способствует развитию экологического туризма. Значительная роль принадлежит туризму и в сохранении памятников историко-культурного наследия, а также в развитии городской инфраструктуры и архитектурной среды. Развитие массового туризма неизбежно приводит к изменению санитарных условий и эстетико-ландшафтным трансформациям. Туристическая индустрия может отрицательно влиять на биологическое равновесие, на изменения в геологических формациях. Важна разработка программ по организации и регулированию поведения туристов, технологий и стратегий управления курортно-рекреационными средами, установление контроля за соблюдением санитарных норм всеми участниками данной индустрии, осуществление регулярного мониторинга экологических и социологических показателей.

**Список использованных источников:**

1. Арсеньева, Е.И. Экотуристский потенциал особо охраняемых природных территорий и проблемы его использования / Е.И. Арсеньева, А.С. Кусков // Туризм и культурное наследие: сборник научных статей, вып. 3. – Саратов: СГУ, 2005. – С. 233-248. – Текст: непосредственный.
2. Владыкина, Ю.О. Брендинг региона как способ формирования туристской территории / Ю.О. Владыкина // Сервисные технологии: теория и практика: сб. науч. тр. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2010. – Вып. 2. – С. 38-41. – Текст: непосредственный.
3. Воронова, Н.И. История как «история памяти» и проблема сохранения нематериального культурного наследия / Н.И. Воронова // Философия и методология истории. Сборник научных статей X Всероссийской научной конференции. – Коломна, 2023. – С. 47-54. – Текст: непосредственный.
4. Гладкевич, Г.И. Неконфликтное рекреационное использование территории (зарубежный опыт для Бурятии) / Г.И. Гладкевич // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования / под ред. В.И. Кружалин, А.Ю. Александровой. – М., 2008. – С. 308-322. – Текст: непосредственный.
5. Нечаева, Т.А. Потребность в геоэкологических знаниях для успешной профессиональной деятельности специалиста по туризму / Т.А. Нечаева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2012. – Т. 3. Педагогика. – № 2. – С. 61-71. – Текст: непосредственный.
6. Шерешева, М.Ю. Необходимость системного подхода к развитию российских туристских дестинаций в условиях растущей угрозы овертуризма / М.Ю. Шерешева, Е.Е. Полянская, М.С. Оборин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – Т. 13. – № 4. – С. 75-86. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, экологический туризм, массовый туризм, окружающая среда, экология, рекреационный потенциал территории, социально-культурная среда.

**Keywords:** ecotourism, tourism industry, mass tourism, environment, ecology, recreational potential of the territory, socio-cultural environment.

УДК 379.85

**Воронова Н.И.,**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры всеобщей и отечественной  
истории и муниципального управления,

**Мозгов А.М.,**

обучающийся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
профиль «Историко-культурный туризм»,

ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»,  
г. Коломна, Россия

## **ПРОМЫСЛЫ ДЛЯ ТУРИЗМА ИЛИ ТУРИЗМ ДЛЯ ПРОМЫСЛОВ**

**Промыслы для туризма или туризм для промыслов.** В статье рассматриваются проблемы сохранения и модернизации народных художественных промыслов в контексте их включения в туристическую индустрию. Анализируются факторы и особенности формирования туристического кластера на основе народных художественных промыслов. Выявляются положительные и негативные эффекты и последствия от такого рода взаимодействия данных отраслей – туристической и народно-промысловой. В статье особенно отмечается, что существует риск фальсификации историко-культурной памяти о народных художественных промыслах в некоторых туристических кластерах в результате подмены аутентичных технологий и продуктов имитационными.

**Folk artistic crafts and tourism: problems of interaction.** This article is devoted to the problem of creating a tourism cluster based on folk artistic crafts. The authors analyze the positive and negative aspects

of the interaction between folk artistic crafts and tourism. The article especially notes that there is a risk of falsification of the historical and cultural memory of folk artistic crafts in some tourist clusters.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Большое количество работ посвящено исследованию места и роли народных промыслов в художественной культуре России. К таким работам можно отнести труды: Л.А. Кузнецовой, Г.В. Ганьшиной, С.В. Лебедева, А.Н. Алексева, Е.В. Макаровой, Т.В.Куликовой и многих других.

Актуальными представляются исследования, посвященные проблемам сохранения традиционных художественных промыслов: А.В. Бакушинского, В.Е. Гусева, Н.И. Костомарова, Л.Н. Романовой, Д.А. Шевченко, О.В. Семерицкой, С.В. Першина и др.

Художественные народные промыслы как фактор формирования туристических кластеров рассматриваются в работах: Е.Г. Радыгина, М.В. Рапопорта, А.В. Артемова, Т.А. Фетисовой, М.Н. Кулешовой, В.А. Козловой [4], Г.В. Ганьшиной, Д.Г. Белова, А.А. Поповой, М.В. Власова и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Проблема взаимодействия и взаимовлияния туристической отрасли и народно-промысловой сферы пока мало изучена и недостаточно широко раскрыта. Также необходимы: выявление и анализ актуальных состояний и тенденций, разработка возможных перспектив взаимовыгодного сотрудничества и развития данных отраслей, поиск решений существующих сложностей.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании взаимодействия туристической отрасли и народных художественных промыслов в пространстве современной культуры.

**Изложение основного материала.** Традиционные народные художественные промыслы (НХП) в пространстве современной культуры являются интегративным феноменом: частью народного искусства, отраслью промышленного или кустарного производства, объектами музеефикации и составляющими туристских кластеров. Их воспроизведение и развитие в новых условиях носит противоречивый характер.

В связи с развитием массового туризма и потребительского спроса на продукцию того или иного местного художественного промысла, возникает проблема подделок и подмены аутентичной продукции более дешевыми аналогами автоматизированного современного производства.

Острой и сложной является проблема сохранения культурного наследия народных художественных промыслов. И в связи с этим туризму отводится важная задача актуализации данного наследия. Туристическая деятельность становится способом включения традиционных промыслов в актуальную культуру. Наиболее серьезным, научным и проработанным способом, конечно, была и остается музеефикация народного наследия. Но музеефикация народных промыслов проходит локально и фрагментарно. Коллекции музеев в большей степени хранят сами произведения, но не всегда их индустриальную составляющую, технологии и модели воспроизводства. Аксиологическая и семиотическая составляющие не могут быть изъяты из среды бытования художественных промыслов, поэтому в полной мере не доступны музеям.

Грамотное включение народных промыслов в туристические программы может создать условия не просто для ознакомления туристов с традиционными художественными производствами и их продукцией, но обеспечить транслирование ценностно значимых смыслов, духовной составляющей этого наследия. Вместе с тем на этом пути много опасностей, так как необходима научно-исследовательская основа и соблюдение охранных мер по отношению к промысловому наследию, а туристическая деятельность отзывчива на запросы и ожидания туристов, для которых зачастую первостепенным оказывается не познавательный характер туристических мероприятий, а развлекательный. Основой современного массового туризма являются впечатления. Все более популярными и востребованными становятся интерактивно-иммерсивные практики, вовлечение и погружение участников в саму деятельность, событие. В рамках туристических программ для туристов проводят мастер-классы, они могут принять непосредственное участие в художественно-промысловой деятельности. Но, как правило, все это представляет адаптированный, «облегченный», развлекательно-игровой характер, что может приводить к деформированному представлению о содержательной и смысловой сущности народных промыслов, к искажению историко-культурной памяти [3].

Фабрик, деревень и мест, в которых продолжают воспроизводиться народные промыслы, становится все меньше. Создание туристских кластеров с традиционными художественными промыслами может внести существенный вклад в их сохранение и актуализацию, хотя, как выше отмечалось, существует риск фальсификации историко-культурной памяти.

Недостаточное внимание уделяется уровню кустарного производства, как со стороны государства, так и туристической отрасли, ориентированной на уже сложившиеся стереотипы и «бренды» широко известных промыслов [2]. Пока доминируют тенденции товаризации наследия с основной целью – извлечение быстрой прибыли. Подобная эксплуатация в коммерческих интересах приводит к отрыву промысла от своего историко-культурного контекста, трансформации, наделению его чуждыми смыслами и значениями. Выходом из такой ситуации может стать разработка на основе всестороннего научного изучения стратегической концепции комплексной средовой и смысловой музеефикации народного промыслового наследия в туристических кластерах для корректного сохранения, воспроизводства и актуализации в современной культуре.

Для современных туристов, имеющих тягу к нестандартным, выводящим за пределы обыденности программам и маршрутам, знакомство и приобщение к ставшим экзотическими народным промыслам может носить привлекательный характер.

Народные художественные промыслы обладают высоким эстетическим, морально-нравственным, в целом, воспитательным потенциалом. Поэтому важно обеспечить преемственность в их освоении и их сохранение. Важной методологической проблемой на данном этапе является выработка критериев для определения меры и статуса сохранности народных художественных промыслов.

Наследие промыслов во всем их многообразии обладает высоким ценностным значением, является носителем культурных этнонациональных кодов, частью историко-культурной и социальной памяти. Поэтому важно избежать надвигающейся угрозы его товаризации и трансформирующей модернизации. Примеров успешной коллаборации рассматриваемых отраслей пока не так много, но потенциал при должных организационных подходах высок. Существенной проблемой также является низкая популярность народных промыслов для молодого поколения, а формирование интереса к ним – долгий и сложный процесс. Пока традиционным производителям приходится конкурировать с контрафактной продукцией, дешевыми подделками для оптовых покупателей [8]. Для решения кадрового вопроса, не последнюю роль играет развитие художественно-промышленного образования.

Катализатором возрождения и развития народных промыслов может стать развитие регионального туризма. Народные художественные промыслы способствуют развитию этнотуризма, событийного и культурно-познавательного туризма [1]. Интеграция НХП в индустрию туризма может способствовать существенному улучшению экономической ситуации в регионах, решению проблемы занятости населения. Вместе с тем популяризация самих промыслов будет способствовать их возрождению и сохранению в качестве объектов культурного наследия.

**Выводы.** В настоящее время нарастает тенденция к угасанию народных промыслов. Вместе с тем народные художественные промыслы все чаще становятся туристским продуктом, включаются в туристическо-рекреационные кластеры. В связи с этим существует риск фальсификации историко-культурной памяти о них. Важно разработать комплексную охранно-восстановительную модель функционирования и развития народных художественных промыслов в туристической сфере.

#### **Список использованных источников:**

1. Адашова, Т.А. Народные художественные промыслы как элемент стратегии развития этнографического туризма в России / Т.А. Адашова, Н.В. Косарева // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России : матер. междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 9-10 марта 2017 г.). – М., 2017. – С. 15-21. – Текст: электронный // URL: <https://kostromka.ru/tourism/adashova.php> (дата обращения: 04.10.2023).
2. Владыкина, Ю.О. Брендинг региона как способ формирования туристской территории / Ю.О. Владыкина // Сервисные технологии: теория и практика: сб. науч. тр. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. – Вып. 2. – С. 38-41. – Текст: непосредственный.
3. Воронова, Н.И. История как «история памяти» и проблема сохранения нематериального культурного наследия / Н.И. Воронова // Философия и методология истории. Сборник научных статей X Всероссийской научной конференции. – Коломна, 2023. – С. 47-54. – Текст: непосредственный.
4. Кулешова, М.Н. Народные художественные промыслы как фактор развития туризма в регионе / М.Н. Кулешова, В.А. Козлова // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и



- гостеприимства: материалы 5-й Межрегион. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Рязань : Изд-во Рязанского гос. ун-та им. С.А. Есенина, 2018. – С. 34-37. – Текст: непосредственный.
5. Мастеница, Е.Н. Актуализация культурного наследия в музее: вызовы современности / Е.Н. мастеница // Вестник Кемеровского государственного института культуры. – 2020. – № 50. – С. 14-21. – Текст: непосредственный.
  6. Нельзина, О.Ю. Историко-культурный потенциал территорий и его использование при организации комплексов этнографической направленности / О.Ю. Нельзина // Учёные записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). – 2020. – № 2. – С. 57-62. – Текст: непосредственный.
  7. Пенкина, Н.В. Туристско-рекреационная система: теория и практика организации / Н.В. Пенкина, О.Ю. Никифорова, О.В. Чернявская. – Нижневартовск: Нижневартовский гос. ун-т. – 2020. – 122 с. – Текст: непосредственный.
  8. Седых, И.А. Рынок народно-художественных промыслов / И.А. Седых. – Текст: электронный // URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2021/09/15/1472121216/> Рынок\_народно-художественных\_промыслов-2021. pdf (дата обращения: 05.10.2023).

**Ключевые слова:** туризм, народные художественные промыслы, культурное наследие, туристическая индустрия, историческая память, этнотуризм.

**Keywords:** tourism, folk artistic crafts, cultural heritage, tourism industry, historical memory, ethnotourism.

**УДК 379.85**

**Козар А.Н.,**

кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма,

**Козар Н.К.,**

кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма,

Казанский кооперативный институт (филиал)  
АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации  
«Российский университет кооперации»,  
г. Казань, Россия

## **ЗАДАЧИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ТУРИСТОВ**

**Задачи психологической подготовки туристов.** В данной статье рассматриваются задачи психологической подготовки туристов. Под туризмом обычно понимают две мало пересекающиеся области – это, во-первых, целенаправленная (или бесцельная) более или менее продолжительная жизнедеятельность человека (либо группы людей) в условиях дикой необустроенной (или практически необустроенной) природы (в лесу, степи, горах, пустынях, пещерах, и т.д.), и, во-вторых, путешествия-экскурсии по городам и весям с целью осмотра рукотворных и нерукотворных достопримечательностей (с проживанием в отелях и гостиницах, питанием в ресторанах-столовых, и т.д.). Каждая область имеет свою специфическую психологическую окраску. Психология («психе» – душа, «логос» – наука) – наука о душе. Что здесь имеется в виду под словом «душа»? Любой человек умеет думать, имеет способность чувствовать, может ставить цели и добиваться их достижения – разум, чувства и воля являются разными проявлениями человеческой души. Именно эти проявления в их единстве изучает наука психология.

Для качественного выполнения туристами своих обязанностей в походе важны быстрота реакции на непредвиденные, внезапные события, готовность быстро действовать с предельными нагрузками, способность не растеряться в случае неудачи, умение длительное время переносить умственные, волевые и эмоциональные нагрузки. Наиболее эффективный путь в развитии необходимых психологических качеств туристов – система психологической подготовки, которую в упрощённом виде можно представить, как комплекс знаний о предстоящей обстановке и своих

действиях в ней, а также навыков и умений управления собой для достижения максимальной эффективности своих действий в этой обстановке с сохранением жизни и здоровья.

**Tasks of psychological preparation of tourists.** This article discusses the tasks of psychological training of tourists. Tourism is usually understood as two areas that overlap little – it is, firstly, the purposeful (or purposeless) more or less prolonged life activity of a person (or a group of people) in a wild unsettled (or practically unsettled) nature (in the forest, steppe, mountains, deserts, caves, etc.), and, secondly, travel-excursions to cities and towns in order to inspect man-made and non-man-made attractions (with accommodation in hotels and inns, meals in restaurants, canteens, etc.). Each area has its own specific psychological coloring. Psychology («psyche» – soul, «logos» – science) – science about the soul. What is meant here by the word «soul»? Any person can think, has the ability to feel, can set goals and achieve them – reason, feelings and will are different manifestations of the human soul. It is these manifestations in their unity that the science of psychology studies.

For the high-quality fulfillment of their duties by tourists on a hike, the speed of reaction to unforeseen, sudden events, the willingness to act quickly with extreme loads, the ability not to get lost in case of failure, the ability to endure mental, volitional and emotional loads for a long time are important. The most effective way to develop the necessary psychological qualities of tourists is a system of psychological training, which in a simplified form can be represented as a set of knowledge about the upcoming situation and their actions in it, as well as skills and self-management skills to achieve maximum effectiveness of their actions in this situation with the preservation of life and health.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема психологической подготовки туристов к действиям в экстремальных ситуациях в Российской Федерации на современном этапе развития уже достаточно исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Крис Макнаб [6], Юрий Байковский [1] и др. Основным содержанием их работ являются современное состояние психодинамики, как фактора выживаемости малой группы в экстремальных условиях.

**Выделение нерешённой проблемы.** За последние десятилетия, а в особенности после начала специальной военной операции на Украине, граждане нашей страны всё больше оставляют выбор в качестве туристского маршрута за РФ. А при формировании туристических групп должны учитываться интересы различных слоёв населения, их возраст и другие психологические качества, способные повлиять на психологический климат в группе.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в том, чтобы дать представление о психологической подготовке туристов к действиям в экстремальных ситуациях в туристских походах.

**Изложение основного материала.** Содержание психологической подготовки и основной принцип, используемый при решении задач психологической подготовки туристов [1; 6], приведены на рисунках 1 и 2.

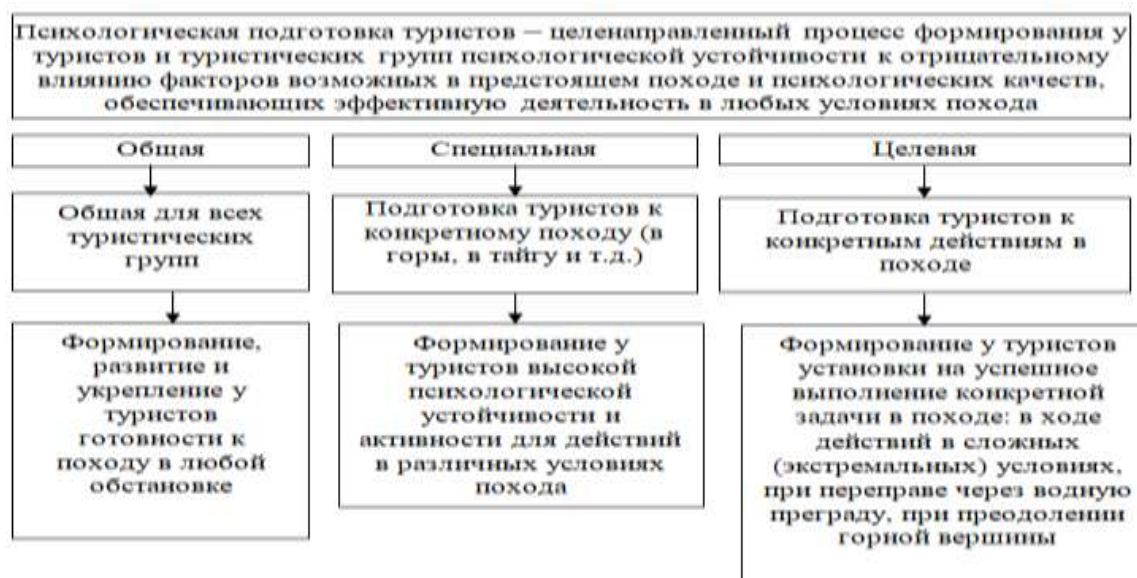


Рисунок 1 – Структура психологической подготовки туристов

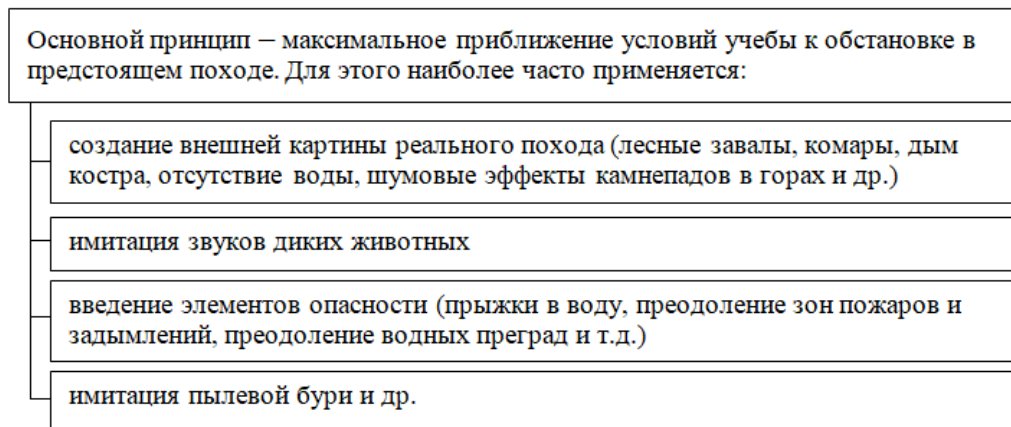


Рисунок 2 – Основной принцип психологической подготовки туристов

Наиболее сильное воздействие на туристов в походе оказывает опасность. Турист воспринимает её как угрозу собственной жизни и жизни друзей, срыва похода. Опасность оказывает двойное влияние на туриста. Зачастую она является инициатором общего настроения туристической группы, её активности, порыва и т.д.

Вместе с тем опасность может оказать и сильное негативное воздействие на деятельность туристов. Опыт многих туристических походов, исследования учёных показывают, что к психологическим факторам похода турист может успешно адаптироваться. Для этого ему необходимо быстро осмыслить изменение обстановки, проявить самообладание, готовность перестроить свою деятельность, выработать эмоционально-волевую устойчивость, умение принимать грамотные решения в условиях опасности и дефицита информации, гибкость мышления. Поэтому особо важную роль в походе играют сознательное управление туристами своими чувствами и эмоциями, психическими процессами и состояниями, их способность контролировать своё поведение и деятельность. Психологическая подготовка ставит перед туристами следующие задачи (рисунок 3):

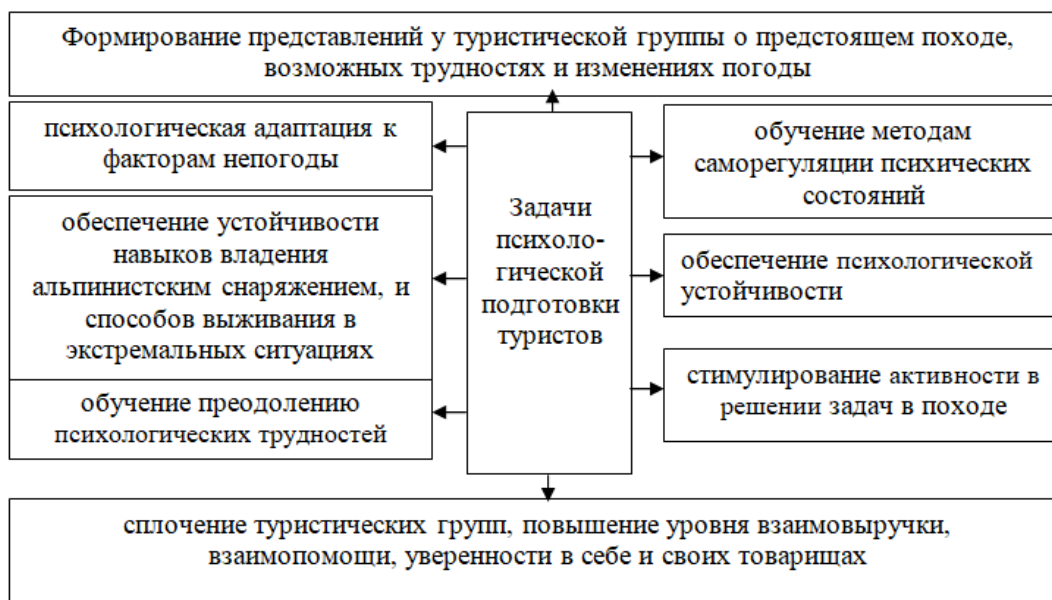


Рисунок 3 – Задачи психологической подготовки туристов (составлено автором)

Психологическая подготовка туристов должна включать в себя формирование умений и навыков, представленных на рисунке 4.

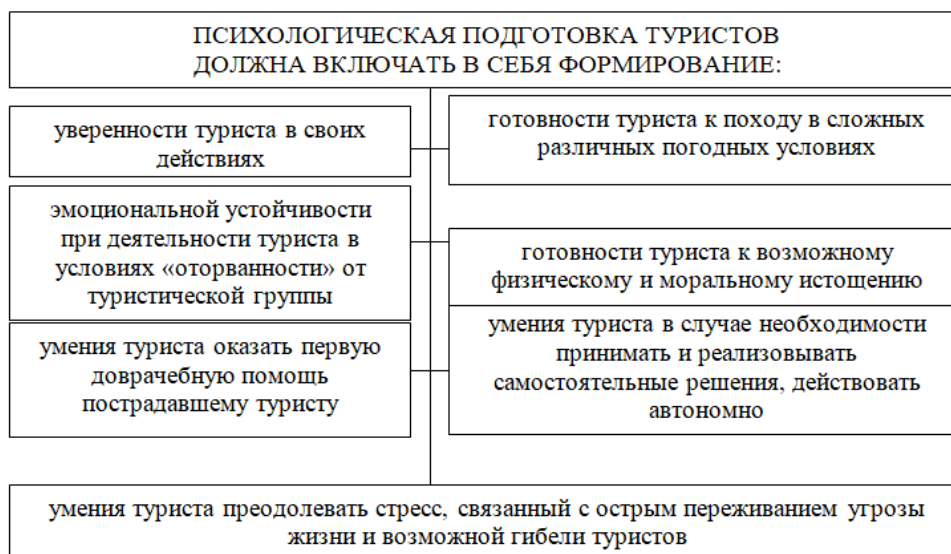


Рисунок 4 – Содержание психологической подготовки туристов (составлено автором)

Стресс – это совокупность неспецифических адаптационных реакций организма на воздействие различных неблагоприятных факторов. Чем более значимы для туриста неблагоприятные факторы, тем интенсивней стресс. Характер влияния стресса на туриста зависит от его мотивации, психофизиологических ресурсов, приспособительных возможностей и от приобретенных психологических средств управления своим психическим состоянием.

В экстремальных ситуациях реакция туристов обычно связана с переживаниями угрозы жизни, гибели людей. В этот момент турист ощущает беспомощность, бессилие, у него нарушается устойчивая система личных взглядов и представлений о себе и мире.

Поведение туриста в экстремальных ситуациях определяет его профессиональная компетентность, мотивация и личная психологическая подготовленность к преодолению трудностей в походе. На эффективности профессионального поведения туриста сказывается субъективное понимание им сложившейся ситуации и дальнейших действий. Понятие критической ситуации для туристов основано на субъективной оценке им экстремальности. Если турист субъективно воспримет ситуацию как критическую (экстремальную), то в любых условиях похода он будет действовать правильно.

Процесс психологической подготовки к поведению в экстремальной ситуации складывается из системы психологических воздействий. В них учтены условия, которые превращают сложившуюся ситуацию в экстремальную [2; 3; 4; 5]. Рассмотрим эти условия.

1. Дефицит времени – распространённый психологический фактор экстремальности. Психологическая подготовка активизирует личные резервы туристов, обладая которыми он ориентируется и принимает решения в стремительно развивающейся ситуации в походе.

2. Опасность для жизни, здоровья туристов. Если осознаваемая угроза или опасность нарастают, то это сказывается на поведении туристов и то, насколько верные они принимают решения, мобилизует их к эффективным действиям. При нарастании угрозы туристы теряют самоконтроль, ухудшается качество мышления, их поведение дезорганизуется, реагирование на ситуацию становится неконтролируемым. Поэтому, готовя туриста к действиям в условиях дефицита времени и опасности для жизни, необходимо формировать у него эмоционально-волевые качества.

3. Информационная перегрузка в условиях дефицита времени. Туристы по-разному воспринимают и обрабатывают полученную информацию. Если объём информации значителен, то турист может пропустить какие-либо информационные сигналы, воспринимать информацию искажённо, принимать ошибочные решения, предпринимать неверные действия или проявить полное бездействие.

4. Монотонность и однообразие выполняемых действий.

5. Внезапность возникновения экстремальной ситуации.

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно сделать вывод, что задачи психологической подготовки туристов являются основополагающим фактором безопасного проведения туристского путешествия.

**Список использованных источников:**

1. Байковский, Ю. Психодинамика, как фактор выживаемости малой группы в экстремальных условиях горной среды / Ю. Байковский. – М. : Изд-во «Дивизион», 2010. – 280 с. – Текст : непосредственный.
2. Козар, А.Н. Выживание как составная часть жизнедеятельности туристов в походе / А.Н. Козар, Н.К. Козар // Сборник научных трудов Второй заочной международной конференции профессорско-преподавательского состава «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук». ККИ. – Казань, 2018. – С 124-125. – Текст : непосредственный.
3. Козар, А.Н. Факторы риска и выживания туристов / А.Н. Козар, Н.К. Козар // Сборник научных трудов Второй заочной международной конференции профессорско-преподавательского состава «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук». ККИ. – Казань, 2018. – С 125-127. – Текст : непосредственный.
4. Козар, Н.К. Безопасность в туризме / Н.К. Козар, А.Н. Козар. Учебно-методическое пособие. – Казань: Казанский кооперативный институт, 2016. – 132 с. – Текст : непосредственный.
5. Козар, Н.К. Организация туристской деятельности: Монография / А.Н. Козар, Н.К. Козар. – М. : РУСАЙНС, 2019. – 139 с. – Текст : непосредственный.
6. Макнаб, К. Как выжить в экстремальных условиях / К. Макнаб. Переводчик Владимир Скоробогатов. – Белгород : Книжный клуб «Клуб семейного досуга». Харьков : Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2015. – 320 с. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** психологическая адаптация, эмоциональная устойчивость, моральное истощение, психологическая устойчивость.

**Keywords:** psychological adaptation, emotional stability, moral exhaustion, psychological stability.

УДК 379.85

**Козар А.Н.,**

кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма,

**Козар Н.К.,**

кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма,

Казанский кооперативный институт (филиал)  
АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации  
«Российский университет кооперации»,  
г. Казань, Россия

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ТУРИСТОВ К ДЕЙСТВИЯМ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ**

**Психологическая подготовка туристов к действиям в экстремальных ситуациях.** В данной статье рассматривается психологическая подготовка туристов к действиям в экстремальных ситуациях с целью уменьшения негативных последствий психологических травм туристов в походах. Успех туристского путешествия зависит от множества самых разных причин: интересный, правильно построенный маршрут, соответствующий силам и опыту группы; достаточная подготовка каждого участника – физическая, техническая, а для руководителя – и тактическая; продуманное оснащение группы всем необходимым (снаряжение, продукты питания, медикаменты); строгое соблюдение правил безопасности на маршруте; в некоторой степени – благоприятная погода.

Однако при самом удачном стечении внешних обстоятельств, при самой тщательной подготовке поход может не доставить туристам радости, если между ними сложатся нездоровые

отношения. Конфликты в группе могут не только испортить впечатление от путешествия, но и привести к серьёзным происшествиям. Значит, среди важнейших факторов успеха должен быть назван и психологический климат в туристской группе.

Удовольствие, полученное участниками туристского похода от совершённого ими путешествия, а, в некоторых случаях, и его благополучный исход зависят от психологической подготовленности туристов. Психологическая подготовка призвана сформировать у каждого туриста и всей туристской группы в целом психологическую готовность оптимально действовать в самых сложных, непредвиденных ситуациях.

В походах мы проживаем ещё одну жизнь. По насыщенности событиями, эмоциональными переживаниями эти недели зачастую равны многим месяцам в городе. Увлечение людей туризмом, в том числе и спортивным, растёт на глазах.

**Psychological preparation of tourists for actions in extreme situations.** This article discusses the psychological preparation of tourists to act in extreme situations in order to reduce the negative consequences of psychological trauma of tourists on hikes. The success of a tourist trip depends on a variety of different reasons: an interesting, well-constructed route corresponding to the strength and experience of the group; sufficient preparation of each participant – physical, technical, and for the leader – and tactical; thoughtful equipment of the group with everything necessary (equipment, food, medicines); strict compliance with safety rules on the route; in to some extent – favorable weather.

However, with the most successful combination of external circumstances, with the most careful preparation, the hike may not bring tourists joy if unhealthy relationships develop between them. Conflicts in the group can not only spoil the impression of the trip, but also lead to serious accidents. This means that the psychological climate in the tourist group should also be named among the most important success factors.

The pleasure received by the participants of the tourist trip from the trip they made, and in some cases its successful outcome depends on the psychological preparedness of tourists. Psychological training is designed to form in each tourist and the entire tourist group as a whole a psychological readiness to act optimally in the most difficult, unforeseen situations.

In the campaigns we live another life. In terms of saturation of events, emotional experiences, these weeks are often equal to many months in the city. People's fascination with tourism, including sports, is growing before our eyes.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема психологической подготовки туристов к действиям в экстремальных ситуациях в Российской Федерации на современном этапе развития уже достаточно исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Юрий Байковский [1] и др. Основным содержанием его работ является современное состояние психодинамики, как фактора выживаемости малой группы в экстремальных условиях горной среды.

**Выделение нерешённой проблемы.** За последние десятилетия, а в особенности после начала специальной военной операции на Украине граждане нашей страны всё больше оставляют выбор в качестве туристского маршрута за РФ. А при формировании туристических групп должны учитываться интересы различных слоёв населения, их возраст и другие психологические качества, способные повлиять на психологический климат в группе.

**Цель статьи** заключается в том, чтобы дать представление о психологической подготовке туристов к действиям в экстремальных ситуациях в туристских походах.

**Изложение основного материала.** Безопасность туристов зависит от их убеждений, способностей не растеряться в экстремальных ситуациях, эмоционального настроения в данный момент времени, состояния здоровья и т.д. В совокупности все эти факторы называются «психологической готовностью».

Психологическая готовность туристов к совершению похода достигается в процессе целенаправленной психологической подготовки [1].

Психологическая подготовка – это комплекс мероприятий, формирующих у туристов психологическую устойчивость, эмоционально-волевые качества, необходимые для длительных туристических походов. Они укрепляют психику, закаляют волю, учат бороться со страхами, переносить физические и психологические нагрузки. Благодаря им турист приобретает умение действовать в критических ситуациях самоотверженно, активно, инициативно, умело используя различные подручные средства, навыки выживания в экстремальной ситуации, максимально уменьшить вероятность получения травмы или летального исхода.

В ходе психологической подготовки формируются:

а) психологическая готовность и устойчивость туриста;

б) функциональная надёжность психики туриста.

При этом различают два вида психологической готовности:

- общая (длительная) психологическая готовность как совокупность качеств личности, а также её подготовленности;
- ситуационная (временная) психологическая готовность.

Ситуационная готовность – это особое психологическое состояние туриста, позволяющее ему переносить трудности в туристическом походе [4].

Ей характерна сложная динамическая структура. Она выражает совокупность эмоциональных, интеллектуальных, волевых и мотивационных качеств туриста в их соотношении с внешними условиями и предстоящими задачами.

В зависимости от складывающейся ситуации турист настраивается на поведение в походе: готовит необходимое снаряжение к походу, собирает необходимую информацию, тренируется, мысленно проигрывает варианты возможного протекания событий в походе; в самом походе внимательно следит за маршрутом, сознательно управляет собой.

Таким образом, ситуационная готовность отражает особенности и требования предстоящей ситуации.

Длительная (общая) готовность – это устойчивая система качеств личности (организованность, самообладание, внимательность и т.д.), знания, умения, навыки, опыт, которые необходимы для успешной деятельности во многих ситуациях [5].

Длительная готовность постоянна, её не надо формировать перед каждым походом. Она – существенная предпосылка успешного похода, зависящая от степени развития психических качеств туриста, поскольку именно они влияют на устойчивое проявление психических процессов, сохраняя и повышая надёжность действий в трудных условиях туристического похода [5; 2].

Психологическую готовность туриста к действиям в экстремальной ситуации можно определить по внешним признакам:

- отсутствует суетливость либо замкнутость, поведение ровное и расчётливое;
- команды проводника выполняются чётко и безошибочно;
- нормальное физиологическое состояние (дыхание, частота пульса и т.д.).

Состояние психологической готовности к походу делят на три уровня: низкий, средний и высокий [2].

Низкий уровень отличает то, что турист не уверен в себе, он не стремится противостоять невзгодам, проявляет нерешительность, излишнюю суетливость либо замкнутость, ошибается при выполнении простых действий.

Для среднего уровня характерны такие качества туриста, как уверенность в себе при недостаточном стремлении к противоборству и решительным действиям, он ошибается при выполнении различных задач.

Высокий уровень – это проявление желания бороться, турист не сомневается в своих силах, стремится к испытаниям и, преодолев их, дойти до конца маршрута.

Чтобы сформировать у туристов психологическую готовность, с ними проводят занятия, на которых туристы действуют в условиях реальной опасности:

- двигаются по пересечённой местности;
- переправляются вплавь через водную преграду;
- преодолевают зоны «лесных пожаров» и др.

Одновременно с выработкой психологической готовности при действиях в экстремальных ситуациях на занятиях у туристов формируются агрессивность, напористость, решительность.

Эмоционально переживая трудные ситуации в учёбе, турист значительно легче переносит аналогичные психологические нагрузки в походе.

Сохранению работоспособности туристов в трудной ситуации способствуют умение защититься от переохлаждения или перегрева, знание мер профилактики различных заболеваний и травм, умение оказать медицинскую помощь, приготовить пищу в походных условиях, добыть воду, знать, как можно её обеззаразить [5; 2].

Подготовка станет эффективной, если во время занятий турист будет мысленно проговаривать последовательность своих действий, сначала медленно, затем быстрее. При этом



турист мысленно начинает вживаться в обстановку похода и невольно совершает правильные действия. Это обозначает, что между сознанием и действием установилась прочная связь.

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно понять, что психологическая подготовка туристов к действиям в экстремальных ситуациях является важным критерием успеха туристского путешествия.

**Список использованных источников:**

1. Байковский, Ю. Психодинамика, как фактор выживаемости малой группы в экстремальных условиях горной среды / Ю. Байковский. – М. : Изд-во «Дивизион», 2010. – 280 с. – Текст : непосредственный.
2. Козар, А.Н. Выживание как составная часть жизнедеятельности туристов в походе / А.Н. Козар, Н.К. Козар // Сборник научных трудов Второй заочной международной конференции профессорско-преподавательского состава «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук». ККИ. – Казань, 2018. – С 124-125. – Текст : непосредственный.
3. Козар, А.Н. Факторы риска и выживания туристов / А.Н. Козар, Н.К. Козар // Сборник научных трудов Второй заочной международной конференции профессорско-преподавательского состава «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук». ККИ. – Казань, 2018. – С 125-127. – Текст : непосредственный.
4. Козар, Н.К. Безопасность в туризме / Н.К. Козар, А.Н. Козар. Учебно-методическое пособие. – Казань: Казанский кооперативный институт, 2016. – 132 с. – Текст : непосредственный.
5. Козар, Н.К. Организация туристской деятельности: Монография / А.Н. Козар, Н.К. Козар. – М. : РУСАЙНС, 2019. – 139 с. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** психологическое состояние туриста, психологические нагрузки, психологическая готовность, психологическая устойчивость.

**Keywords:** the psychological state of the tourist, psychological stress, psychological readiness, psychological stability.

УДК 378.016

**Лешкевич С.А.,**

доцент кафедры «Физвоспитание и спорт»,

**Ващенко Р.А.,**

обучающаяся 1 курса бакалавриата направления подготовки

«Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»,

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,

г. Севастополь, Россия

## **ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКИХ КОНДИЦИЙ СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ В СЕКЦИИ ТУРИЗМА**

### **Повышение уровня физических кондиций студентов, занимающихся в секции туризма.**

В данной статье проанализированы виды физической активности, на примере настольного тенниса, который является неотъемлемым видом деятельности для сохранения и укрепления здоровья. Одна из характерных особенностей современного образа жизни, имеющая прогрессирующую тенденцию – сокращение объёмов двигательной активности (гипокинезия) и мышечной работы (гиподинамия) в сочетании с нервно-психическими перегрузками. В процессе исследования было доказано влияние применения занятий по настольному теннису на улучшение результатов коррекции зрения, а также повышение уровня сердечно-сосудистой системы.

**Improving the level of physical condition of students engaged in the tourism section.** This article analyzes the types of physical activity, using the example of table tennis, which is an integral activity for the preservation and promotion of health. One of the characteristic features of the modern lifestyle, which has a progressive tendency, is a reduction in the volume of motor activity (hypokinesia) and muscle work (hypodynamia) in combination with neuropsychiatric overloads. In the course of the study, the effect of the

use of table tennis classes on improving the results of vision correction, as well as increasing the level of the cardiovascular system, was proved.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемы здоровьесбережения и повышения двигательной активности студенческой молодёжи средствами физических упражнений вызывает у специалистов физической культуры особый интерес. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как В. В. Зотин [1], О. А. Казакова [2], Г. И. Карапетов, Г. А. Бородинов [3], М. С. Перешеин, Д. С. Василега [4], и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Актуальность рекреационных упражнений настольного тенниса для оздоровления и повышения уровня физических данных студента является неотъемлемой. В современном обществе, где большинство студентов ведет сидячий образ жизни и проводит большую часть времени за компьютером или в учебных аудиториях, регулярные физические упражнения становятся особенно важными для поддержания физического и психологического благополучия. Рекреационные упражнения настольного тенниса обладают рядом преимуществ, которые делают их идеальным выбором для оздоровления организма студента [5].

Для занимающихся туризмом эффективно применять спортивные игры, в частности элементы технических приемов настольного тенниса, которые приносят пользу для здоровья и повышения уровня сердечно-сосудистой системы. Простота инвентаря, пригодность для занятий даже небольшого помещения, большая эмоциональность занятий привлекает разнообразный контингент студентов, что делает настольный теннис одним из самых доступных видов спорта для систематических занятий физической культурой [2].

Данная активность оказывает положительное влияние на общее физическое состояние, а также активизирует органы мыслительной деятельности. Постоянные движения, связанные с ударом мяча и перемещением по площадке, способствуют улучшению координации и гибкости, а также укрепляют сердечно-сосудистую систему. Игровая деятельность в теннисе способствует укреплению нервной системы, двигательного аппарата, улучшению обмена веществ и деятельности всех систем организма. Это особенно важно для студентов, которые проводят много времени за учёбой и малоподвижным образом жизни.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании значения настольного тенниса для повышения уровня физической подготовки студента, занимающихся в секции туризма.

**Изложение основного материала.** Рассматривая влияние занятий настольным теннисом на организм человека, можно выделить множество положительных качеств. Игроки данного вида спорта обладают безусловной ловкостью и быстротой реакции. Скорость мяча во время игры в настольном теннисе может достигать 120-170 км/ч и игроку приходится почти ежесекундно принимать решение о том, какую тактику использовать для благоприятного исхода игры [1].

Данный вид спорта рекомендуется всем, кто страдает от укачивания в транспорте. Ведь только за время одной партии приходится выполнять 15-20 подач, 60-150 ударов, 15-20 раз передвигаться и наклоняться за мячом.

Также занятия настольным теннисом у студентов способствует улучшению зрения. Одно из самых полезных упражнений для глаз – это поочередно смотреть на предмет рядом с собой, а затем – на удалении [3]. Играя в настольный теннис, человек постоянно следит за мячиком, который находится то близко, то далеко и оказывает положительное воздействие на мышцы глазного яблока. Это связано с постоянной тренировкой данных мышц, поскольку игроку все время приходится менять фокусировку зрения за теннисным столом и еще требуется постоянно следить за мячом.

Мало того, что от разных ударов и траекторий мяч может поменять скорость и последующее направление движения после отскока, и игроку нужно правильно отреагировать, но требуется ещё и следить за соперником. Необходимо отслеживать положение противника относительно стола, хват ракетки, позу. Всё это позволяет предположить последующий ход противника [4].

Известно, что физические нагрузки в целом оказывают положительное влияние на эмоциональное состояние человека. Так и настольный теннис может выступать инструментом снятия синдрома хронической усталости, лечения стрессов. Игра в настольный теннис помогает улучшить настроение, расслабиться и отвлечься от повседневных забот. Быстрые движения и интенсивная концентрация на игре способствуют выделению эндорфинов, гормонов счастья, что положительно сказывается на общем самочувствии и эмоциональном благополучии студентов. Во время игры невозможно думать ни о чём, кроме самой игры.

Дополняя вышесказанное, стоит отметить, что настольный теннис является социальной активностью, которая способствует развитию коммуникационных навыков и укрепляет социальные связи студента. Соревнования и тренировки помогают студентам находить новых друзей и учиться работать в команде. Такое взаимодействие и вовлечение в групповую деятельность способствует формированию уверенности в себе и развитию лидерских качеств [2].

В связи с данной темой исследования, мы провели экспериментальную часть во время занятий по дисциплине «Физическая культура и спорт» в Севастопольском государственном университете.

В эксперименте с марта по июнь 2023 года приняли участие 50 юношей 1 курса, которые занимаются в секции по туризму. Они были разделены на 2 группы по 25 человек: контрольную (занимались традиционной общей физической подготовкой в соответствии с программой) и экспериментальную (дополнительно введение в занятия упражнений и подводящих игр настольного тенниса). Респонденты относились к основной группе по показаниям здоровья, то есть не имели каких-либо физических отклонений.

По окончании эксперимента для оценки оздоровительного потенциала участников контрольной и экспериментальной группы применили 3 теста: Проба Руфье, Проба Штанге и Генче.

При выполнении пробы Штанге в контрольной группе испытуемые показали низкий уровень, а юноши экспериментальной группы продемонстрировали средний уровень тренированности организма.

Показатель реакции на задержку дыхания на вдохе у юношей КГ ( $0,78 \pm 0,28$ ) и юношей ЭГ ( $0,96 \pm 0,12$ ) свидетельствует о благоприятной реакции сердечно-сосудистой системы на недостаток кислорода (Таблица 1).

Таблица 1 – Средние значения показателей функциональной подготовленности студентов-первокурсников

Показатели		Результат, $X \pm m$	
		КГ	ЭГ
Проба Штанге	Задержка, с	$32,4 \pm 7,20$	$40,1 \pm 9,51$
	Показатель реакции, индекс	$0,78 \pm 0,28$	$0,96 \pm 0,12$
Проба Генчи	Задержка, с	$38,6 \pm 4,22$	$49,8 \pm 5,01$
	Показатель реакции, индекс	$0,8 \pm 0,26$	$1,1 \pm 0,09$
Проба Руфье, балл		$10,8 \pm 1,10$	$14,1 \pm 1,60$

При выполнении пробы Генчи юноши КГ продемонстрировали низкий уровень тренированности ( $38,6 \pm 4,22$ ), в то время как юноши ЭГ продемонстрировали высокий показатель данной пробы ( $49,8 \pm 5,01$ ).

Показатель реакции на задержку дыхания на выдохе у юношей КГ свидетельствует о неблагоприятной реакции сердечно-сосудистой системы на специфическую нагрузку ( $0,8 \pm 0,26$ ), а у юношей ЭГ - о благоприятной реакции сердечно-сосудистой системы на недостаток кислорода ( $1,1 \pm 0,09$ ).

При выполнении пробы Руфье работоспособность сердца при физической нагрузке у юношей КГ ( $10,8 \pm 1,10$ ) соответствовала уровню ниже среднего, а у юношей ЭГ ( $14,1 \pm 1,60$ ) показатели на среднем уровне.

**Выводы.** Обобщая результаты полученных данных, мы пришли к выводу о том, что функциональная и физическая подготовленность студентов контрольной группы находится на низком уровне, а в экспериментальной группе в целом, соответствует среднему уровню.

По сравнению с контрольной группой в экспериментальной группе был выявлен прирост всех данных в тестировании: проба Руфье повысилась на 10,7%, проба Штанге увеличилась на 14,7%, а проба Генче – 19,6%.

Таким образом, настольный теннис способствует повышению физических кондиций студента-туриста. Элементы игры помогают развивать у студента, занимающегося туризмом, физическую подготовку, снимать стресс, улучшить координацию и способствует точности движений. В целом – способствует поддержанию иммунитета и улучшению общего физического состояния даже для тех, кто не занимается спортом на постоянной основе. Внедрение данного вида спорта для студентов,

занимающихся туризмом, благотворно влияет на организм и приводит к улучшению их физического состояния.

**Список использованных источников:**

1. Зотин, В.В. Роль настольного тенниса в физическом воспитании студентов СибГУ / В.В. Зотин // Форум молодых ученых. – 2018. – № 1 (17). – С. 436-438. – Текст : непосредственный.
2. Казакова, О.А. Настольный теннис - эффективное средство физического воспитания / О.А. Казакова, Л.А. Иванова, Е.Ю. Евсеева // OlymPlus. Гуманитарная версия. – 2018. – № 1 (6). – С. 20-22. – Текст : непосредственный.
3. Карапетов, Г.И. Развитие реакции и координации у людей с ОВЗ при игре в настольный теннис / Г.И. Карапетов, Г.А. Бородинов // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. – 2019. – № 4. – С. 34-36. – Текст : непосредственный.
4. Перешеин, М.С. Влияние настольного тенниса на организм / М.С. Перешеин, Д.С. Василега // Педагогическое мастерство и педагогические технологии. – 2015. – Т. 2, № 4 (6). – С. 267-269. – Текст : непосредственный.
5. Поспелова, Е. Настольный теннис – игра для всех / Е. Поспелова // Проблемы физической культуры, спорта и туризма в свете современных исследований и социальных процессов : сборник трудов Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 14 апреля 2017 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. – С. 480-481. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** настольный теннис, занятия по физической культуре и спорту, студенты, оздоровление организма, физические упражнения.

**Keywords:** table tennis, physical education and sports classes, students, body improvement, physical exercises.

УДК 338.48

**Лысиков П.И.,**  
старший преподаватель кафедры сервиса и туризма,  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград, Россия

**ОТ СТРОИТЕЛЬСТВА К ТУРИЗМУ: К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ ВНЕДРЕНИЯ  
МОДЕЛИ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ В ТУРОПЕРАТОРСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**От строительства к туризму: к вопросу о перспективах внедрения модели эскроу-счетов в туроператорскую деятельность.** Настоящее изыскание посвящено исследованию актуального состояния правового регулирования туристской деятельности в Российской Федерации. Его задача заключается в определении перспектив внедрения эскроу-счетов в туроператорскую деятельность в качестве механизма обеспечения финансовой безопасности туриста. Впервые модель работы туроператоров по эскроу-счетам была предложена проектом Федерального закона «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации», однако сам законопроект был раскритикован Министерством экономического развития РФ и в конечном итоге даже не дошёл до стадии внесения в Государственную Думу Федерального Собрания РФ. Так или иначе, идея введения эскроу-счетов в туроператорскую отрасль оказалась не забыта и иногда всплывает в профессиональных кругах, что актуализирует очередное обращение к указанной теме. На основании проведённого исследования делается вывод о том, что замена существующей системы финансового обеспечения ответственности туроператоров моделью эскроу-счетов является достаточно важной мерой, которая, предположительно, коренным образом реформирует её и, несомненно, положительно скажется на обеспечении безопасности туризма, а также будет способствовать популяризации организованного туризма в целом. Тем не менее, внедрение этой модели в туроператорскую деятельность будет требовать более детального изучения возможных последствий этой меры и её влияния на рынок туристских услуг. Кроме того, актуальной становится также дополнительная проработка вопроса

относительно механизма оказания экстренной помощи в условиях коренного изменения системы гарантирования прав туристов.

**From construction to tourism: on the prospects of introducing the escrow account model into tour operator activities.** This research is devoted to the study of the current state of legal regulation of tourist activity in the Russian Federation. Its task is to determine the prospects for the introduction of escrow accounts into tour operator activities as a mechanism to ensure the financial security of a tourist. For the first time, the model of work of tour operators on escrow accounts was proposed by the draft Federal Law «On Tourism and Tourism Activities in the Russian Federation», but the bill itself was criticized by the Ministry of Economic Development of the Russian Federation and eventually did not even reach the stage of submission to the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation. Anyway, the idea of introducing escrow accounts into the tour operator industry has not been forgotten and sometimes pops up in professional circles, which actualizes another appeal to this topic. Based on the conducted research, it is concluded that replacing the existing system of financial support for the responsibility of tour operators with an escrow account model is quite an important measure that is presumed to radically reform it and undoubtedly have a positive impact on ensuring the safety of tourism, as well as promote the popularization of organized tourism in general. Nevertheless, the introduction of this model into tour operator activity will require a more detailed study of the possible consequences of this measure and its impact on the tourist services market. In addition, it is also becoming relevant to further study the issue of the mechanism for providing emergency assistance in the context of a radical change in the system of guaranteeing the rights of tourists.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Среди требований, предъявляемых в соответствии с Федеральным законом РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон) [1] к осуществлению туроператорской деятельности в РФ, следует выделить, прежде всего, наличие у всех туроператоров финансового обеспечения в виде договора (ов) страхования гражданской ответственности туроператоров или банковской (их) гарантии (й) (ч. 1 ст. 4.1; ст. 17.1-17.7). Кроме того, к туроператорам, осуществляющим деятельность в сфере выездного туризма, также предъявляются требования об обязательном членстве в Ассоциации «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь»» (ст. 11.1) и уплате ежегодных взносов в резервный фонд (ст. 11.4) и фонды персональной ответственности (ст. 11.6). Поскольку средства резервного фонда предназначены для оказания экстренной помощи туристам, находящимся за рубежом (см. определение этого понятия в ст. 1 Закона), что выходит за пределы предмета нашего исследования, мы сосредоточимся исключительно на специфике реализации механизмов финансового обеспечения и фондов персональной ответственности туроператоров.

**Выделение нерешенной проблемы.** Механизм финансового обеспечения ответственности туроператоров был разработан и введен отдельным Федеральным законом ещё в 2007 году [2]. На него была возложена предельно простая задача: в случае возникновения ряда обстоятельств (главным образом факта причинения туристу реального ущерба по причине неисполнения туроператором своих обязательств по договору о реализации туристского продукта в связи с прекращением туроператорской деятельности по причине невозможности исполнения туроператором всех обязательств по договорам о реализации туристского продукта) потребитель мог рассчитывать на возврат денежных средств и возмещение реального ущерба (абз. 1-3 ч. 2 ст. 17.1; ч. 3 ст. 17.4 Закона).

За 16 лет существования механизм финансового обеспечения ответственности туроператоров стал объектом постоянной критики со стороны участников туристского бизнеса и множество раз доказывал свою фактическую бесполезность, когда дело касалось банкротства по-настоящему крупных игроков рынка («Капитал Тур» в 2010 г., «Ланта-тур вояж» в 2012 г., стихийное банкротство туроператоров в 2014 г.).

**Цель статьи** заключается в определении перспектив внедрения эскроу-счетов в туроператорскую деятельность в качестве механизма обеспечения финансовой безопасности туриста.

**Изложение основного материала.** Осознавая необходимость реформирования законодательства в сфере туристской деятельности в РФ, регулятор возложил на туроператоров обязанность формировать и ежегодно пополнять фонды персональной ответственности в рамках внесения очередных поправок к Закону, получивших оформление в виде отдельного Федерального закона. Фонды персональной ответственности, как и финобеспечение, предназначены для возмещения реального ущерба в результате неисполнения туроператором своих обязательств перед туристом по договору о реализации турпродукта в связи с прекращением им своей деятельности (ч. 1

ст. 11.6 Закона). Этот механизм второстепенен по отношению к финансовому обеспечению ответственности туроператоров, поскольку за счёт денежных средств фондов персональной ответственности, согласно п. 5 Правил возмещения реального ущерба туристам и (или) иным заказчикам туристского продукта из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма, возмещается разница между денежной суммой реального ущерба и денежной суммой, уже полученной туристом по договору страхования гражданской ответственности того или иного туроператора за неисполнение обязательств по договору о реализации турпродукта. Так или иначе, новый механизм, ещё в большей степени финансово обременив участников туроператорской деятельности, при этом не стал панацеей и неоднократно оказывался несостоятельным в деле защиты имущественных интересов потребителей (Натали Турс в 2018 г., Mouzenidis Travel в 2021 г.).

Помимо специфически внутреннего несовершенства обоих механизмов, которые, на наш взгляд, по своей природе неспособны решать проблемы, в целях решения которых они были созданы, налицо также факт наличия непредвиденных сложностей в сфере их реализации. Так, ещё в ноябре 2020 г., во время Zoom-конференции, организованной Комитетом Госдумы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодёжи, тогда вице-президент Всероссийского союза страховщиков С.В. Гусар, высказываясь в пользу обсуждавшегося на конференции альтернативного механизма обеспечения ответственности туроператоров, – гарантийного фонда, заявила, что «страховой рынок принял консолидированное решение отказываться от страхования ответственности туроператоров», и привела следующие цифры (за период с января по ноябрь 2020 г.): при ёмкости рынка страхования гражданской ответственности туроператоров в 300 млн. руб. совокупная страховая сумма по всем заключённым за указанный срок договорам (ок. 5 000 ед.) достигла 19 млрд. руб. (!) [7]. Таким образом, вполне объяснимо нежелание многих страховых компаний страховать туроператоров, учитывая беспрецедентно высокие риски в этом виде страхования (напомним к тому же, что конференция проходила в разгар пандемии). Упомянутый гарантийный фонд, положения о котором были впервые внесены в проект Федерального закона № 831599-7 в июне 2020 г. в ходе подготовки документа ко второму чтению [6], представляет собой исторически и одновременно юридически первую попытку изменения всей системы правового регулирования туроператорской деятельности в РФ в целом (впрочем, неудачную, поскольку до издания в таком виде законопроект не дошёл).

Вторая попытка была предпринята в конце 2021 г. в рамках проекта Федерального закона «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации» [4], посредством которого предполагалось создание сразу двух систем работы на рынке, отменяющих все существующие в настоящее время механизмы финансовых гарантий, – аналога британского фонда ATOL (Air Travel Organiser's License), получившего наименование «Система гарантирования прав туристов» и предусматривавшего коллективную ответственность туроператоров (ст. 37, 38), и работу туроператоров по эскроу-счетам (ст. 39).

Согласно замыслу разработчиков, туроператоры могли бы выбирать между двумя системами и даже переключаться между ними (раз в год), если одна система показалась бы им более выгодной, нежели другая. Тем не менее, поскольку Министерство экономического развития РФ раскритиковало указанный законопроект, последний так и не дошёл до стадии внесения в Госдуму, и его дальнейшая судьба неизвестна.

Таким образом, поиск альтернатив сложившейся системе фингарантий снова завершился неудачно, и решение имеющихся проблем было отложено, очевидно, «до лучших времён». Так или иначе, идея внедрения в туристскую отрасль эскроу-счетов снова всплыла – теперь уже в виде частной инициативы Сбера, спикеры которого на форуме «Развитие туристской инфраструктуры», проходившего в г. Москва 3-6 октября 2023 г., предложили эту модель в качестве замены системы финансового обеспечения ответственности туроператоров [8]. Вполне вероятно, впрочем, что это выступление было лишь рекламой услуг Сбера (поскольку нынешнее законодательство в целом и так не препятствует работе туроператоров с теми или иными банками по системе эскроу-счетов на добровольной основе). Во всяком случае, можно утверждать, что предложенная в проекте нового закона о туризме модель эскроу-счетов в туроперейтинге не забыта и по сей день, что актуализирует наше обращение к выяснению её содержания и возможных перспектив реализации.

В нашей стране система эскроу-счетов была впервые апробирована в строительной отрасли в рамках реформы долевого строительства (поправки в Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в

некоторые законодательные акты Российской Федерации» [3]). Начиная с 1 июля 2019 г., все застройщики перешли от классического долевого строительства к проектному финансированию: деньги дольщиков теперь хранятся в аккредитованных банках на специальных эскроу-счетах, а строительство жилых домов осуществляется посредством привлечения застройщиком собственных или заёмных средств. За 4 года работы новой системы она положительно сказалась на состоянии дел в строительной отрасли, поскольку фактически свела к минимуму риски дольщиков при покупке квартир в строящихся домах.

Что же касается туризма, по аналогии со строительством, мы можем выделить положительные и отрицательные стороны модели эскроу-счетов, чтобы оценить её дальнейшие перспективы в сфере туроператорской деятельности.

Плюсы:

1. Турист гарантированно вернёт свои денежные средства в случае банкротства туроператора, поскольку они будут храниться в банке.

2. Туроператор гарантированно получит денежные средства туриста, если надлежащим образом выполнит свои обязательства по договору о реализации турпродукта.

3. Поскольку эскроу-счёт можно открыть безвозмездно, эта мера не отразится на стоимости турпродукта.

4. Надёжность этой системы будет способствовать популяризации организованного туризма в целом и, возможно, вернёт доверие туристов к заказу туристских услуг у туроператоров и турагентов.

Минусы:

1. Несмотря на то, что открытие счёта эскроу осуществляется на безвозмездной основе, сама модель работы по принципу эскроу-счетов достаточно сложна для бизнеса, поскольку туроператорам в таком случае придётся оплачивать туристские услуги в составе турпродукта с использованием собственных средств. Либо делать это с привлечением заёмных средств, следовательно, брать деньги в долг у банка. Обслуживание кредита и выплата процентов, несомненно, скажутся на увеличении себестоимости турпродукта, что в свою очередь неминуемо отразится на повышении цен.

2. Исходя из п. 1, можно прийти к заключению, что система эскроу-счетов – это модель организации туроператорской деятельности, которая менее сложна для крупного бизнеса и крайне затруднительна для микро-, малого и среднего бизнеса, вся работа которого отныне будет построена на основе использования заёмных денежных средств.

3. Наконец, система эскроу-счетов не решает проблему оказания экстренной помощи туристам, что актуализирует следующий вопрос: следует ли сохранить Ассоциацию «Турпомощь», оставив в её распоряжении только резервный фонд (поскольку фонды персональной ответственности должны будут быть ликвидированы за ненадобностью), или вместо неё необходимо создать иную некоммерческую организацию (в духе вышеуказанной «Системы гарантирования прав туристов» или «Системы гарантирования прав граждан», функционирующей в Республике Казахстан [5]), которая бы выполняла бы эти функции?

**Выводы.** Таким образом, введение эскроу-счетов – это достаточно значимая мера, которая коренным образом реформирует существующую систему фингарантий в туристской сфере и, несомненно, положительно скажется на обеспечении безопасности туризма. Так или иначе, внедрение этой модели в туроперейтинг требует более детального изучения её возможных последствий и влияния на рынок, а также дополнительной проработки вопроса о механизме оказания экстренной помощи в условиях изменения системы гарантирования прав туристов.

#### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 13.06.2023) // Российская газета. – 03.12.1996. – N 231; Собрание законодательства Российской Федерации. – 02.12.1996. – N 49. – ст. 5491. – Текст : непосредственный.
2. Федеральный закон от 05.02.2007 N 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 04.06.2018) // Парламентская газета. – 08.02.2007. – № 20; Российская газета. – 09.02.2007. – № 28; Собрание законодательства Российской Федерации. – 12.02.2007. – N 7. – ст. 833. – Текст : непосредственный.



3. Федеральный закон от 01.07.2018 N 175-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 30.12.2021) // Официальный интернет-портал правовой информации ([www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)). – 03.07.2018; Российская газета. – 06.07.2018. – N 145; Собрание законодательства Российской Федерации. – 09.07.2018. – N 28. – ст. 4139. – Текст : непосредственный.
4. Проект Федерального закона «О туризме и туристической деятельности» // Федеральный портал проектов нормативных правовых актов ([regulation.gov.ru](http://regulation.gov.ru)). – 29.12.2021. – ID 02/04/12-21/00123892. – Текст : непосредственный.
5. Закон Республики Казахстан от 13.06.2001 N 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (ред. от 19.04.2023) // Ведомости Парламента Республики Казахстан. – 2001. – N 13–14. – ст. 175 // Казахстанская правда. – 23.06.2001. – N 149–150. – Текст : непосредственный.
6. В Госдуме предложили создать альтернативу «Турпомощи»: Портал для турагента Profi.Travel. – Текст: электронный // URL: <https://profi.travel/news/47010/details> (дата обращения: 15.10.2023).
7. Депутатов Госдумы предупредили, что страховать туроператоров будет некому // Профессиональный портал TourDom.ru. – Текст: электронный // URL: [https://www.tourdom.ru/news/deputatov-gosdumy-predupredili-chto-strakhovat-turoperatorov-budet-nekomu.html?sphrase\\_id=194561](https://www.tourdom.ru/news/deputatov-gosdumy-predupredili-chto-strakhovat-turoperatorov-budet-nekomu.html?sphrase_id=194561) (дата обращения: 15.10.2023).
8. Сбер расписал туроператорам выгоды от расчетов через эскроу-счета // Профессиональный портал TourDom.ru. – Текст: электронный // URL: [https://www.tourdom.ru/news/sber-raspisal-turoperatoram-vygody-ot-raschetov-cherez-eskrou-scheta.html?sphrase\\_id=454297](https://www.tourdom.ru/news/sber-raspisal-turoperatoram-vygody-ot-raschetov-cherez-eskrou-scheta.html?sphrase_id=454297) (дата обращения: 15.10.2023).

**Ключевые слова:** туроператорская деятельность, финансовое обеспечение ответственности туроператоров, страхование гражданской ответственности туроператоров, эскроу-счета, безопасность туризма.

**Keywords:** tour operator activity, financial security for tour operators' liability, tour operators' liability insurance, escrow accounts, tourism safety.

УДК 379.851

**Прохорова О.В.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
ЧОУ ПО «Ставропольский многопрофильный колледж»,  
г. Ставрополь, Россия

## МЕТОДИКА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИЗМЕ

**Методика научных исследований в туризме.** В данной статье рассматривается специфика методов научных исследований в сфере туризма с целью создания экономической стратегии ее эффективного развития.

Одной из важнейших проблем в области туризма остается разработка новейших форм и способов организации деятельности. Способность предугадывать характер будущего туристского рынка, разработать способы и методы организации деятельности означает получить дополнительные преимущества над конкурентами, а значит, и обеспечить успех туристской организации.

Новые способы туристической деятельности определяются не только эмпирически. Выявив общие законы, можно выработать методологические принципы анализа форм и способов организации туризма, определить тенденции его развития.

Методологическая подготовленность специалистов в совершенствовании известных и разработке новых способов ведения хозяйствования в туризме приобретает важность в связи с постоянными новшествами в этой сфере, его техническим переоснащением, нацеленностью на стратегию. Специальная методология позволяет формулировать законы и закономерности, относящиеся к своеобразию формирования, развития и функционирования туристского рынка. Конкретная методология при исследовании явлений и процессов в туризме позволяет применять

соответствующие методы и принципы, методики, способы и приемы, чтобы определить конечные результаты исследований и разработать соответствующую стратегию успешного развития.

Методология исследования в туризме должна содержать научный подход к изучению и решению не только теоретических, но и практических вопросов. В основе методологической оценки туристской деятельности должны лежать способы определения вероятного конкурента на рынке услуг, экономическое и техническое состояние туристской организации, а также предполагаемые способы его развития и ведения конкурентной борьбы, стратегия и тактика деятельности специалистов туристских организаций.

**Methodology of scientific research in tourism.** This article discusses the specifics of scientific research methods in the field of tourism in order to create an economic strategy for its effective development.

One of the most important problems in the field of tourism remains the development of new forms and methods of organizing activities. The ability to predict the nature of the future tourist market, to develop ways and methods of organizing activities means to gain additional advantages over competitors, and therefore to ensure the success of the tourist organization.

New ways of tourist activity are determined not only empirically. Having identified the general laws, it is possible to develop methodological principles for analyzing the forms and methods of organizing tourism, to determine the trends of its development.

Methodological readiness of specialists in improving the well-known and developing new ways of doing business in tourism is becoming important due to constant innovations in this area, its technical re-equipment, focus on strategy. A special methodology allows us to formulate laws and patterns related to the peculiarity of the formation, development and functioning of the tourist market. A specific methodology in the study of phenomena and processes in tourism allows you to apply appropriate methods and principles, techniques, methods and techniques to determine the final results of research and develop an appropriate strategy for successful development.

The methodology of research in tourism should contain a scientific approach to the study and solution of not only theoretical, but also practical issues. The methodological assessment of tourist activity should be based on the methods of determining a likely competitor in the market of services, the economic and technical condition of a tourist organization, as well as the proposed ways of its development and competition, the strategy and tactics of the activities of specialists of tourist organizations.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема методики научных исследований в сфере туризма в настоящее время недостаточна исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как И.С. Барчуков [1], Н.Е. Петренко, В.З. Шурбе, А.В. Курнявкин, М.В. Приставка [4], Т.В. Морозова, Г.Б. Козырева Г.Б., Р.В. Белая [3] и др.

Основным содержанием их работ являются исследования современного состояния и перспектив развития рынка туристских услуг, а также изучение основных научных подходов и методов, влияющих на этот процесс.

**Выделение нерешенной проблемы.** Сфера туризма является одной из важнейших частей экономики страны, оказывающей прямое влияние на ее стратегию, применение технических средств и способов их использования. При этом всегда должна учитываться стратегия регионов государства, которым изначально будут отданы предпочтения.

Главным противоречием в сфере туризма является противоборство конкурентов на рынке туристских услуг. Противоречие между ними разрешается созданием превосходства в ресурсах одной или другой стороны. Раскрыть содержание этого противоречия, значит выявить то, из чего складывается экономическое превосходство одного из туристских предприятий на определенном этапе. Управляющим органам туристских организаций необходимо иметь ввиду возможное изменение данных тенденций, уметь определять пути повышения экономической эффективности деятельности и постоянно быть готовым к разработке нового туристского продукта.

Развитие туризма зависит от уровня развития экономики и научно-технического потенциала государства. В настоящее время туристские структуры не обладают большим экономическим и научно-техническим потенциалом. Это противоречие разрешается путем подготовки и реализации поэтапных целевых программ развития туризма, как в регионах, так и в стране в целом.

В результате научного исследования туризма можно вскрыть противоречия между разными его сторонами, затем научно обосновать рекомендации по совершенствованию форм и способов ведения туристского бизнеса, методов обучения специалистов, что позволит разработать направления для активного вхождения в сферу туристских услуг.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в рассмотрении и изучении методики научных исследований в сфере туризма.

**Изложение основного материала.** На современном этапе развития сфера туризма представляет собой отрасль, включающую различные виды туристической деятельности. С этим направлением деятельности тесно связаны такие виды туристской деятельности, как гостиничный бизнес, организация путешествий, экономика и другие. Методология как учение о методах исследования в туризме составляет совокупность взглядов – результат познания и осмысления практики жизни, что создает конкретные теоретические суждения об изучаемых явлениях и процессах в сфере туристической деятельности. В целях изучения туризма как вида социально-экономической области государства необходимо проводить исследования с помощью различных методов.

В основе методологии должно отражаться изучение туризма как общественного явления, которое носит не только активный, но и творческий характер, так как возникает в ходе практической деятельности субъектов, имеющих определенную конкретную цель. В экскурсиях, развлечениях, различных видах путешествий кругозор туристов наполняется новым опытом в результате знакомства с новыми местами путешествий, знакомства с достопримечательностями.

Процесс развития туристской сферы всегда связан с законом единства и борьбы противоположностей, который рассказывает об источнике развития и лежит в основе раскрытия особенностей как внешнего, так и внутреннего содержания туристской индустрии. Сфера туризма как явление социальное несет в себе прямо противоположные стороны, тенденции, свойства и конкретику. Она также характеризуется противоположными видами деятельности на рынке услуг. Взаимодействие противоположных сторон туристской сферы – это одновременно совокупность и борьба между ними.

Важным этапом на рынке туристских услуг должно стать раскрытие тенденций развития обнаруженных противоречий между туристскими организациями и определение направлений в их решении.

Для экономической устойчивости работы на рынке необходимо создание эксклюзивного туристского продукта. Он должен быть таким, чтобы способствовал бы снижению цены. Противоречия в туристской индустрии являются не только источником развития объективных процессов, но и средством совершенствования знаний.

Отрицание объективной действительности лежит в гносеологической основе разных взглядов и рассмотрений равнозначного процесса. В результате этого происходит борьба не только разных, но и противоположных взглядов. В науке этот процесс находит свое отражение в противоречивости действительности и познания, что составляет одну из главнейших закономерностей ее развития. Там, где борьба отсутствует и нет столкновения различных взглядов, там не будет соответственно и развития науки. Важнейшим условием развития науки о туризме должны стать свободные дискуссии, которые будут поддерживать творческие решения проблем в туризме.

В основе развития процесса туристской сферы лежит методика диалектических отрицаний старого новым. Возникающее и утверждающееся новое сохраняет в своем содержании положительные элементы, стороны и свойства старого. Процесс развития на его высших ступенях всегда повторяет многие аспекты старого, имевшие место на более низких ступенях.

Методы экспертных оценок обязательно должны использоваться в туризме, так как именно в них исключается взаимное влияние экспертов в ходе поиска объективного ответа или оценки на поставленный в исследовании вопрос.

**Выводы.** В науке о туризме познание действительности всегда должно опираться на совокупность методологических подходов исследования. Методология как учение о методах исследования в сфере туризма представляет собой общность взглядов, итог познания жизненной практики, что лежит в основе создания конкретных теоретических суждений об изучаемых процессах в этой сфере деятельности. Методология исследования туристской деятельности помогает обосновать научный подход не только к изучению, но и решению теоретических и практических вопросов туризма. В основе методологии лежит рассмотрение сферы туризма как общественного явления, которое носит активный и творческий характер, поскольку происходит в процессе практической деятельности субъектов.

Особенность познавательной деятельности человека и ее особенности применительно к сфере туризма находят свое отражение в общенаучных эмпирических и логических методах, которые

используются в научном познании. Методы анализа, синтеза, сравнения и аналогии, единства исторического и логического подхода, методы наблюдения и эксперимента в основе которых лежат закономерности изучения действительности в сознании человека. Их совершенствование в соответствии с особенностями и задачами развития современного туризма всегда будет оставаться одной из важнейших сторон науки о туризме.

**Список использованных источников:**

1. Барчуков, И.С. Методы научных исследований в туризме: учеб. пособие для вузов / И.С. Барчуков. – М. : Издательский центр «Академия», 2019. – 224 с. – Текст : непосредственный.
2. Крезова, О.И. Международный туризм как направление социальной и культурной деятельности / О.И. Крезова // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – № 11. – С. 18. – Текст : непосредственный.
3. Морозова, Т.В. Проблемы и перспективы развития этнокультурного туризма на территориях приграничья / Т.В. Морозова, Г.Б. Козырева Г.Б., Р.В. Белая, А.А. Морозов // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 11. – С. 2565-2574. – Текст : непосредственный.
4. Нюренбергер, Л.Б. Подходы к развитию регионального туризма в контексте турбулентности экономики впечатлений / Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко, В.З Шурбе, А.В Курнявкин, М.В Приставка // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 12. – С. 2967-2978. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** теория туризма, методы научных исследований, методика туризма, развитие.

**Keywords:** theory of tourism, methods of scientific research, methodology of tourism, development.

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РОССИИ**

УДК 338.48

**Алексеева Е.В.**,  
Старший преподаватель кафедры  
естественных дисциплин сервиса и туризма,  
Казанский кооперативный институт (филиал)  
АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации  
«Российский университет кооперации»,  
г. Казань, Россия

### **ГЛЭМПИНГ КАК НОВЫЙ ТРЕНД ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

**Глэмпинг как новый тренд экологического туризма.** В данной статье рассматриваются специфика и перспективы развития различных форматов экологического туризма. В частности, это новый тренд данного направления туризма для современных туристов, предпочитающих отдых на природе – это глэмпинги. Такая тенденция является следствием возникновения нового направления туризма. То есть то, что турист стал предпочитать отдых на природе, более индивидуальный, с малым количеством людей, в тишине и в созерцании окружающей природы.

**Glamping as a new trend in eco-tourism.** This article discusses the specifics and prospects for the development of various formats of ecotourism. In particular, this is a new trend in this area of tourism for modern tourists who prefer outdoor recreation - glamping. This trend is a consequence of the emergence of a new direction of tourism. That is, the tourist began to prefer outdoor recreation, more individual, with a small number of people, in silence and in contemplation of the surrounding nature.

**Анализ последних исследований и публикаций.** «Туризм экологический – путешествие в места с относительно нетронутой природой» [1]. Как правило, такие путешествия нацелены на то, чтобы составить представление о природе исследуемого региона, его культурной и этнографической ценности, и, при этом, совершенно не нарушая природной целостности, ее экологической безопасности туристами.

В последнее время экологические туры стали очень популярными и востребованными. В связи с этим, российские туроператоры стали разрабатывать новые направления экомаршрутов по новым, неизвестным ранее направлениям и регионам, тем самым поднимая ценность внутреннего туризма.

«Отличительные» черты такого направления:

- экологические туры приносят как финансовую поддержку региону, так и способствуют улучшению экологической обстановки;
- экологический туризм имеет важное воспитательное и рекреационное значение;
- экологический туризм предпочтителен для небольших групп, отличается индивидуальным и персонализированным подходом;
- все большее количество городских жителей выбирает для своего отдыха экологическое направление» [2].

**Выделение нерешенной проблемы.** Прошло лето не только календарное, но и настоящее, с теплой, солнечной погодой. И за этот летний период многие открывали свой новый сезон на природе, среди леса, озер и рек, среди тишины. И, если городской житель устал от обычных, без привычной туристской инфраструктуры баз, от экстремального отдыха в палатках, то в современных условиях можно воспользоваться таким совершенно новым в сфере гостеприимства средств размещения – глэмпинг [3].

С наступлением теплого времени года, у жителей мегаполиса все чаще стали возникать вопросы: куда можно сбежать от городской суеты в нашем и соседних регионах? Где можно отдохнуть в тишине и покое, несильно отрываясь от цивилизации и бытового комфорта? И для таких искушенных туристов в современном туризме появился в последние годы новый тренд данного направления для туристов, предпочитающих отдых на природе – это глэмпинги.

«Глэмпинг – это отдых на природе с комфортом». Новое слово «глэмпинг» произошло от такой фразы, как «гламурный кемпинг» (glamorous camping ) [2].

Такое понятие появилось в Великобритании в 2005 году, но в нашей стране широкое распространение получило только в последние годы, особенно развитие этого направления началось в период коронавирусной пандемии. Все чаще горожане огромных миллионных мегаполисов стали предпочитать отдых вдали от шумных городов, транспортных развязок, большого скопления людей, и т.д. Все чаще горожане стараются не уезжать далеко из своего региона, области, чтобы насладиться тихим, спокойным отдыхом на природе.

**Цель статьи** заключается в исследовании специфики и перспективы развития нового формата экологического туризма, нового тренда данного направления туризма для современных туристов, предпочитающих отдых на природе – глэмпинги.

**Изложение основного материала.** Глэмпинги – это комфортные и уютные домики, расположенные в очень живописных и природных местах, с прекрасными видами на окружающую природу: лесная полянка, сосновый бор, гладь реки или озера и т.д. Именно там точно возможно будет отдохнуть от городской суеты и рабочих будней. Ещё один плюс глэмпинга – это то, что такой отдых отлично подходит для компаний разных возрастов. Здесь будет одинаково хорошо и интересно как детям, так и взрослым.

Таким образом, новое направление в туризме глэмпинг – это и новый тренд в развитии экологического туризма. Когда потребитель делает акцент на экологию окружающей среды, на чистоту воздуха, территории, на отдых среди природных красот [5].

Далее рассмотрим несколько примеров глэмпингов Приволжья, которые находятся в совершенно разных местах: и в Жигулевских горах, и в степях, и в глухих лесах, но являются одинаково привлекательными и востребованными среди современных туристов:

1) Необычный юртовый кемпинг «Кызылъяр» расположен в Республике Башкортостан, рядом с Южно-Уральским природным заповедником. Здесь туристам предоставляются интереснейшие подъёмы на Розовые скалы, и Малый Ямантау, сплавы по реке Инзер. Также на территории экоотеля можно попробовать башкирский мед, продукцию пчеловодства с местной пасеки.

2) В Самарской области туристский лагерь «Альфа глэмпинг» расположился в живописной долине около уникального природного явления Подвальские террасы. Лагерь находится далеко от промышленных городов, промышленных зон. Здесь есть прекрасная возможность понаблюдать ночью за звёздным небом, где туриста окружают только чистый воздух и звуки природы. Это не просто палатки, а настоящий отель, расположенный на природе. В центре лагеря всегда горит костер, где можно пообщаться с другими гостями глэмпинга, еду также можно приготовить самим на гриле либо заказать у администратора глэмпинга.

Рядом с глэмпингом протекает речка, где можно покататься на САП-досках, поплавать на матрасах, позагорать и т.д. Также можно взять напрокат велосипед, понаблюдать за богатым животным миром. В лагере действуют свои незыблемые правила: нельзя шуметь, громко слушать музыку, нельзя мешать своим соседям и злоупотреблять спиртными напитками.

3) Необычный глэмпинг – лагерь «Halal Resort» находится в Республике Татарстан. Это место для семейного отдыха, соответствующее стандартам Халяль, в самом центре Республики Татарстан, на берегу реки Кама, в 60 км от Казани. Лагерь расположен рядом с широколиственными лесами и холмами, где можно обнаружить и изучить растения, занесенные в Красную книгу. На территории расположено 9 комфортабельных палаток со всеми необходимыми удобствами, спортивная и детская площадки, место для приготовления пищи, гриль-зона, комфортабельные туалеты и душевая, костровая зона, а также молельная комната.

4) Глэмпинг «URMAN CAMP» находится также в Республике Татарстан, всего в 1 часе езды от Казани, в уединенном месте, на красивой возвышенности, откуда открывается прекрасный вид на озеро, поля, татарские деревеньки с красивыми резными наличниками на окнах. В летний сезон и теплую осень здесь предлагается отдых в сафари-тент с фурако и сафари-тент с баннным чаном. А в зимнее время, среди белоснежного леса можно отдохнуть уже в теплых домиках – А-frame дом с баннным чаном и А-frame с фурако. В каждом домике есть кухня с посудой, холодильником, микроволновкой, чайником, плитой и всеми удобствами, туалетом и душем. В лагере проведен Wi-Fi для любителей поработать на удаленке или при необходимости всегда быть «на связи». Домики рассчитаны на 2-4 человек, рядом с каждым из домиков есть зона для мангала, гриль. На территории

лагеря есть даже небольшой мини-зоопарк: козочки, кролики, породистые куры, собаки-охранники [4].

5) В Ульяновской области палаточный городок «Холмы» расположен в уникальной природной зоне – у подножия меловых холмов в национальном парке «Сенгилеевские горы». Это село Тушна в 40 км от Ульяновска. «Холмы» подразумевают спокойной отдых без шумной музыки. В эко-парке также растут растения, занесенные в Красную книгу. Поэтому туристов просят быть очень аккуратными с окружающими их растениями. Здесь также можно вживую увидеть косуль, сусликов, зайцев и лис. На территории расположены шатры-палатки и барн-хаусы, которые оборудованы всем необходимым для комфортного пребывания: кровати с постельным бельем, терраса с видом на природу, электричество, кухня с посудой и бытовой техникой, душ и туалет, кондиционер и обогреватель [5].

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно понять, что в Российской Федерации экологический туризм развивается по совершенно новым направлениям, тем самым привлекая все более различные категории потребителей данного направления, используя все более разнообразные и новые в сфере гостеприимства средства размещения – глэмпинги.

#### **Список использованных источников:**

1. Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности: учебник / А.Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2018. – 304 с. – Текст : непосредственный.
2. Матюхина, Ю.А. Организация туристической индустрии: учебное пособие/Ю.А. Матюхина. – М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. – 304с. – Текст : непосредственный.
3. Глэмпинг – отдых на природе с комфортом. – Текст : электронный // URL: <https://www.russiadiscovery.ru/news/glamping/>.
4. Глэмпинг Urman Camp Казань: официальный сайт. – Текст : электронный // URL: <https://urman.camp>.
5. Стрижова, А. Отдохни! / А. Стрижова. – Текст : электронный // URL: [www/kp.ru](http://www/kp.ru).

**Ключевые слова:** глэмпинг, экологический туризм, экологический маршрут, турист, новый тренд, окружающая природа.

**Keywords:** glamping, ecotourism, ecological route, tourist, new trend, surrounding nature.

УДК 379.85

**Анисимова В.В.,**

кандидат географических наук, доцент,

доцент кафедры международного туризма и менеджмента,

**Лисевич А.Р.,**

обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм»,

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,

г. Краснодар, Россия

#### **РАЗРАБОТКА ТУРПРОДУКТА В СФЕРЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА**

**Разработка турпродукта в сфере активного туризма.** Внутренний российский туризм за последние 2 года переживает небывалый подъем, наблюдается поддержка отрасли инвесторами и государством, активно развивается соответствующая инфраструктура. Все это положительно сказывается на развитии разных видов туризма на территории субъектов РФ. В статье авторами приводится разработка туристского продукта на базе турфирмы г. Москва, с расчетом экономической выгоды. Разработанный тур «Сила Алтая» – готовый продукт для продажи, прошел апробацию. Коротко расписан каждый день тура, представлены авторские карты-схемы маршрутов. В конце делаются выводы об экономической эффективности реализации турпродукта и о положительных перспективах развития видов туризма в субъектах РФ в целом.

**Development of tourism products in the field of active tourism.** Domestic Russian tourism has been experiencing an unprecedented rise over the past 2 years, there is support for the industry by investors and the state, and the corresponding infrastructure is actively developing. All this has a positive effect on the



development of various types of tourism on the territory of the constituent entities of the Russian Federation. In the article, the authors present the development of a tourism product on the basis of a travel agency in Moscow, with calculation of economic benefits. The developed tour «The Power of Altai» is a ready-made product for sale and has been tested. Each day of the tour is briefly described, and the author's route maps are presented. At the end, conclusions are drawn about the economic efficiency of the sale of tourism products and about the positive prospects for the development of types of tourism in the constituent entities of the Russian Federation as a whole.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Теоретической основой для написания работы послужили труды отечественных и зарубежных авторов, таких как: Г.М. Дехтярь [2], И.Е. Востоков, Ю.Н. Федотов [1], С.Ю. Махов [3] и др. Информационная основа исследования – данные периодической печати и электронных СМИ по теме исследования.

**Выделение нерешенной проблемы.** Человек, меняющий повседневную обстановку, желающий поправить свое здоровье или узнать что-то новое о культуре, быте, традициях других мест и народов, называется туристом. Именно благодаря туристам существует целая туристическая отрасль.

Активный туризм представляет собой отдых, связанный с активным времяпровождением, и иногда требует от туриста высокой выносливости и хорошей физической подготовки. Спортивная подготовка организма является важным фактором, поскольку активный туризм имеет множество видов и в основном все они связаны со спортивными действиями. Виды активного туризма делятся на 4 категории: воздушные, наземные, водные и горные. При этом каждая из категорий очень разнообразна и делится на свои виды и подвиды [1; 3].

**Цель статьи** – обозначить перспективность и эффективность развития активного туризма на территории субъектов РФ.

**Изложение основного материала.** Говоря об активном туризме, следует выделить повышенную опасность для здоровья и жизни человека, которые могут возникнуть в процессе туристской деятельности. Для того чтобы учесть все риски и минимизировать их, существует множество ответственных лиц, которые задействованы в организации активных туров. Безопасность туристов на маршруте регулирует законодательная база, ГОСТы, нормативно-правовые акты и методические материалы. Каждая организация, которая осуществляет активные туры, должна строго соблюдать правила техники безопасности при организации тура и доносить правила поведения во время его реализации до туристов [2].

Активный туризм в России имеет определенную специфику, несмотря на обширную территорию страны, его потенциал полностью еще не раскрыт. Главные факторы – это маленький спрос в связи с экономической составляющей населения и плохо развитая инфраструктура или ее отсутствие в географически потенциальных районах. Период пандемии в 2020 г. и последующая специальная военная операция оказали благотворный эффект на развитие активного туризма в России, так как этот вид туризма дает большой рекреационный эффект. Средства государственного бюджета начали усиленно инвестировать в развитие курортов, в том числе активного туризма, например в Республику Алтай. Регион активно развивают и благоустраивают для всесезонного отдыха, создавая средства размещения и формируя доступ к отдаленным и привлекательным местам Горного Алтая. Помимо государственной поддержки, Республика Алтай получает значительную помощь от инвесторов и организаций, заинтересованных в развитии туризма.

Для организации активного тура было выбрано турагентство ООО «99 евро», которое находится в Москве. Агентство существует на рынке с 2017 года и ведет свою деятельность по организации туров в внутреннем и выездном туризме. Турагентство положительно зарекомендовало себя на рынке и работает с крупнейшими туроператорами [4]. Наибольший спрос у туристов приходится на зарубежный пляжный и экскурсионный отдых, но сложные периоды показали, что нужно работать по нескольким направлениям для регулирования прибыли и деятельности компании. В связи с этим, руководство турагентства решило отличаться от конкурентов и расширить виды туризма для привлечения новых потенциальных клиентов. Было принято решение заниматься продажей активных туров по России.

Турфирма работает по договорам и получает прибыль с комиссии в размере 7-11%, доходы турфирмы в 2022 г. от продажи туристских пакетов составили 540 млн руб., что на 52% больше, чем в 2020 г., и на 22% больше чем в 2021 г. Сезонность играет важную роль в деятельности компании, и опираясь на нее был составлен активный тур по Республике Алтай.

Республика Алтай входит в Сибирский федеральный округ, центр – Горно-Алтайск, откуда удобно добираться до курортных зон. Активный туризм в регионе интересен тем, что он граничит с Казахстаном, Монголией и Китаем и развивает внутренний и въездной туризм.

Перед началом активного тура туристам рекомендуется вакцинироваться от энцефалита для безопасности и здоровья туристов.

Активный тур «Сила Алтая» предложен в качестве автомобильного тура по Чуйскому тракту с выездом к Телецкому озеру. Маршрут тура – линейный с радиальными выходами. В таблице 1 кратко охарактеризованы дни тура.

Таблица 1 – Активный тур «Сила Алтая», дни тура (составлено авторами)

Дни тура	Откуда забирают	Места экскурсий	Проживание
1	из аэропортов Горно-Алтайска и Барнаула	До обеда совершается экскурсия на г. Малую Синюха, с посещением г. Синюха. Свободное время	«Парк-Отель Манжерок 3*»
2	«Парк-Отеле Манжерок 3*»	Посещение турбазы «Царская охота», откуда начнется сплав по реке. Будут пройдены Усть-Семинские пороги на моторафтинге и по пути будет заезд на водопад Камышлинский. После обеда переезд на базу отдыха «Эзлик», откуда можно на конях прокатиться до оз. Ару-Кем или покататься в пантовых ваннах	база отдыха «Эзлик»
3	База отдыха «Эзлик»	С переездом через перевал Чике-Таман будет заезд на Акташский ретранслятор с панорамными видами на Северо-Чуйский хребет и Куральскую степь. Следующая остановка с обедом состоится на Гейзерном озере. После отдыха туристы посетят знаменитые три локации на Марсовых полях	туристский комплекс «Кочевник» в пос. Чибит
4	туристский комплекс «Кочевник» в пос. Чибит	Выезд к р. Чулышман вдоль «Красных ворот» и озер на Улаганском плато. По пути будет остановка на Пазырыкских курганах, с захоронениями племенных вождей. Далее туристы посетят перевал Катунь-Ярык, до которого пеший радиальный выход 3,5 км, чтобы увидеть долину Чулышмана одно из самых красивейших мест на Алтае, который внесен в ЮНЕСКО. После ужина будет фольклорная программа – концерт горлового пения под игру на традиционных музыкальных инструментах	кемпинг «Каменные грибы»
5	кемпинг «Каменные грибы»	Свободные день и единение с природой. Туристы смогут выбрать, как провести день: активно или размеренно. Для активных туристов будут экскурсии к водопадам или конные прогулки вдоль реки. Для размеренного отдыха предложат рыбалку, уединение и гастрономию местной кухни и выезд в ближайшую деревню за местными продуктами. Вечером расслабляющая баня и ужин в кафе. Это самый размеренный день, когда можно полностью погрузиться в природу, культуру и быт Алтая.	кемпинг «Каменные грибы»
6	кемпинг «Каменные грибы»	Состоится пеший поход на достопримечательность Каменные грибы с переправой через р. Чулышман и переезд на мыс Кырсай, что находится на южной стороне оз. Телецкое. От Кырсая туристы отправятся на теплоходе по озеру до с. Яйло со временной высадкой на водопаде Корбу. Обед будет организован на теплоходе.	гостевой дом «Легенды Алтая»

Продолжение Таблицы 1

7	гостевой дом «Легенды Алтай»	Туристы смогут выбрать погружение на дно Телецкого озера при дайвинг-станции «Зазеркалье» или экскурсии на водопады Большой Шалтан и Иола-Айры. Здесь же можно купить местные продукты и сувениры. Обед в кафе. После обеда выезд в г. Горно-Алтайск.	«Гранд отель Алтай» 3*
8	«Гранд отель Алтай» 3*	Обратный вылет. Будет организован трансфер из отеля до аэропорта Горно-Алтайска или Барнаула.	–

Также авторами были разработаны карты-схемы для тура «Сила Алтай – рисунки 1-6.



Рисунок 1 – Дорога от аэропортов до курорта Манжерок (составлено авторами)



Рисунок 2 – Маршрут второго дня (составлено авторами)

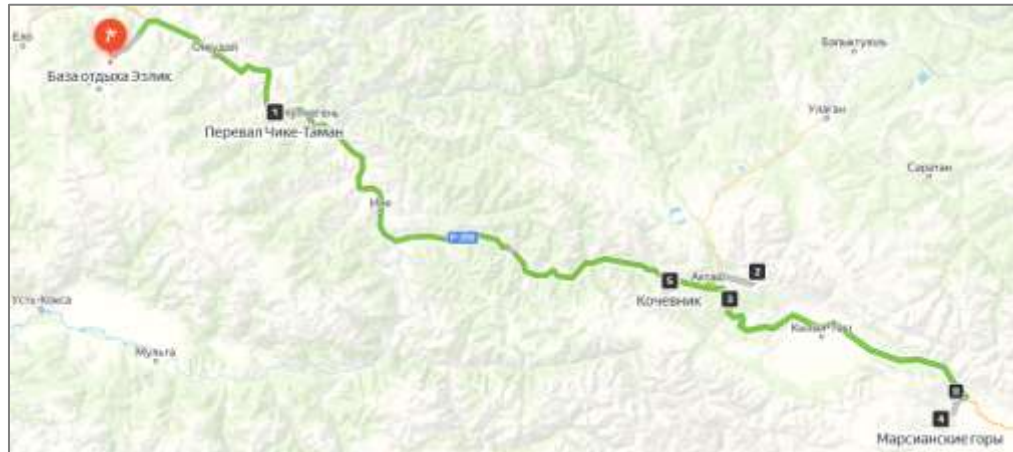


Рисунок 3 – Маршрут третьего дня (составлено авторами)



Рисунок 4 – Маршрут четвертого дня (составлено авторами)

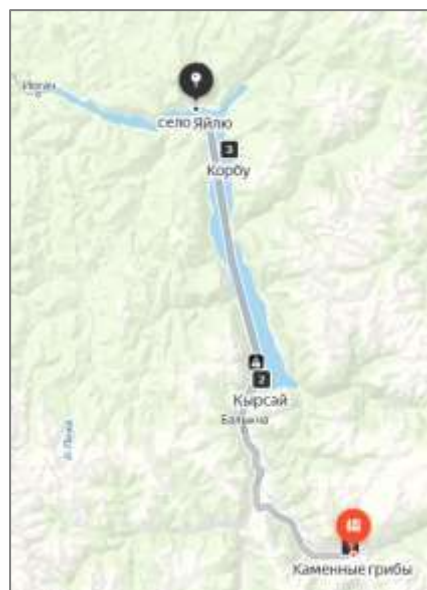


Рисунок 5 – Маршрут шестого дня (составлено авторами)

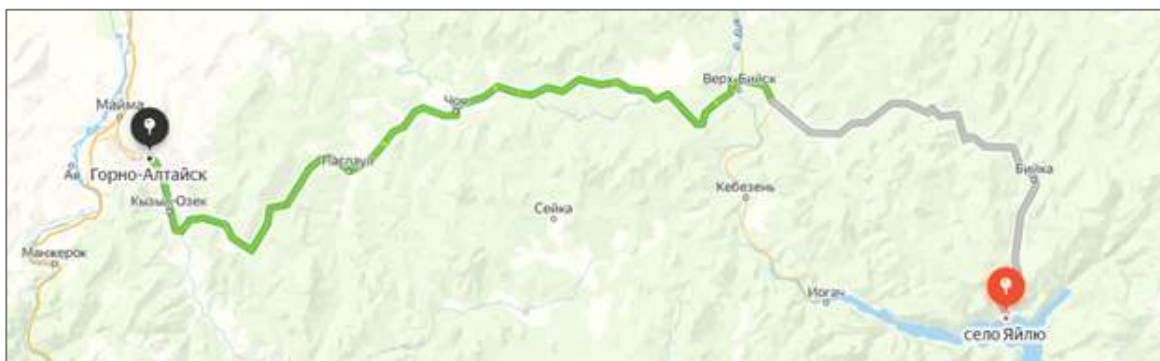


Рисунок 6 – Маршрут седьмого дня (составлено авторами)

Стоимость тура «Сила Алтая»: 55 800 руб.

Реализация тура возможна при полном наборе группы. Выручка агентства с 1 тура – 15% от стоимости тура. За сезон с мая по сентябрь, при реализации тура для двух групп каждый месяц, выручка составит 510 тыс. руб.

При анализе выручки турагентства ООО «99 евро» за определенный период хорошо видна доходность от различных направлений в самый пик сезона и повышенного спроса. Турагентство «99 евро» в пик сезона на 2022 г. за месяц продало по России пакетных туров с выручкой в 300 тыс. руб., тогда как по другим направлениям суммарно на 3,8 млн руб. Однако, если организовать и реализовать активный тур по Горному Алтаю всего из 6 чел., прибыль агентства сразу увеличится на 55 800 руб. Если же организовать более двух туров за месяц, то это будет сразу же более 100 тыс. прибыли за один месяц по внутреннему направлению.

**Выводы.** При реализации активного тура по Горному Алтаю выручка турагентства по российскому направлению в 1,5 раза увеличится, что скажется положительно на прибыли турагентства ООО «99 евро». Это даст конкурентное преимущество перед другими агентствами, поскольку привлечет новую целевую аудиторию, которая за хорошей услугой и качественным обслуживанием вернется еще не один раз. Авторы исследования при проведении анализа деятельности компании пришли к выводу, что разработка турпродукта в сфере активного туризма является нужной, полезной, своевременной и эффективной.

Развитие активного отдыха является перспективным направлением и для внутреннего туризма, и для въездного. Так происходит циркуляция и вливание денежных средств в развитие туристской отрасли в стране. Россия богата дикими, красивыми и неизведанными местами, которые можно приспособить для безопасного активного туризма и привлечения гостей. Большая территория страны еще не приспособлена для организации активного туризма, но у множества регионов есть высокий потенциал к привлечению туристов и организации туристской инфраструктуры.

#### **Список использованных источников:**

1. Востоков, И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм : учебник / И.Е. Востоков, Ю.Н. Федотов. – Москва : Издательство «Советский Спорт», 2018 г. – 464 с. – Текст : непосредственный.
2. Дехтярь, Г.М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме : учебное пособие / Г.М. Дехтярь. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 397 с. – Текст : непосредственный.
3. Махов, С.Ю. Основы активного туризма : учебное пособие / С.Ю. Махов. – Орел : МАБИВ, 2020 – 115 с. – Текст : непосредственный.
4. Турагентство «99 евро» : официальный сайт. – Москва. – Текст : электронный // URL: <https://99euro.ru> (дата обращения: 07.07.2023).

**Ключевые слова:** внутренний туризм, активный туризм, Россия, Республика Алтай, туристская инфраструктура, турпродукт, маршрут.

**Keywords:** domestic tourism, active tourism, Russia, Altai Republic, tourism infrastructure, tourism product, route.

УДК 338.48

**Баженова А.В.,**

Ассистент кафедры сервиса и туризма,  
Институт истории, международных отношений и социальных технологий  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград, Россия

## **ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Военно-патриотический туризм в Волгоградской области: текущее состояние и перспективы развития.** В данной статье рассматривается актуальное состояние туристической отрасли Волгоградской области по направлению военно-патриотического туризма. Выделены главные черты потенциала военно-патриотического туризма для Волгоградской области, обоснованы направления его развития.

**Military-patriotic tourism in the Volgograd region: current state and prospects of development.** This article discusses the current state of the tourism industry of the Volgograd region in the direction of military-patriotic tourism. The main features of the potential of military-patriotic tourism for the Volgograd region are highlighted, the directions of its development are substantiated.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема военно-патриотического туризма в России недостаточна изучена. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Булыгина И.И. [1], Гаврютина Н.Л., Дрючина Е. Д. [5], Куница М.Н.[2], Козловская Д.И., Козловская С.Н. [6], Титова Е.А. [8] и др. Они исследуют военно-патриотический туризм в конкретных субъектах Российской Федерации или связывают его с патриотическим воспитанием молодежи.

**Выделение нерешенной проблемы.** Ввиду происходящих в последние несколько лет политических событий в мире перспектива развития военно-патриотического туризма в России отмечает усиленное внимание со стороны органов власти, бизнеса и СМИ. Среди всех направлений туризма, существующих в Волгоградской области, военно-патриотический занимает лидирующие позиции. Однако комплексных исследований по данной теме не существует.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в выявлении текущего состояния и перспектив регионального развития военно-патриотического туризма на примере Волгоградской области.

**Изложение основного материала.** История Сталинградской битвы играет одну из главных ролей в развитии туристического интереса к Волгоградской области. Героическое прошлое региона и менталитет его жителей повлияли на становление Волгограда как центра патриотического туризма в России.

Сталинград (название города Волгоград до 1961 г.) был одним из первых городов, которые стали называть городом-героем. Это почетное звание было впервые озвучено 1 мая 1945 года в приказе главнокомандующего. Восстановление города по генплану 1945 года дало толчок для развития военно-патриотического туризма на территории региона. Строительство в Советском Союзе военных мемориалов, аллей, площадей, мемориальных комплексов, посвященных подвигу защитников Сталинграда, стали ключевыми объектами показа для туристических групп.

Тем не менее, согласно последним данным, несмотря на большое число музейных выставок, военных памятников и ансамблей за последние несколько лет на территории региона открыты новые объекты турпоказа, связанные с военно-патриотическим направлением: стела «Город воинской славы» в Калаче-на-Дону Волгоградской области, музейно-выставочный павильон «Бронекатер БК-31» в городе Волгоград, музей Героя Советского Союза Алексея Маресьева в городе Камышин и другие. По мнению специалистов, данные объекты должны стать новыми точками притяжения туристов, интересующихся военной тематикой.

Согласно официальным данным на территории Волгоградской области разработано более 40 военно-патриотических маршрутов [4]. Они проходят по территории города-героя и по муниципальным районам области. Это двух-, трех- и пятидневные туры. Однако, некоторые объекты туристического показа такие, как новая набережная города Волгограда, музейно-выставочный павильон «Бронекатер БК-31», пожарный катер «Гаситель» и другие объекты не включены в региональные военно-патриотические туры. И всего лишь четыре маршрута Волгоградской области



входят в общероссийский реестр военно-патриотических туров. Это «Волгоград Грандиозный», «Город воинской славы Калач-на-Дону», «Город-герой Сталинград», «Царицын. Сталинград. Волгоград» [8].

Стоит отметить, что событийные мероприятия такие как фестивали, исторические реконструкции и тематические акции, приуроченные к памятным датам не только России, но и Волгоградской области (день начала Сталинградской битвы, день начала контрнаступления под Сталинградом, день победы в Сталинградской битве и др.) являются важным элементом военно-патриотического туризма на территории региона.

Традиционно на майские праздники в Волгоградской области специалисты отрасли отмечают увеличенный турпоток. В 2023 году в начале мая регион посетили почти 190 тысяч туристов, в 2022 году – 180 тысяч. В эти дни регион согласно сервисам бронирования – одно из самых популярных направлений для путешествий по стране [4]. Кроме того, в дни празднования Победы в Великой Отечественной войне на Мамаевом кургане проходит масштабная инсталляция «Свет Великой Победы», которая дополнительно становится точкой притяжения гостей. Акция реализуется с 2016 года и уже стала одним из главных событийных мероприятий региона.

Помимо данной акции с 2021 года на фасаде музейно-выставочного павильона «Бронекатер БК-31» показывают светозвуковую инсталляцию о судьбе и подвиге катера, героически погибшего осенью 1942 года [7]. Кроме того, в начале февраля 2023 года в областной столице состоялся масштабный историко-просветительский проект «Мост памяти» с выступлением лучших артистов РФ, лазерной инсталляцией и праздничным салютом. Мероприятие было приурочено к 80-летию победы в Сталинградской битве.

Военно-исторические реконструкции проходят не только на территории Волгограда, но и в муниципальных районах области: Камышинском, Среднеахтубинском, Калачевском, Суворовкинском, Городищенском и других. Такие реконструкции позволяют зрителям видеть ход военного сражения. Однако, стоит заметить, что такие мероприятия туроператоры все еще не включают в туристические туры, несмотря на то, что посещение реконструкций является бесплатным для всех жителей и гостей региона.

Согласно статистическим данным большинство тургрупп региона – это школьники и учащиеся ВУЗов. По мнению многих авторов, именно военно-патриотические туры являются наиболее важным направлением патриотического воспитания молодежи, которое способствует формированию положительного отношения к своему Отечеству.

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно определить, что военно-патриотический туризм на территории Волгоградского региона активно развивается. Однако, многие объекты показа, связанные со Сталинградской битвой, еще не включены в военно-патриотические маршруты региона. Туроператоры региона могут создавать новые турпродукты с посещением исторических реконструкций и новых объектов показа. Эти туры будут отличными от тех, которые традиционно предлагаются туристам. Данное направление представляется перспективным.

Для продления туристического сезона в регионе видится проведение большего числа световых патриотических инсталляций, которые, как мы заметили, привлекают туристов. Кроме того, военно-патриотический туризм может сыграть важную роль в патриотическом воспитании молодежи всей России.

#### **Список использованных источников:**

1. Булыгина, И.И. Патриотический туризм как эффективное средство воспитания / И.И. Булыгина // Профессиональное образование в России и за рубежом, 2016, № 4, с. 22-25. – Текст : непосредственный.
2. Куница, М.Н. Военно-патриотический туризм: общероссийские тенденции и особенности регионального развития / М.Н. Куница, Н.Л. Гаврютина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. – 2022. – № 2. – С. 60-70. – Текст : непосредственный.
3. Администрация Волгоградской области: Официальный сайт. – Текст : электронный // URL: volgograd.ru (дата обращения: 22.10.2023).

4. Военно-исторический музей «Наследие»: Официальный сайт. – Текст : электронный // URL: <https://museum-nasledie.com> (дата обращения: 23.10.2023).
5. Дрючина, Е.Д. Военно-патриотический туризм как приоритетное направление развития регионального туризма с возможностью интеграции программ воспитательной работы с молодежью / Е.Д. Дрючина // Инновации и разработки в сфере гуманитарных и социально-экономических наук: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 июня 2021 г. – Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2021. – С. 34-37. – Текст : электронный // URL: <https://apni.ru/article/2657-voenno-patrioticheskij-turizm-kak-prioritetno> (дата обращения: 20.10.2023).
6. Козловская, С.Н. Патриотический туризм как средство воспитания и образования молодежи / С.Н. Козловская, Д.И. Козловская. – Текст : электронный // URL: [https://ma123.ru/wp-content/uploads/2021/12/Kozlovskaya-Kozlovskaya\\_CITISE\\_4-2021.pdf](https://ma123.ru/wp-content/uploads/2021/12/Kozlovskaya-Kozlovskaya_CITISE_4-2021.pdf) (дата обращения: 20.10.2023).
7. Министерство экономического развития Российской Федерации: Официальный сайт. – Текст : электронный // // URL: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/patrioticheskie\\_marshruty/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/patrioticheskie_marshruty/) (дата обращения: 22.10.2023).
8. Титова, Е.А. Военный туризм как новое направление на туристском рынке / Е.А. Титова // Туризм и культурное наследие: межвузовский сборник научных трудов. – Текст : электронный // URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/titova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/titova.htm) (дата обращения: 22.10.2023).

**Ключевые слова:** туризм, военно-патриотический туризм, развитие, регион, Волгоградская область.

**Keywords:** tourism, military-patriotic tourism, development, region, Volgograd region.

УДК 338.482.224

**Бедулева Д.А.**,  
обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
**Васькова А.И.**,  
обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
**Рыбалова Т.В.**,  
кандидат культурологии,  
доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства,  
ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,  
г. Тюмень, Россия

## РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЮГА ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Ресурсы развития гастрономического туризма юга Тюменской области.** Целью статьи является изучение ресурсов гастрономического туризма и возможности его развития на юге Тюменской области. Обосновывается идея о том, что гастрономический туризм – это поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний. На сегодняшний день гастрономический туризм активно набирает популярность среди туристов. Данная тенденция связана с возросшим у потребителя интересом к здоровому образу жизни и разнообразному питанию, появлением телевизионных программ, посвящённых гастрономическому туризму, росту интереса у туристов к необычным видам отдыха и увеличением в обществе мультикультурных потребителей. Юг Тюменской области обладает большим объёмом ресурсов для развития гастрономического туризма, который, в свою очередь, мог бы стать источником дохода для



предприятий, способом удовлетворения туристских потребностей и развития туризма. Основное внимание уделено сибирской кухне как феномену и главному гастрономическому ресурсу. Многие предприятия общественного питания берут за основу своей концепции традиции питания местного населения, преподнося это туристу в тандеме с интересной историей и яркой подачей. В результате сделаны выводы о том, что юг Тюменской области богат разнообразными гастрономическими ресурсами и сегодня перед туроператорами стоит задача интеграции этих ресурсов в туристские программы.

**Resources for the development of gastronomic tourism in the south of the Tyumen region.** The purpose of the article is to study the resources of gastronomic tourism and the possibility of its development in the south of the Tyumen region. The idea is substantiated that gastronomic tourism is a trip to get acquainted with the national cuisine of the country, the peculiarities of the production and preparation of products and dishes, as well as training and improving the level of professional knowledge. To date, gastronomic tourism is actively gaining popularity among tourists. This trend is associated with an increased consumer interest in a healthy lifestyle and a varied diet, the appearance of television programs dedicated to gastronomic tourism, an increase in tourists' interest in unusual types of recreation and an increase in multicultural consumers in society. The south of the Tyumen region has a large amount of resources for the development of gastronomic tourism, which, in turn, could become a source of income for enterprises, a way to meet tourist needs and tourism development. The main attention is paid to Siberian cuisine as a phenomenon and the main gastronomic resource. Many catering companies take as the basis of their concept the traditions of the food of the local population, presenting it to the tourist in tandem with an interesting history and a bright presentation. As a result, conclusions are drawn that the south of the Tyumen region is rich in various gastronomic resources and today tour operators face the task of integrating these resources into tourist programs.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема развития гастрономического туризма на юге Тюменской области недостаточна исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как В.В. Пахарь [4], В.О. Сычѐва, К.С. Шпенькова [9] и др.

Основным содержанием их работ являются современное состояние, перспективы развития данного вида туризма в Российской Федерации, также в них рассматриваются основные направления и специфика гастрономического туризма.

**Выделение нерешенной проблемы.** Юг Тюменской области обладает большим объѐмом неиспользуемых ресурсов для развития гастрономического туризма, который, в свою очередь, мог бы являться источником дохода, методом удовлетворения потребностей туристов и развития туризма.

**Цель статьи.** Целью статьи является изучение ресурсов гастрономического туризма и возможности его развития на юге Тюменской области

**Изложение основного материала.** Гастрономический туризм – это поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний [9, с. 1].

На сегодняшний день гастрономический туризм активно набирает популярность среди туристов. Данная тенденция связана с возросшим у потребителя интересом к здоровому образу жизни и разнообразному питанию, появлением телевизионных программ, посвящённых гастрономическому туризму, росту интереса у туристов к необычным видам отдыха и увеличением в обществе мультикультурных потребителей.

Ресурсной составляющей гастрономического туризма являются предприятия общественного питания, предлагающие туристу окунуться в гастрономические традиции региона. В статистических данных указано, что с начала 2022 г. в Тюменской области количество ресторанов, кафе и баров увеличилось более чем на 7 единиц. Также выручка предприятий общественного питания в период с 2017 г. по 2021 г. увеличилась на 4 млн. руб., что является следствием увеличения спроса на услуги заведений [10].

Главным ресурсом в гастрономии юга Тюменской области является сибирская кухня. Многие предприятия общественного питания берут за основу своей концепции традиции питания местного населения, предлагая туристу в сочетании с интересной историей и яркой подачей.

Рассмотрим ресторан «#СибирьСибирь» в г. Тюмени, в котором находится несколько залов, выполненных в уникальном стиле. Новинкой стали блюда из кухни коренных народов Севера – ненцев, ханты и манси [7].

Самым известным рестораном в городе Тюмени является ресторан-музей «Чум». Он единственный в своём роде ресторан северной кухни, особенное заведение для всей России. Меню ресторана выполнено из местных продуктов, большинство блюд в другом месте не попробовать. Например, мочёная морошка, рецепт которой держится в секрете с момента открытия ресторана. В заведении можно попробовать сосвинскую селёдку, которую с давних времён считают царской рыбой: она водится только в р. Сосьва, и ловят её лишь раз в год. Отведать всё это можно под сенью настоящего хантыйского чума [8].

В городе Тобольске интересным предприятием общественного питания является татарское кафе «Бахетле». Кафе оформлено в этностиле, на стенах заведения расположены картины, рассказывающие об истории Сибирского ханства. В меню представлены традиционные татарские блюда: татарский плов, шурпа, татарские пельмени, а также выпечка: баурсак, самса, чак-чак и сибирский чай на травах [5].

Особой популярностью в городе пользуется ресторан «Ладейный». Он выглядит как деревянный резной терем, в котором каждый гость может почувствовать себя древнерусским баринном или купцом. В меню ресторана входят блюда русской и самобытной сибирской кухни: мясо по-строгоновски, филе судака, щучьи котлеты и т.п. Главные позиции меню – это блюда из поваренных книг времён царской России [6].

Ярким гастрономическим событием в г. Тобольске является фестиваль «Уха-царица». Это семейный праздник, на котором готовят уху, устраивают конкурсы профессионального мастерства среди поваров, участвуют в мастер-классах по приготовлению ухи, пробуют рыбные деликатесы.

В г. Ялуторовске представителем сибирской кухни выступает кафе «Ретро». Меню заведения достаточно разнообразно, но что более любопытно, так это раздел «Блюда сибирской кухни». В него входит всего несколько позиций, но попробовав их, можно полностью прочувствовать дух Сибири [2].

Известное заведение г. Ялуторовска – пельменная «Петелинское». Это небольшая столовая с ассортиментом пельменей, приготовленных по классическим рецептам из фермерских продуктов.

Город Ялуторовск знаменит не только ссыльными декабристами (М.И. Муравьев-Апостол, И.И. Пущин, Е.П. Оболенский и др.), но и фестивалями «Ялуторовская масленица», «Красная горка», во время которых пекут трёхметровый блин и устраивают гастрономическое шоу по приготовлению гигантской яичницы из 1 500 тыс. яиц по казачьим традициям [3].

«Вкусное» производство также может являться объектом туристского гастрономического интереса. Ялуторовская кондитерская фабрика «Кураж» обеспечивает местное население лакомствами, а туристов сувенирами.

Город Ишим – перспективное туристское направление в Тюменской области. В городе не так много точек общественного питания, которые погружают нас в историю города и сибирской кухни. Но увлекательное гастрономическое путешествие может быть связано со сказкой П.П. Ершова «Конёк-Горбунок», где есть упоминания о блюдах, которые были представлены на старинных ярмарках. Можно предположить, что Ершов любил эти блюда, а именно: «яблоки мочёные», «пирог печёный», «пряники печатные», «коврижки», рыба и мясо. Данную информацию можно взять за основу гастрономического тура, предложив туристам меню, состоящее из блюд, перечисленных в произведении. Тем самым у потребителя появляется возможность узнать больше достоверной информации о писателе, погрузиться в тематику сказки и отведать блюда местной кухни.

Регулярно в Ишиме проходит фестиваль «Золотой карась», т.к. территория Ишимского района изобилует озерами с рыбой. Мероприятие заявлено как семейное и гастрономическое. Включает следующую программу: семейная рыбалка, концертная программа, спортивная разминка, мастер-классы, викторины, ярмарка и дискотека в стиле 90-х годов. Данное событие идеально вписывается в гастрономический туризм [1].

Заметим, что гастрономические ресурсы юга Тюменской области не используются при организации туров в полном объеме. Основными причинами недостаточности развития гастрономического туризма являются следующие факторы, они же относятся и к Тюменской области в целом:

- 1) отсутствие всестороннего информационного обеспечения;
- 2) фактическое отсутствие законодательной базы РФ по гастрономическому туризму;
- 3) отсутствие маркетинговых кампаний, рекламы, пиара гастрономического направления;

4) недостаточное развитие социально-бытовой инфраструктуры, включая инфраструктуру туризма;

5) отстающий уровень развития некоторых регионов, с точки зрения отсутствия в нём в достаточном количестве предприятий питания в малых городах (г. Ялуторовск, г. Ишим);

6) высокие тарифные цены на продукты рынка гастрономического туризма и низкая покупательская способность [4, с. 141].

**Выводы и предложения.** Таким образом, юг Тюменской области богат разнообразными гастрономическими ресурсами и сегодня перед туроператорами стоит задача интеграции этих ресурсов в туристские программы. Широкая душа сибирского человека, особенности его гостеприимства и меню из уникальных блюд, которые хранят свою историю и передаются из поколения в поколение, – это то, для чего стоит посетить юг Тюменской области, открыв для себя новый вкус путешествий.

#### **Список использованных источников:**

1. Ишимский фестиваль «Золотой карась». – Текст: электронный // URL: <https://ishimpravda.ru/news/195323.html> (дата обращения: 16.10.2023).
2. Кафе «Ретро»: официальный сайт. Ялуторовск. – Текст: электронный // URL: <https://retrohotel72.ru/> (дата обращения: 16.10.2023).
3. Народное гуляние «Красная горка». – Текст: электронный // URL: <https://www.culture.ru/events/3029075/narodnoe-gulyanie-krasnaya-gorka?ysclid=lnrx84cp20287253308> (дата обращения: 16.10.2023).
4. Пахарь, В.В. Состояние и направления развития гастрономического туризма в мире и в России / В.В. Пахарь // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – С. 138-142. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-napravleniya-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-mire-i-v-rossii/viewer> (дата обращения: 16.10.2023).
5. Первое татарское кафе Тобольска. Дзен. 9 марта 2023. – Текст: электронный // URL: <https://dzen.ru/a/ZAh8eboHH2gVKHDm> (дата обращения: 16.10.2023).
6. Ресторан «Ладейный». – Текст: электронный // URL: <https://vk.com/clubladeyniy> (дата обращения: 16.10.2023).
7. Ресторан #СибирьСибирь: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://tyumen.sibirsibir.ru/> (дата обращения: 16.10.2023).
8. Ресторан «Чум». – Текст: электронный // URL: <https://maxim-rest.ru/zavedeniya/restoran-muzeu-chum/> (дата обращения: 16.10.2023).
9. Сычёва, В.О. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире / В.О. Сычёва, К.С. Шпенькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – С. 1-6. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii-i-v-mire/viewer> (дата обращения: 16.10.2023).
10. Управление Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: [https://tumstat.gks.ru/ofs\\_torg\\_obl](https://tumstat.gks.ru/ofs_torg_obl) (дата обращения: 16.10.2023).

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, культурные традиции, турист, потребитель, ресторан, предприятие общественного питания, ресурсы, местная кухня.

**Keywords:** gastronomic tourism, cultural traditions, tourist, consumer, restaurant, catering company, resources, local cuisine.

УДК 316.444.2

**Болдина М.Ю.,**

кандидат социологических наук,  
доцент кафедры социологии, общей и юридической психологии,  
Волгоградский институт управления –  
филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,  
г. Волгоград, Россия

### **СПЕЦИФИКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРАКТИК ЖИТЕЛЕЙ ВОЛГОГРАДА)**

**Специфика внутреннего туризма в России (по материалам исследования туристических практик жителей Волгограда).** Статья посвящена анализу туристических практик населения для разработки рекомендаций по удовлетворению потребительского спроса туристов на внутреннем туристическом рынке. Развитие туризма связано с обеспечением высоких стандартов благосостояния человека и во многих развитых государствах туризм рассматривается как индикатор качества жизни населения. В России на туристическую отрасль возлагаются надежды по формированию новых рабочих мест в сфере малого и среднего предпринимательства, а также по развитию смежных с туризмом отраслей. Однако в конечном итоге именно потребитель определяет успех развития туристической отрасли.

В статье описаны результаты комплексного социологического исследования методами глубинного интервью и анкетирования, проведенного в ноябре 2022 года – феврале 2023 года среди имеющих туристический опыт жителей Волгограда. Выявление специфики внутреннего туризма производится на основе сопоставления зарубежного и внутреннего туристического опыта информантов и респондентов социологического исследования. В исследовании отражены трансформации представлений и расшатывание стереотипов о внутреннем российском туризме на фоне сокращения возможностей для населения зарубежных туристических поездок. Путешественники открывают для себя новые историко-туристические объекты внутри страны.

В результате исследования определены сильные и слабые стороны отечественного туризма, по сравнению с зарубежным. Предлагаются пути развития внутреннего туризма, исходя из выявленных проблемных аспектов развития отрасли.

**Specifics of domestic tourism in Russia (based on materials from the study of tourism practices of Volgograd residents).** The article is devoted to the analysis of the tourism practices of the population in order to develop recommendations for meeting the consumer demand of tourists in the domestic tourism market. The development of tourism is associated with ensuring high standards of human well-being, and in many developed countries tourism is considered as an indicator of the quality of life of the population. In Russia, hopes are placed on the tourism industry to create new jobs in the field of small and medium-sized businesses, as well as to develop tourism-related industries. However, ultimately it is the consumer who determines the success of the development of the tourism industry. The article describes the results of a comprehensive sociological study using in-depth interviews and questionnaires conducted in November 2022 – February 2023 among residents of Volgograd with tourism experience. Identification of the specifics of domestic tourism is carried out on the basis of a comparison of foreign and domestic tourism experiences of informants and respondents of a sociological study. The study reflects the transformation of ideas and the loosening of stereotypes about domestic Russian tourism against the backdrop of a reduction in opportunities for the population to travel abroad. Travelers discover new historical and tourist sites within the country. As a result of the study, the strengths and weaknesses of domestic tourism were identified in comparison with foreign ones. Ways for the development of domestic tourism are proposed, based on the identified problematic aspects of the industry's development.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы развития внутреннего туризма отражены в работах С.А. Буторова, О.М. Каныгиной, Н.В. Рубцовой, К.С. Солодухина [3; 4; 7]. Среди ученых, занимающихся исследованием проблем сферы туризма как социального феномена, необходимо отметить В.В. Неволина [1].

Вопросы популяризации внутреннего туризма и преодоления кризисных состояний туристской отрасли рассматриваются в работах Е.В. Ползиковой, А.А. Юрченко, Е.Д. Бареевой, О.Н. Прохоровой, Я Костенко [6; 2; 5].

**Выделение нерешенной проблемы.** Несмотря на формирование экономических и политических условий для развития внутреннего туризма в России, наблюдается дефицит конкретных эмпирических исследований туристических практик населения. А без подобных исследований рекомендации по развитию туризма неизбежно будут опираться на стереотипы и социальную мифологию, и сами, в свою очередь, будут эти стереотипы транслировать.

**Цель статьи.** Цель описания проведенного исследования в данной статье – оценить современное состояние туристической отрасли в Российской Федерации для разработки рекомендаций по ее дальнейшему развитию.

**Изложение основного материала.** Туристический поток России очень велик. Богатая культура, природа и история – основа роста популярности туров по нашей стране. Для России развитие туризма является важным, так как данная отрасль является благоприятной средой для функционирования малого бизнеса и перспективна для привлечения инвестиций. Туризм стимулирует развитие других отраслей хозяйства: торговли, строительства, связи, сельского хозяйства. Однако Россия значительно отстает по вкладу от туризма в экономику страны и экспорту туристических услуг от мировых лидеров. Если в Китае этот показатель в 2020 году составлял 13%, США – 8%, Франции, Испании, Гонконге – 6%, то в России – от 1,5 до 3% [8].

Изучение специфики любого социального явления предполагает сравнение этого явления с сопоставимым. Для выявления специфики внутреннего туризма мы соотнесли его с внешним туризмом. В ноябре-декабре 2022 года было проведено 20 глубинных интервью с активными туристами, имеющими опыт внутреннего и зарубежного туризма. Для углубления и объективизации данных качественного исследования в феврале 2023 года был проведен анкетный опрос жителей г. Волгограда, в рамках которого было опрошено 300 респондентов, имеющих туристический опыт. В анкетном опросе приняли участие 59,5% мужчин и 40,5% женщин, среди которых 26,5% в возрасте от 18 до 25 лет, 53,5% – от 26 до 33 лет, 10% – от 34 до 42 лет, 6,5% – от 42 до 49 лет и 3,5% – старше 50 лет.

Туристские мотивы – важнейшие составные элементы туристской деятельности, которые можно рассматривать как определяющие компоненты спроса, основу выбора поездки и программы отдыха. Сначала мы решили выяснить, на что респонденты обращают внимание при выборе тура. Распределение ответов на вопрос: «Что влияет на Ваше решение при выборе тура» показал, что 40% опрошенных руководствуются предыдущим опытом, 36,7% выбирают тур исходя из стоимости, 16,7% руководствуются мнением знакомых.

Полученные данные свидетельствуют о том, что ключевыми факторами при выборе тура являются прошлый туристический опыт и цена.

В ходе глубинного интервью мы также пытались понять, что влияет на выбор тура. Было выявлено, что в первую очередь респонденты подбирают тур исходя из стоимости, затем смотрят на направление и качество.

«Лично для меня первым фактором является цена, второе это состав. Но главное, конечно, цена. Все зависит от того, куда я хочу, какое мне нужно направление (пляжное или я хочу поехать в экскурсионку или я хочу поехать вообще в горнолыжку). На самом деле, факторов очень много» (Девушка, 25 лет).

«На самом деле, много что влияет. Сейчас стараюсь выбирать те места, где я еще не бывала. Также начала обращать внимание на безопасность в том месте, куда я собираюсь ехать. Ну и самое главное, чтобы поездка прошла для меня как можно более комфортно, необходимо наличие хорошей инфраструктуры» (Женщина, 35 лет).

Для того, чтобы выявить специфику внутреннего туризма, необходимо было его сравнить с внешним, поэтому мы решили узнать, где, по мнению опрошенных, престижней отдыхать в России или за границей. На вопрос «Считаете ли Вы, что отдых за границей является более престижным, чем отдых в России» мы получили следующие результаты: 61% – да, 29% – нет и 10% – затрудняются ответить.

При проведении глубинного интервью мы задали аналогичный вопрос и получили неоднозначные мнения.

«Ну, это достаточно спорный вопрос. Есть туры на Байкал, которые стоит намного дороже путевки в Турцию. Тут нужно сравнивать конкретные города. Море – однозначно за границей. И вообще дело вкуса. Кто-то хочет отдыхать вдали от соотечественников, окунуться в другую культуру, менталитет. Кому-то некомфортно отдыхать за рубежом, где чужой народ, обычаи, язык и так далее» (Мужчина, 31 год).

Большинство респондентов отметили отдых за границей более престижным. Однако, так как некоторые уголки нашей страны являются уникальными и труднодоступными (по цене, расположению), был сделан вывод, что и у нас есть места, которые можно считать престижными. К сожалению, российский рынок внутреннего туризма сегодня имеет ряд проблем. Одной из главных является недостаточная осведомленность россиян о возможных местах отдыха в своей собственной стране. Как показывает практика, россияне больше осведомлены о курортах Турции, Египта, Хорватии, Греции и т.п., нежели об отечественных возможностях отдыха.

Далее нам было необходимо сравнить основные плюсы и минусы отдыха за границей и в России.

Распределение ответов на вопрос «В чем преимущества отдыха в России» показало, что для 43,3% преимуществом является отсутствие необходимости оформлять документы (виза/загранпаспорт), 26,7% – расположение, 20% – родной язык, всего лишь 10% – цена.

Из ответов можно сделать вывод, что привлекательность России заключается в том, что туристам не нужно тратить время и деньги на оформление документов, можно выбрать тур, в который нет необходимости долго ехать на машине/поезде/самолете и все разговаривают на твоём родном языке.

Далее мы спросили, что не нравится респондентам в российском туризме. Среди опрошенных 43% не удовлетворены уровнем сервиса, 33,3% – инфраструктурой, 13,3% – ценой, 3,7% – транспортной системой. Можно сделать вывод, что уровень сервиса и инфраструктура являются главными слабыми сторонами в российском туризме и их необходимо развивать. Люди жалуются на отсутствие сервиса при высокой стоимости проживания, а также на дорогие перелеты внутри страны. Аналогичные данные были получены в ходе проведения интервью.

«В России дорого, сервис не всегда хороший, постоянно что-то ломается. Хотя сейчас российский туризм начал активно развиваться, надеюсь, что в будущем эта ситуация изменится. Пока что разница между отдыхом в России и за рубежом ощущается. За границей создано больше условий для комфортного отдыха» (Девушка, 20 лет).

«Не люблю отдых в России. Считаю, что за границей намного удобнее, лучше. Сервис намного лучше, все как-то цивильнее. Там и принадлежности для душа, и белье каждый день меняют в номере, и полотенце дают, и так далее» (Мужчина, 31 год).

Затем нам было необходимо узнать, в чем заключаются преимущества отдыха за границей. Больше всего респондентов – 53,3% – привлекает знакомство с другой культурой, 40,7% – сервис, 3% – цена, 3% – престиж.

Таким образом, для туристов наибольшим преимуществом является возможность познакомиться с другой культурой, посетить достопримечательности. Большой процент опрошенных отметил сервис, что говорит о том, что уровень сервиса в России и за границей значительно отличаются. Цена и престиж, как оказалось, не являются весомыми.

В ходе глубинного интервью, также были отмечены основные плюсы и минусы отдыха в России и за рубежом.

«Самый главный плюс в отдыхе за границей, лично для меня, это возможность потренировать свой язык, познакомиться с совершенно другой культурой, с другими людьми. У нас-то в стране примерно все одинаково – родной язык, родная кухня. Там вы можете попробовать новые блюда, узнать их обычаи и так далее. Минусов в отдыхе за границей выделить не могу, если честно. Возможно, для тех людей, кто не знает языка, комфортнее будет отдыхать в России. Плюс некоторые боятся летать на самолетах. Лично мне везде хорошо. Я не разделяю «зарубеж», Россию и могу везде хорошо отдохнуть» (Девушка, 25 лет).

Современный туризм способствует познанию мира туристами, знакомству их с культурой страны. Отправляясь в путешествие, человек расширяет свой кругозор, узнает, как живут другие народы, каковы их достижения в науке, искусстве. Путешествуя по другой стране, турист удовлетворяет свои потребности, познавая многообразие культур других народов, ее природу, архитектуру.

Анализируя все вышесказанное, можно выделить, в чем проявляется специфика внутреннего туризма:

- 1) Доступность. Отдых в России не требует оформления различных документов, можно выбирать места для отдыха, вблизи от дома, что позволяет сэкономить достаточное количество времени и средств у путешественников.
- 2) Низкий уровень сервиса. Считается, что за границей уровень сервиса гораздо выше нашего. Там туристы себя чувствуют более расслабленно, комфортно. Персонал приветливый и дружелюбный, готов помочь тебе в любую минуту. Все четко организовано, не возникает никаких недоразумений.
- 3) Недостаточно развитая инфраструктура и развлечения. Большая часть гостиничных комплексов были построена ещё во времена Советского Союза и в настоящее время их вид и качество не соответствуют требуемым нормам.

**Выводы.** Россия обладает богатым историко-культурным наследием. На территории нашей страны сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события. Во многих регионах представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов и комплексов, пользующихся большой популярностью у российских и иностранных туристов.

Несмотря на все положительные аспекты развития туризма, в России существует немало проблем, что приводит к неполному использованию огромного потенциала страны. Жители России недостаточно путешествуют по своей стране, и пока что Россия проигрывает в международной конкурентной борьбе за привлечение туриста.

Реализация задач публичного управления в сфере туризма невозможна без системы подготовки, переподготовки и расстановки высококвалифицированных кадров управления туризмом. Кроме того, необходимо выделение денежных средств со стороны государства. Также необходимо ввести различные налоговые льготы, кредиты и т.д., предоставляемые государством в качестве стимулирования предприятий туристического сектора.

Также необходимо создать развлекательные ресурсы, которые бы отражали уникальные, исторические особенности каждого города России.

Кроме того, необходимо заниматься расширением рекламы.

Также для развития внутреннего туризма в России необходимо развивать туристические направления внутри страны, что позволит увеличить конкурентоспособность туристического продукта региона, будет способствовать формированию территорий экономического роста.

Формировать спрос на внутренний туристский продукт следует исходя из туристических предпочтений населения, его потребностей. Реализовать данное направление возможно за счет использования регулярных маркетинговых и социологических исследований, которые способствовали бы разработке определенного туристского продукта для определенного сегмента потребителей, с учетом их интересов.

Кроме того, необходимо создать образ «гостеприимной страны» как в глазах иностранцев, так и в глазах местного населения. Для этого требуется формирование региональных стандартов гостеприимства, заниматься которыми стоит поручить научным или образовательным организациям региона.

Для развития внутреннего туризма также необходимо формировать доступные по цене и качественные предложения туристского продукта. Для реализации данного направления местным органам власти необходимо проводить политику, направленную на улучшение отношений с субъектами туристского бизнеса. В большинстве зарубежных стран осознается важность туризма для своих экономик и оказывается значительная финансовая, законодательная, организационная и информационная поддержка в этой области.

#### **Список использованных источников:**

1. Неволин, В.В. Туризм как социальный феномен / В.В. Неволин // Научный лидер. – 2021. – № 18 (20). – С. 68-71. – Текст : непосредственный.
2. Бареева, Е.Д. Антикризисные меры по развитию внутреннего туризма в России / Е.Д. Бареева, О.Н. Прохорова. // Экономика. Информатика. – 2021. – 48 (2). – С. 252-263. – Текст : непосредственный. – Doi: 10.52575/2687-09322021-48-2-252-263.

3. Буторов, С.А. Внутренний туризм в России: нереализованный потенциал / С.А. Буторов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 3 (101). – С. 178-184. – Текст : электронный // URL: <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2021-3101-178-184>(дата обращения: 23.10.2023).
4. Буторов, С.А. Внутренний туризм в России: современное состояние и перспективы / С.А. Буторов, О.М. Каныгина // Сервис plus. – 2021. – Т.15. – № 4. – С. 12-19. –Текст : электронный // URL: DOI: 10.24412/2413-693X-2021-4-12-19. (дата обращения: 23.10.2023).
5. Костенко, Я. Дома лучше: внутренний туризм в 2021-м может заработать вдвое больше. – / Я. Костенко. – Текст : электронный // URL: [iz.ru/1106130/iaroslava-kostenko/doma-luchshevnutrennii-turizm-v-2021-m-mozhet-zarabotat-vdvoe-bolshe](http://iz.ru/1106130/iaroslava-kostenko/doma-luchshevnutrennii-turizm-v-2021-m-mozhet-zarabotat-vdvoe-bolshe) (дата обращения: 23.10.2023).
6. Ползикова, Е.В. Анализ влияния пандемии на сферу авиаперевозок и туризм в России / Е.В. Ползикова, А.А. Юрченко // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2020. – № 2. – С. 98-103. – Текст : электронный // URL:<https://doi.org/10.31775/2305-3100-2020-2-98-103> (дата обращения: 23.10.2023).
7. Рубцова, Н.В. Внутренний и выездной туризм в России: состояние и прогноз развития в условиях пандемии COVID-19 / Н.В. Рубцова, К.С. Солодухин // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Том 12. – № 1. – С. 301-314. – Текст : электронный // URL: [doi: 10.18334/err.12.1.114074](https://doi.org/10.18334/err.12.1.114074) (дата обращения: 23.10.2023).
8. Стратегия развития внутреннего туризма в 2020 году. – Текст : электронный // URL: [welkometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu](http://welkometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu) (дата обращения: 23.10.2023).

**Ключевые слова:** внутренний туризм, зарубежный туризм, туристический опыт, туристический продукт, сервис.

**Keywords:** domestic tourism, foreign tourism, tourist experience, tourism product, service.

УДК 338.48

**Васильева И.Е.,**

обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки

«Географические исследования территориальных систем»,  
ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет»,  
г. Иркутск, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Особенности пространственного размещения инфраструктуры лечебно-оздоровительного туризма на территории Иркутской области.** Иркутская область является одним из крупнейших регионов лечебно-оздоровительного туризма наряду с Кавказом и Алтаем. В основном, ресурсы области используются при заболеваниях сердечно-сосудистой, дыхательной и нервной систем, а также при патологии суставов и ряде других недугов. Лечебно-оздоровительный туризм в Иркутской области доступен не только взрослым, но и детям школьного и дошкольного возрастов.

Исследование инфраструктуры лечебно-оздоровительного отдыха и особенностей ее размещения в регионе дает возможность выявить потенциал развития данного вида туризма.

**Features of spatial placement of the infrastructure of medical and health tourism on the territory of the Irkutsk region.** Irkutsk region is one of the largest regions of health tourism along with the Caucasus and Altai. Basically, the resources of the region are used for diseases of the cardiovascular, respiratory and nervous system, as well as for joint pathology and a number of other ailments. Health tourism in the Irkutsk region is available not only to adults, but also to children of school and preschool age.

The study of the infrastructure of medical and recreational and the features of its placement in the region makes it possible to identify the potential for the development of this type of tourism.



**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы лечебно-оздоровительного отдыха в разрезе региона изложены в работах Г.М. Шпейзера [3], Н.В. Кайгородовой, О.О. Князюк [1], А.П. Суходолова, И.П. Кульгачева [2] и др. Обзор региональных исследований показал научный интерес к изучению санаторно-курортных ресурсов, курортно-рекреационного потенциала Иркутской области, истории развития санаторно-курортной системы Байкальского региона, современного состояния и проблем развития санаторно-курортной сферы.

**Выделение нерешенной проблемы.** Эффективное функционирование инфраструктуры лечебно-оздоровительного отдыха во многом зависит от рациональной территориальной организации всех подсистем. Проблема изучения территориальной организации лечебно-оздоровительного отдыха в регионе остается открытой. Актуальны вопросы рационального размещения объектов лечебно-оздоровительного отдыха с учетом порайонной сети поселений, транспортной доступности учреждений, перспектив создания центров лечебно-оздоровительного туризма на базе неосвоенных месторождений лечебных ресурсов и пр.

**Цель статьи.** Цель данного исследования заключается в выявлении особенностей пространственного размещения инфраструктуры и ресурсов лечебно-оздоровительного туризма на территории Иркутской области.

**Изложение основного материала.** В области разведано порядка 230 источников и скважин с минеральной водой для лечебно-оздоровительных целей. В настоящее время используется незначительная часть этого потенциала (всего 6%). В основном, скважины и источники расположены непосредственно на территориях здравниц в границах санаторно-курортных зон, некоторые действуют как «дикие».

Лечебно-оздоровительный туризм имеет потенциал для развития в регионе, однако данное направление требует большего вмешательства и распространения [3].

В процессе изучения инфраструктуры лечебно-оздоровительного отдыха целесообразно дифференцировать территорию Иркутской области на северную и южную части.

Из 9 северных районов Иркутской области только 3 имеют собственные здравницы – это Братский, Усть-Илимский и Усть-Кутский районы. Общее количество здравниц в северной части области – 8.

Большая часть северной территории области и их населенные пункты находятся на достаточно большом расстоянии от здравниц. Здравницы северного района, в свою очередь, сконцентрированы в юго-западной части, в густонаселенных городах и вблизи основных транспортных магистралей.

Транспортная сеть здесь развита недостаточно для того, чтобы жители Катангского и Бодайбинского районов могли напрямую, без пересадок, добраться к здравницам, следовательно, для жителей таких районов возможности в лечении и профилактике заболеваний существенно сокращены.

К районам, имеющим потенциал для развития, можно отнести Киренский и Казачинско-Ленский. Транспортная сеть тут также плохо развита, но их территории граничат с Усть-Кутским районом, что дает уже больше возможностей для лечения в здравницах.

Нижеилимский район с относительно развитой инфраструктурой расположен между тремя районами, располагающими здравницами. У населения данного района есть все возможности для посещения рассмотренных здравниц.

Исходя из анализа «северных» районов Иркутской области и их доступности к объектам лечебно-оздоровительного отдыха, можно говорить о развитии санаторно-курортного туризма не только в той части области и в тех муниципальных образованиях, где отмечаются наивысшая численность населения и поток дорожно-транспортного сообщения, но и в тех образованиях, где ввиду сложных климатических и ландшафтных условий нет настолько выраженного потенциала.

Ситуация с инфраструктурой лечебно-оздоровительного отдыха в группе «южных районов» обстоит значительно лучше: выше плотность населения, хорошо развита дорожно-транспортная сеть, расположена большая часть здравниц. По большей части, история развития Российского государства способствовала такому результату. Юг Иркутской области наиболее освоен, поскольку в свое время здесь развивалась не только дорожно-транспортная сеть – Транссибирская магистраль, но и проходил отрезок Великого Чайного пути, областной центр – г. Иркутск – являлся одним из важнейших городов государства, транспортным узлом и портовым городом.

Рассматривая группу «южных» районов, с низким потенциалом развития отмечаются Чунский, Тайшетский, Нижнеудинский, Усть-Удинский, Жигаловский и Качугский. Плотность населения данных районов достаточно низкая (если сравнивать с остальными районами в рассматриваемой группе), большая площадь территорий, а также плохая развитость дорожной сети. Население данных районов распределено неравномерно и удалено от муниципальных центров, что влияет на их посещаемость и возможности этого же населения в лечении и оздоровлении.

Говоря о Нижнеудинском районе, где расположен санаторий-профилакторий «Истоки» – ландшафт территории района и высокая удаленность поселений от районного центра говорят о недоступности лечения для населения некоторых поселений (например, село Алыгджер, с которым транспортное сообщение существует только в зимнее время года) [1].

Районы, имеющие потенциал для развития, – Тулунский, Осинский, Эхирит-Булагатский, Баяндаевский и Ольхонский. Жители данных районов могут посещать здравницы почти беспрепятственно, однако затрачиваемое время на путь остается достаточно высокими. Также дорожно-транспортная сеть здесь развита недостаточно.

Баяндаевский район располагает санаторием «Нагалык» и население соседних районов активно посещает здравницу, однако район был отнесен к этой категории, поскольку удален от регионального центра и немного население близлежащих районов может посетить «Нагалык» [2].

К районам с относительно развитой инфраструктурой отнесены Куйтунский, Зиминский, Заларинский, Нукутский, Аларский, Черемховский, Боханский, Усольский, Ангарский, Иркутский, Шелеховский, Слюдянский. На рассматриваемой территории высокая концентрация здравниц, густота населения, хорошо развиты и распространены все виды транспортного сообщения. Именно это позволяет населению районов свободно лечиться в здравницах южных районов.

**Выводы.** Из особенностей пространственного размещения инфраструктуры и ресурсов лечебно-оздоровительного туризма можно выделить: неравномерное размещения населения по территории Иркутской области; наибольшая концентрация здравниц отмечается на юге области; в соотношении численности населения к количеству здравниц – недостаток средств размещения; инфраструктура региона развита неравномерно, вследствие чего население удаленных районов, по большей части, не имеют возможности посещения большего количества здравниц региона; гидроминеральные источники освоены в недостаточной степени для закрытия потребностей всех здравниц области.

Анализ территориальной дифференциации инфраструктуры показал, что районы с относительно развитой инфраструктурой, наиболее доступные для населения с целью посещения здравниц, расположены на северо-западе области и вдоль Транссибирской магистрали – самой густонаселенной части региона.

#### **Список использованных источников:**

1. Князюк, О.О. Санаторно-курортный комплекс Прибайкалья на рубеже третьего тысячелетия / О.О. Князюк, С.Г. Абрамович // Здоровье. Медицинская экология. Наука. – 2017. – № 4 (71). – С. 97-99. – Текст : непосредственный.
2. Кульгачев, И.П. Иркутская область и Республика Бурятия: состояние сферы туризма и возможности развития / И.П. Кульгачев // Проблемы развития индустрии туризма. – Изд-во: Забайкальский государственный университет. – 2021. – С. 39-44. – Текст : непосредственный.
3. Шпейзер, Г.М. Курортно-рекреационный потенциал Иркутской области / Г.М. Шпейзер // Известия ИГУ. – 2010. – Т. 3, № 2. – С. 190-196. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** лечебно-оздоровительный туризм, Иркутская область, минеральные воды, лечебные грязи, здравницы, инфраструктура лечебно-оздоровительного туризма.

**Keywords:** health and wellness tourism, Irkutsk region, mineral waters, therapeutic mud, health resorts, infrastructure of health and wellness tourism.

УДК 378.58

Голубничая С.Н.,  
кандидат биологических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,  
Мишечкин Г.В.,  
кандидат исторических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,  
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, Россия

## **ОПЫТ РАЗВИТИЯ «КРАСНОГО ТУРИЗМА» В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ В ДОНЕЦКЕ**

**Опыт развития «красного туризма» в Китайской Народной Республике и перспективы его внедрения в Донецке.** В предложенном исследовании кратко представлен опыт развития «красного туризма» в Китайской Народной Республике, определены специфика и перспективы данного туристского направления. Под «красным туризмом» в широком плане авторы понимают направление туризма, связанное с посещением памятных мест, объектов, имеющих отношение к коммунистическому прошлому отдельных стран мира и коммунистической идеологии.

На сегодняшний день в Китайской Народной Республике «красный туризм» превратился в одно из самых востребованных и перспективных направлений. В Российской Федерации в целом, и Донецке в частности, этот сегмент туристической сферы еще недостаточно развит. По нашему мнению, указанное туристское направление имеет значительные перспективы для развития в городе Донецке, так как столица Донецкого региона обладает значительным историко-культурным потенциалом. Город имеет богатую революционную историю, был центром одного из крупнейших промышленных районов советского периода, обладает достаточным числом историко-культурных памятников революционной эпохи, чтобы принимать внутренних и иностранных туристов. «Красный туризм» может стать эффективным фактором просвещения и воспитания молодежи как в целом в Российской Федерации, так и в частности в Донецке. И что представляется особенно важным, данное направление туризма призвано способствовать расширению межкультурного диалога между народами Китайской Народной Республики и Российской Федерации. Авторами предложены практические рекомендации для популяризации и повышения эффективности развития «красного туризма» в Донецке.

**Experience in the development of «red tourism» in the People's Republic of China and prospects for its implementation in Donetsk.** The experience of the development of «red tourism» in the People's Republic of China is briefly presented in proposed the study, identified the specifics and prospects of this tourist destination. By «red tourism» in broad terms, the authors understand the direction of tourism associated with visiting memorable places, objects related to the communist past of individual countries of the world and communist ideology.

To date, in the People's Republic of China, «red tourism» has become one of the most popular and promising direction. In the Russian Federation as a whole, and Donetsk in particular, this segment of the tourism sector is not yet sufficiently developed. In our opinion, this tourist direction has significant prospects for development in the city of Donetsk, since the capital of the Donetsk region has significant historical and cultural potential. The city has a rich revolutionary history, was the center of one of the largest industrial areas of the Soviet period, has a sufficient number of historical and cultural monuments of the revolutionary era to receive domestic and foreign tourists. «Red tourism» can become an effective factor in educating young people both in the Russian Federation as a whole and in Donetsk in particular. And what seems to be especially important, this direction of tourism is designed to promote the expansion of intercultural dialogue between the peoples of the People's Republic of China and the Russian Federation. The authors offer practical recommendations for popularizing and improving the effectiveness of the development of «red tourism» in Donetsk.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Современный туризм является одним из флагманов сферы услуг, несмотря на пандемийные явления и кардинально изменившуюся

геополитическую ситуацию в мире. Проблематика развития «красного туризма» в Китайской Народной Республике (далее – КНР) и России, в тех или иных регионах обеих стран, в том числе российском городе Донецке, была в фокусе внимания специалистов. Тема развития «красного туризма» в той или иной степени отображена в исследованиях М.В. Александровой и Е.О. Заклязьминской, А.Л. Верченко, С.Н. Голубничей и Г.В. Мишечкина, Е.А. Джанджугазовой, Козырева Н.В., Ю. Чжочао и др. [1-6].

С нашей точки зрения, проблематика опыта развития «красного туризма» в КНР и перспективы его внедрения в Донецке требует более глубокого и основательного изучения.

**Выделение нерешенной проблемы.** После объявления Президентом РФ В.В. Путиным в феврале 2022 г. Специальной военной операции мир стал превращаться в многополярное образование. Время диктата одной сверхдержавы подошло к концу, на повестку дня стал вопрос о реальном взаимном толерантном отношении народов и цивилизаций. КНР уже более двух десятков лет развивает и популяризирует «красный туризм». У РФ и КНР есть много общего в революционном прошлом. Для развития внутреннего и въездного туризма в РФ следовало бы перенять китайский опыт, при этом не забывая отечественную специфику.

**Цель статьи:** проанализировать опыт развития «красного туризма» в Китайской Народной Республике и определить перспективы его внедрения в Донецке.

**Изложение основного материала.** На сегодняшний день нет однозначного определения термина «красный туризм». Учитывая этот факт и осознавая субъективность авторского взгляда, не исчерпывающего все оттенки и аспекты данного направления туризма, попробуем дать собственное определение. Под «красным туризмом» понимается направление туризма, связанное с посещением памятных мест, объектов, имеющих отношение к коммунистическому прошлому отдельных стран мира и коммунистической идеологии.

По мнению китайских исследователей, с декабря 2004 г. у «красного туризма» появилось программно-правовое поле, так как именно с этого времени был дан старт реализации «Национальной программы развития «красного туризма» 2004-2010 гг.». У истоков программы, были главные ее разработчики – Канцелярия Центрального Комитета Коммунистической партии Китая (далее – ЦК КПК) и Госсовет КНР. Первоначально, в рамках указанной программы были подготовлены и открыты для посещения туристами двенадцать крупнейших баз, сформированы и апробированы тридцать основных маршрутов, определены сотни важнейших объектов, которые соотносились с ключевыми революционными событиями в Китае [6, с. 96].

Официально датой основания Донецка принято считать 1869 г., когда было начато строительство завода по производству рельс для Курско-Харьковско-Азовской железной дороги, который принадлежал английскому промышленнику Джону Джеймсу Юзу. Поселок, где жили строители, а затем рабочие этого завода, назвали Юзовкой. В 1917 г. населенный пункт получил статус города.

Для работы на шахтах и металлургическом заводе приезжали рабочие из всех уголков Российской империи и из других стран, что дало повод А. Блоку сравнить Донбасс с Новой Америкой. Китайские рабочие начали приезжать во время русско-японской войны. Особенно массовым этот процесс стал во время Первой мировой войны, для того чтобы восполнить потери мужского населения. Более 80 % китайских рабочих ассимилировались и позже принимали активное участие в революционных событиях и Гражданской войне.

После смерти в 1924 г. основателя советского государства В.И. Ленина, на пленуме Юзовского окружного исполкома было предложено переименовать Юзовку в Сталин. Сталь отождествлялась с силой и стойкостью революционеров, Ленина называли локомотивом революции. Железнодорожная станция вблизи города была названа Сталино, но вскоре это название закрепилось за городом в целом.

В 1932 г. Сталино стал центром вновь образованной Донецкой области, которая включала территорию современных Донецкой и Луганской Народных республик. В 1937 г. область разделили на две части и Сталино стал центром одноименной области. К центральной части (т.е. бывшей Юзовке) присоединили другие рабочие поселки, многие из которых были гораздо старше. В 1964 г. город стал называться Донецком в честь Донецкого каменноугольного бассейна (Донбасса).

В настоящее время Донецк занимает 358 км<sup>2</sup> и разделен на 9 административных районов. Название восьми из них непосредственно связано с советским прошлым. Среди всех городов ДНР

Донецк занимает первое место по количеству памятников, в том числе по количеству объектов «красного туризма» (Таблица 1).

Доля объектов «красного туризма» составляет 78% процентов. Наибольшая она в Киевском и Петровском районах. Плотность размещения в среднем по городу составляет 0,488 объекта на км<sup>2</sup>. Наибольшая плотность зафиксирована в Ворошиловском районе (3,2 объекта на км), наименьшая – в Куйбышевском районе (0,117 объектов на км<sup>2</sup>).

Почти половина объектов (49,5%, 93 объекта) относится к периоду Великой Отечественной войны. Среди них большинство – это братские могилы советских воинов, погибших в 1943 г. при освобождении Донбасса от немецко-фашистских захватчиков. Также есть персональные памятники, памятники сотрудникам и рабочим различных предприятий и учреждений, Мемориальный комплекс «Твоим освободителям, Донбасс», включающий музей Великой Отечественной войны и другие. Состояние большинства из этих объектов хорошее, проводится их ремонт и реконструкция. Исключение составляют объекты, находящиеся в наиболее обстреливаемых районах города.

Таблица 1 – Распределение объектов «красного туризма» по районам Донецка (составлено авторами на основании данных Министерства культуры Донецкой Народной Республики)

Административно-территориальная единица Донецкого региона	Общая численность историко-культурных памятников, ед.	Количество объектов «красного туризма», ед.	Доля объектов «красного туризма»,%	Плотность размещения объектов «красного туризма» ед./км <sup>2</sup>
Буденновский	7	6	85	0,240
Ворошиловский	45	32	71	3,200
Калининский	30	22	73	0,863
Киевский	19	18	94	0,545
Кировский	39	29	74	0,426
Куйбышевский	9	6	66	0,117
Ленинский	41	29	72	0,783
Петровский	17	16	94	0,280
Пролетарский	33	30	88	0,517
Всего:	240	188	78	0,488

К послевоенному периоду относится 39,8% объектов. Состояние этих объектов аналогично предыдущим. Всего 10,7% (20 объектов) относится к периоду двух русских революций 1905-1907 и 1917 гг., а также Гражданской войны. По нашему мнению, именно этот период наиболее интересен для туристов из КНР.

Наибольшее количество объектов «красного туризма» размещено в Ворошиловском районе, названному в честь К.Е. Ворошилова – советского военного, политического и государственного деятеля, одного из первых маршалов Советского Союза. В 1957 г. во время визита Ворошилова в Китай, где его называли «фауло» (старейшина), он выступил защитником И.В. Сталина в разрез с политикой Н.С. Хрущева.

В центре города расположены группа могил борцов за Советскую власть, состоящая из индивидуальных и братских могил. В них похоронены 13 красногвардейцев и 4 партизана, погибших в 1918-1919 гг., советские политические деятели и бойцы продотрядов, убитые в 1920-1921 гг., в том числе китаец Синь-Цум. В 1957 г. был установлен обелиск с надписью «Борцам за Советскую власть» с вечным огнем.

В Ворошиловском районе находятся также несколько памятных мест и зданий. Например, здание, в котором с апреля по ноябрь 1917 г. размещался Юзовско-Макеево-Петровский комитет РСДРП(б), а также то, в котором находилась типография большевиков. На месте проведения митинга металлургов и шахтеров Юзовки в 1907 г. была установлена мемориальная доска.

На центральной площади города, носящей имя Ленина, в 1967 г. к 50-летней годовщине Октябрьской революции был установлен памятник вождю мирового пролетариата. В этом же году в Ворошиловском районе установлен памятник Ф.А. Сергееву (Артему) – советскому партийному и государственному деятелю, создателю Донецко-Криворожской Советской республики (1918-1919

гг.). В 2015 г. депутаты Народного Совета Донецкой Народной Республики провозгласили ДНР преемницей ДКСР. На доме, в котором останавливался Ф.А. Сергеев в 1919-1920 гг., установлена мемориальная доска.

В Ленинском районе находится место первой стачки шахтеров Юзовки в 1887 г. Дом, в котором проходила подпольная конференция большевиков Юзовки в 1918 г., расположен в том же районе города. Место боев красногвардейцев с войсками Каледина в декабре 1917 г. также отмечено мемориальной доской, как и место революционных событий на металлургическом заводе.

Самый масштабный памятник, относящийся к рассматриваемому периоду, расположен в Кировском районе. В 1967 г. на площади Свободы установлен монумент, представляющий собой две большие фигуры рабочих на высоком постаменте. Памятник установлен в честь первой забастовки рабочих в Юзовке.

Место политической стачки шахтеров 1906 г. отмечено памятным знаком. Памятник, который значится в реестре Минкультуры ДНР, как относящийся к революционным событиям 1905-1907 гг., на самом деле является памятником командиру продотряда Галунову, зверски убитому контрреволюционерами в 1920 г. Отметим, что надпись на памятнике отсутствует.

В Буденновском районе есть могила Чжана (Виктора) Шен-Ли – советского воина, погибшего в 1943 г. при освобождении города от немецко-фашистских захватчиков. Перед зданием администрации района стоит памятник С.М. Буденному – создателю Первой Конной армии.

В Калининском районе на мемориальном Мушкетерском кладбище расположена братская могила революционеров и участников Гражданской войны. В Киевском районе был установлен памятный знак в честь организации ячейки большевиков (1917 г.). Также здесь имеется вовсе не внесенный в реестр памятник В.И. Ленину.

В с. Горбачево-Михайловка (Пролетарский район) находится Братская могила красноармейцев, погибших в 1920 г. в бою с деникинцами. На месте гибели 25 красногвардейцев, фамилии которых не были установлены, в 1929 г. был установлен памятник, который в 1987 г. заменили на гранитную стелу.

В реестре Министерства культуры ДНР есть только памятники, взятые на учет до 2014 г. По какой-то причине не указаны два памятника М.И. Калинин, расположенные в районе, названном в честь Председателя Президиума Верховного Совета СССР. В Ворошиловском районе не отмечен памятник Ф.Э. Дзержинскому – основателю и руководителю Всероссийской чрезвычайной комиссии по борьбе с контрреволюцией и саботажем.

Также не внесены в реестр более 15 памятников В.И. Ленину, многие из которых уже исчезли, как например, скульптура, установленная возле дворца культуры шахты «Капитальная» на улице Буденновских партизан. Почти такая же участь постигла памятник В.В. Куйбышеву, установленный в 1969 г. на площади перед дворцом культуры в его честь в одноименном районе. В 2004 г. напротив дворца был построен православный храм и памятник перенесли чуть дальше. Он стал «соседом» памятникам погибшим в Великой Отечественной войне. Через восемь лет памятник оказался на территории недействующей шахты Куйбышевской.

Памятник другому советскому политическому деятелю – С.М. Кирову – изначально был установлен в 1961 г. у завода, носящего его имя, позднее переименованному в «Донецккокс». С 2015 г. завод не работает, состояние памятника ухудшается. Периодически возникают разговоры о переносе этих памятников с территорий недействующих предприятий, но власти города считают это нецелесообразным, да и небезопасным в современных условиях для этих районов, расположенных на западе Донецка.

Для повышения эффективности развития «красного туризма» в Донецке рекомендуем предпринять следующие первоочередные меры. Провести учет и инвентаризацию памятников, составить новый реестр, включающий объекты, взятые на учет после 2014 года. Восстановить утраченные мемориальные доски на месте событий двух русских революций 1905-1907 и 1917 гг., а также Гражданской войны. Активно предлагать «красные маршруты» не только гражданам КНР, но и гражданам РФ, особенно молодежи. По аналогии с КНР ввести «золотую неделю» с 5 по 11 мая, так как 9 и 11 Мая – День Победы и День Республики. Кроме того, в указанное время в Донецком регионе, как правило, наблюдаются благоприятные климатические условия.

**Выводы.** Таким образом, анализ опыта развития «красного туризма» в Китайской Народной Республике свидетельствует о существенных позитивных результатах, даже несмотря на пандемийные явления и изменившуюся геополитическую ситуацию. В некоторых регионах

Российской Федерации, в том числе городе Донецке есть необходимый потенциал для развития «красного туризма». Город имеет богатую революционную историю и обладает достаточным числом историко-культурных памятников революционной эпохи и советского периода в целом, чтобы принимать внутренних и иностранных туристов, в том числе молодежь. «Красный туризм» может стать эффективным средством просвещения и воспитания молодежи как в целом в Российской Федерации, так и в частности в Донецке. И, что особенно важно, данное направление туризма призвано способствовать расширению межкультурного диалога между народами Китайской Народной Республики и Российской Федерации.

**Список использованных источников:**

1. Александрова, М.В. Китайский туризм и его российский вектор: реалии и «узкие места» / М.В. Александрова, Е.О. Заклязьминская // Доклады ИДВ РАН 2018 – 2019 / Рос. акад. наук, Ин-т Дальнего Востока; ред.-сост. Е.А. Лапшина. – М.: ИДВ РАН, 2020. – 160 с. – С. 7-42. – Текст: непосредственный.
2. Верченко, А.Л. «Золотые недели»: новые подходы к отдыху в Китае в начале XXI в. *Orientalistica*. 2022;5(4):790–804. / А.Л. Верченко. – Текст: электронный (In Russ.). // URL: <https://doi.org/10.31696/2618-7043-2022-5-4-790-804> (дата обращения: 29.09.2023).
3. Голубничая, С.Н. «Красный туризм» как перспективное направление развития туризма в Донецком регионе / С.Н. Голубничая, Г.В. Мишечкин // Проблемы развития индустрии туризма: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Забайкальский государственный университет; ответственный редактор О. А. Лях. – Чита: ЗабГУ, 2020. – 343 с. – С. 273-277. – Текст: непосредственный.
4. Джанджугазова, Е.А. Красный туризм в фокусе проблем развития российско-китайского экономического сотрудничества / Е.А. Джанджугазова // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Т. 11. № 6 (76). – С. 6-14. – Текст: непосредственный.
5. Козырев, Н.В. Красноярский край как потенциальный регион для развития маршрутов «Красного туризма» / Н.В. Козырев // Ноэма (Архитектура. Урбанистика. Искусство). – 2021. – № 2. С. 167-177. – Текст: непосредственный.
6. Чжочао, Ю. «Красный туризм» как основное направление сотрудничества в области туризма между Китаем и Россией / Ю. Чжочао // Постсоветский материк. – 2019. – № 4 (24). – С. 94-106. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** Российская Федерация, Донецк, Китайская Народная Республика, потенциал, «красный туризм», историко-культурные памятники.

**Keywords:** Russian Federation, Donetsk, People's Republic of China, potential, «red tourism», historical and cultural monuments.

УДК 338.48, 379.85

**Гречишникова Д.С.**,  
обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
*научный руководитель – Стельник Е.В.*,  
кандидат исторических наук, доцент кафедры сервиса и туризма,  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград, Россия

## **ВОЕННО-МЕМОРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СУЩНОСТНАЯ СПЕЦИФИКА**

**Военно-мемориальный туризм: проблема определения и сущностная специфика.** В данной статье выявлен наиболее привлекательный вид туризма в сфере путешествий с целью изучения мемориального наследия, который путем несложного включения туриста в процесс познания основных аспектов военно-исторической тематики, ориентирован на его эмоциональное впечатление благодаря имеющейся ресурсной базе.

В современном обществе мировая экономика и межкультурная коммуникация считаются драйверами развития масштабов потребительского рынка, что также определяет особенности развития туристской отрасли и появления новых видов туризма. К ним стоит отнести военно-мемориальный туризм, который является специфическим видом туристского направления и, в силу своего недавнего появления как отдельной сферы потребления туристских услуг не обладает четко выявленными содержательными особенностями, что не отличает его от синонимичных ему видов туризма и замедляет темп популяризации на рынке услуг.

**Military memorial tourism: the problem of definition and essential specificity.** This article identifies the most attractive type of tourism in the field of travel in order to study the memorial heritage, which, by simply including the tourist in the process of learning the main aspects of military-historical topics, is focused on his emotional impression due to the available capacious resource base.

In modern society, the world economy and intercultural communication are considered drivers of the development of the consumer market, which also determines the peculiarities of the development of the tourism industry and the emergence of new types of tourism. These include military memorial tourism, which is a specific type of tourist destination and, due to its recent appearance as a separate sphere of consumption of tourist services, does not have clearly identified substantive features, which does not distinguish it from the types of tourism synonymous with it and slows down the pace of popularization in the services market.

**Анализ последних исследований и публикаций.** На сегодняшний день сущностная специфика военно-мемориального туризма, его признаки четко не определены, но самой проблеме уделяется особое внимание в научных работах А. Ассман [1], С.В. Морелёвой [3], Н.У. Ярычева [5], Рубина В.А. и Спиридоновой Е.В. [4], Е.А. Ефремовой [2]. В этих работах авторы, ссылаясь на современные изменения в социально-политических реалиях России, стремятся установить наиболее емкое понятие о военно-мемориальном туризме с целью упорядочения его характеристик и широкого использования в туристской практике.

**Выделение нерешенной проблемы.** Рассуждая над темой определения сущности военно-мемориального туризма, исследователи не приходят к единому мнению в отношении установления цели совершения поездки туриста в случае реализации такого вида туризма. Или это пассивная форма культурно-познавательного туризма, или это обособленный вид туризма, требующий выявления специфических черт как главных показателей его уникальности и востребованности в нынешней разнообразной экономике впечатлений.

**Цель статьи** состоит в выявлении терминологического обоснования военно-мемориального туризма, его специфических черт и способов широкого применения для формирования национального туристского предложения.

Достижение цели данной работы основано на решении следующих задач:

- раскрыть сущность видов туризма, синонимичных с военно-мемориальным туризмом;
- выявить специфику военно-мемориального туризма;
- определить ресурсную базу данного вида туризма и формы её использования на практике.

**Изложение основного материала.** Обычно война как термин включает противостояние определенных стран, народов, этносов, представители которых после ее окончания чтят память о своих героях. В данном случае дань памяти соотечественникам, героически погибшим или имеющим заслуги перед Родиной, характеризуется как форма определения человеком своей принадлежности к какой-либо общности. Для того, чтобы почтить память предков, человек способен отправиться в путешествие в то место, которое является свидетелем исторических событий и обладает важной для индивида энергией, силой, заряжающей его на определение самого себя.

Но не всегда это путешествие может ассоциироваться с именно патриотическим настроем, поскольку не раз в истории человечества происходили военные события, которые именовались «Великими» по своей значимости, количеству понесенных жертв и заставляли мир задумываться о ценностном отношении к жизни. Главным образом это феноменальный ход событий Второй Мировой войны, по завершении которой начался процесс массового строительства мемориальных объектов, посещаемых гражданами разных стран для того, чтобы почтить память. И здесь отражается общечеловеческая особенность – чувство солидарности, которое двигало жителями европейских и азиатских стран для путешествия в места боевой славы на территории СССР. Такая тенденция



получила название «мемориальная культура», что прямо обуславливает сущностную направленность военно-мемориального туризма [1].

В научной литературе обозначилось место для видов туризма, которые связаны с посещением мемориалов, музеев, посвященных конкретным военным событиям. Из них мы бы хотели выделить, как нам кажется, самый емкий по своей ресурсной базе военно-мемориальный туризм и путем сравнения с другими видами выявить специфические черты данного вида туризма.

В современных реалиях подобные путешествия приобрели форму туристского потребления, которое определяет социально-экономическое развитие отдельных регионов. В Российской Федерации сосредоточено множество регионов, обладающих туристскими ресурсами для реализации туров с целью посещения мест с военно-исторической и патриотической тематикой. Наличие этих ресурсов предопределяет уникальность туристского предложения страны, которое с одной стороны, свидетельствует о возможном воспитании чувства гражданской ответственности в РФ как способа решения социокультурных проблем нашего государства. С другой, – имеет потенциал к развитию въездного туризма из-за специфики объектов, относящихся к истории Великой Отечественной войны.

Несмотря на актуализацию военно-патриотического туризма в документах федерального и регионального уровней, существует проблема нераскрытости содержания вида туризма, связанного с посещением мемориальных объектов, мест воинской славы, соответствующих музеев. Вместе с этим, отсутствие четкого теоретического обоснования термина «военно-мемориальный туризм» не дает возможности грамотно обосновать значимость такого рода туристских поездок для нашей страны с точки зрения социально-экономического развития и способов развития этого вида туризма с соответствующим применением правовых актов.

В российской туристской практике часто встречается турпродукт военно-патриотической направленности. Рост популярности такого продукта во многом обусловлен реализацией государством целого ряда специальных мероприятий, направленных на разностороннее гражданское воспитание общества. Оказание услуг в сфере военно-патриотического туризма ориентировано на посещение гражданами своей страны объектов, связанных с военной историей Отечества, а также на участие туристов в спортивно-прикладных мероприятиях, исторических реконструкциях, организуемых в целях гуманитарного развития населения и его патриотического воспитания. При этом, с точки зрения достижения сущностной цели, в программах обслуживания в военно-патриотическом туризме основной акцент делается не столько на сами тематические объекты показа, сколько на их идеологическое содержание, воспитательный процесс с целью максимального эмоционального погружения реализуемого при помощи интерактивных средств экскурсионного показа [3].

Наравне с военно-патриотическим туризмом в научной литературе и туристской практике встречается военно-исторический вид туризма, активно продвигаемый российским военно-историческим обществом (РВИО). Его основным программным компонентом являются экскурсионные маршруты в регионы РФ, располагающие объектами, относящимися к истории России. Такой вид туризма носит более глубокий аспект посещения объектов с военной тематикой и их изучения с точки зрения исторической ретроспективы.

Мемориальный туризм воспринимается в научной литературе как специальный вид туризма, который связан с определенными морально-нравственными характеристиками мотивов туристов, желающих отправиться в поездки с целью самоидентификации, получения нравственного опыта, определения специфических свойств настоящего и прошлого не только своей страны, но и за её пределами. Главная составляющая этого вида туризма не идейная направленность, а именно Великое, трагическое предназначение какого-либо значимого исторического события [5]. Здесь, в отличие от военно-патриотического, военного туризма, внимание уделяется больше пассивной форме получения туристских услуг через посещение следующих объектов: архитектурные и скульптурные сооружения с прахом или без праха военнослужащих, установленные в дань памяти о конкретном военно-историческом событии. Именно эти объекты и составляют ресурсную базу мемориального туризма [4].

В таком случае мы можем установить следующую специфическую сущность военно-мемориального туризма, которая характеризуется как возможность посещения мемориальных объектов, скульптурных объектов и других мест, имеющих отличительную ретроспективу, без емкого идеологически направленного и активного погружения в познавательный процесс, а также как

способ соприкосновения и сопереживания и самоопределения туриста и его духовного насыщения от получаемых впечатлений [2].

Продemonстрируем свою точку зрения на следующем примере – способе использования ресурсной базы военно-мемориального туризма в Волгоградской области.

Необходимо сказать, что в современных реалиях исторические события Великой Отечественной войны подвергаются всяческой фальсификации со стороны недружественных нам стран. Такой фактор в массовом аспекте негативно сказывается на современных международных отношениях и соответствующем развитии русофобии как массового явления в мире. В этой связи следует обратить внимание на создание эффективных способов приобщения общества к изучению истории и приобретения им справедливого ценностно-ориентированного отношения к фактам о событиях войны и значении Советского Союза в её исходе. Здесь военно-мемориальный туризм в силу своей сущностной специфики, ориентированной не на «тень травматического прошлого» какого-либо народа, а именно на познание основных исторических событий, предполагающее удовлетворение потребностей туриста как участника «коллективной памяти», обладает особым предназначением и перспективой для воздействия на социально-экономическое развитие регионов, на территории которых есть объекты мемориального наследия.

Для реализации политики гуманитарного развития молодежи и её соответствующего воспитания необходим собственный пример осознания высочайшей степени значимости Великой Отечественной войны в истории человечества жителями постсоветского пространства для остальных стран мира. В данном случае благодаря военно-мемориальному туризму как одному из каналов формирования общественного сознания через раскрытие культурно-исторического наследия в форме экскурсионного показа музейных экспозиций или мемориальных объектов возможно масштабировать тенденцию к изучению истории Великой Отечественной войны гражданами бывших советских республик.

Память о героизме и неоспоримом подвиге Советского народа увековечена во многих городах, которые имеют отношение к истории Великой Отечественной войны. Однако знаковое место среди всех городов и их памятных мест занимает город-герой Волгоград и, соответственно, Волгоградская область, на территории которой в период Сталинградской битвы произошёл коренный перелом в ходе всей Второй Мировой войны, ставший началом приближения Победы Советского Союза на вермахтом.

**Выводы.** Таким образом, военно-мемориальный туризм обладает особым предназначением в сфере потребления туристских услуг, поскольку, не имея прямых рычагов идеологического воздействия, данный вид туризма в то же время носит просветительский характер. И обуславливает непосредственное познание туристом любого этноса и места проживания мемориального наследия конкретного региона другой страны, что, главным образом, существенно влияет на общественное сознание и поднимает вопросы о сформировавшихся уже понятиях «индивидуальная» и «коллективная» память и их месте в обществе.

Также хотелось бы отметить, что при массовом посещении культурно-исторических объектов с военно-исторической тематикой в Волгоградской области не только россиянами, но и гражданами бывших советских республик возможно создание условий, ключевым образом влияющим на развитие ценностно-ориентированного отношения потомков защитников Отчизны к своему великому прошлому. Важнейшей задачей этого процесса является последующее формирование целостной мировоззренческой системы представления об исторической правде событий Великой Отечественной войны, интерес к которой могут в дальнейшем проявить и другие страны мира, подвергающиеся в настоящее время дезинформации со стороны СМИ.

#### **Список использованных источников:**

1. Ассман, А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика // пер. с нем. Б. Хлебникова. – М. : Новое литературное обозрение, 2014. – 328 с. – Текст: непосредственный.
2. Ефремова, Е.А. Военно-мемориальное наследие и туризм / Е.А. Ефремова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 11-1 (50). – С. 29-31. – Текст: непосредственный.

3. Морелёва, С.В. Виды и формы реализации военно-патриотических туристских проектов / С.В. Морелёва // Вестник магистратуры. – 2020. – № 2-4 (101). – С. 74-76. – Текст: непосредственный.
4. Рубин, В.А. Феномен военно-мемориального наследия в отечественной культуре: основные этапы эволюции понятийно-терминологического аппарата / В.А. Рубин, Спиридонова Е.В. // Научный сетевой журнал Философская мысль. – 2018. – № 3. – С. 84-97. – Текст: непосредственный.
5. Ярычев, Н.У. Мемориальный туризм как направление мемориальной культуры: сущность, типы, причины востребованности / Н.У. Ярычев // Научный журнал Челябинский гуманитарий. – 2021. – № 3 (56). – С. 12-17. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** военно-мемориальный туризм, военно-патриотический туризм, военно-исторический туризм, туризм, мемориальное наследие, коллективная память.

**Keywords:** military memorial tourism, military patriotic tourism, military historical tourism, memorial heritage, collective memory.

УДК 379.81

**Ермакова Е.Е.,**

кандидат филологических наук, доцент,  
заведующая кафедрой сервиса, туризма и индустрии гостеприимства,  
ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,  
г. Тюмень, Россия

## **СЕЛЬСКИЕ МУЗЕИ И ЧАСТНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ В ЭТНОТУРИЗМЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Сельские музеи и частные коллекции в этнотуризме Тюменской области.** В статье рассматриваются сельские музеи и частные коллекции как часть этнотуризма на материале этнотура «В гости к коми-зырянам Тюменской области». Благодаря этнотуризму в сельской местности произошел ренессанс коллекционирования предметов, которые связаны с прошлым. Актуализируется, с одной стороны, этническое прошлое, и, благодаря им, оно лишается налета ущербности и ненужности, ведь известно, что в советское время этничность старались стереть в угоду всеобщей похожести. С другой стороны, становятся актуальными как раз предметы советского прошлого, и частные коллекции позволяют ностальгировать сельским жителям о потерянной стране. Оба этих ресурса – этнический и советский – востребованы гостями маршрута и их сведение в одном маршруте не вызывает недопонимания. К сожалению, жизненный цикл обоих проектов – сельского школьного краеведческого музея и частных коллекций – зависят в наше время от демографической ситуации, и, к сожалению, надежда на их долгое существование очень мала.

**Rural museums and private collections in the ethnotourism of the Tyumen region.** The article examines rural museums and private collections as part of ethnotourism based on the ethnotour «Visiting the Komi-Zyryans of the Tyumen region». Thanks to ethnotourism in rural areas, there has been a renaissance of collecting items that are associated with the past. On the one hand, the ethnic past is being actualized, and thanks to them it is deprived of a touch of inferiority and uselessness, because it is known that in Soviet times ethnicity was tried to be erased for the sake of universal similarity. On the other hand, it is the objects of the Soviet past that are becoming relevant, and private collections allow rural residents to be nostalgic about the lost country. Both of these resources – ethnic and Soviet – are in demand by the guests of the route, and their combination in one route does not cause misunderstanding. Unfortunately, the life cycle of both projects – the rural school museum of local lore and private collections – depend nowadays on the demographic situation, and, unfortunately, there is very little hope for their long existence.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема сельских музеев в практике этнотуризма в РФ на современном этапе осмысления данной темы недостаточна исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как О.Н. Шелегина [8; 9], А.В. Головнёв [3], А.Е. Тандьянова [7], О.Е. Афанасьев и В.В. Вольхина [1] и др.

Специфике этнотуризма на территории исследуемой дестинации – Тюменской области, а также особенностям сельских музеев, имеющих этнокультурную составляющую, также посвящен ряд публикаций [2; 4; 5].

**Выделение нерешенной проблемы.** Среди базовых объектов этнотуризма выделяют музеи, представляющие экспонаты, репрезентирующие материальную и духовную культуру этноса (этномузеи). Это могут быть как давно функционирующие, так и вновь создаваемые музейные пространства. В этот же ряд встают и частные коллекции, которые в последние годы создаются сельчанами для разных целей, в том числе для показа экскурсантам. Однако включение этномузеев и частных коллекций в практики туризма ставит целый ряд вопросов и поднимает проблемы: насколько точно, без искажений этномузеи и частные коллекции передают этническую культуру народа; как влияет коммерциализация сферы услуг на деятельность этномузеев и частных коллекций; каков жизненный цикл этномузеев и частных коллекций, с учетом того, что многие вновь созданные музейные пространства являются делом одного энтузиаста и, соответственно, насколько устойчивы практики взаимодействия туроператоров и представителей таких локаций; «вырываются» ли сельские музеи и частные коллекции, затерянные в глубинке, в большое информационное поле всего региона и проч. Кроме того, можно посмотреть на проблему и более широко: какие музеи и частные коллекции в целом задействованы в организации этнотуризма и как они «вписываются» в турпродукт, как формируют впечатление гостей-экскурсантов.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании роли сельских музеев и частных коллекций, в том числе с этнокультурной составляющей, в практиках этнотуризма Тюменской области через проблемное поле, очерченное выше.

**Изложение основного материала.** Тюменская область – активно развивающаяся в последние годы туристская дестинация, привлекающая туристов с разных концов нашей необъятной родины. Вкупе с тем, что она представляет собой многонациональный регион, развитие на ее территории этнотуризма – само собой разумеющаяся данность. Один из первых экскурсионных туров по региону был создан автором данной статьи в 2015 г. и был посвящен коми-зырянам, которые компактно проживают в с. Ивановка Ялуторовского района Тюменской области. Экскурсия получила название «В гости к коми-зырянам: наследники первопроходцев Тюменской области». К 2023 г. село в рамках данного турпродукта посетило уже более 800 гостей (при этом турпродукт в силу разных причин не получил активного продвижения, что и не являлось его целью, ибо создан он был преподавателем Тюменского государственного университета для обучения на практическом примере студентов направления «Туризм») [4].

Экскурсионная программа обширная, как разнообразны и локации, которые, по задумке автора, репрезентируют этничность коми-зырян: сельская школа, частные подворья, сельский клуб, храм, сельская территория (улицы и дома Ивановки). Однако исключительную роль играют музейные пространства сельского поселения. История и экспозиция Ивановского краеведческого музея, расположенного в школе, освещена этнографами Н.А. Лискевич и А.Х. Машариповой [5]. Исследователи отмечают, что музей, созданный энтузиастами-краеведами, стал обладателем уникальной этнографической коллекции и фонда фотографий, которые представляют традиционную культуру и историю коми-переселенцев. Среди одного из итогов создания музея подчеркивается его роль как центра притяжения людей (учителя, школьники, уроженцы села), которые заинтересованы в сохранении историко-культурного наследия коми [5, с. 144]. Благодаря развитию этнотуризма музей «включается» в культурное пространство села и региона [5, с. 145]. Музей – это то, с чего начинается этноэкскурсия к коми-зырянам в с. Ивановка. В последние годы музей пополнился новой необычной коллекцией насекомых, главным образом бабочек и жуков, пойманных преимущественно в с. Ивановке и его окрестностях. Автор коллекции, сменив место жительства, оставила коллекцию сельчанам. В настоящее время она профессионально обработана энтомологом из г. Тюмени П.С. Ситниковым, оформлена в профессиональные коробки и радует глаз как жителей Ивановки, так и гостей села. К сожалению, к этой коллекции отсутствует контрольный текст экскурсии, т.к. в сельской глубинке нет профессиональных биологов-энтомологов, которые смогли бы грамотно ее описать.

Став хранителем народной памяти о славном прошлом коми на тюменской земле, в настоящее время Ивановский краеведческий музей находится на грани перемен. Они, в первую очередь, связаны с общими демографическими проблемами как нашей страны, так и сельской местности в частности. В с. Ивановке проживает 393 человека (происходит убыль населения), при этом чаще это люди

преклонного уже возраста [6, с. 860]. Некогда большая по сельским меркам школа сейчас находится не в лучшем состоянии, ведь в ней обучается всего 48 человек (данные на 2023 г.). На следующий год в первый класс не поступит ни один человек (устные сообщения жителей села). Молодежь, получив образование, не возвращается обратно в село. Основатель музея Л.Ф. Ворсина в настоящее время в силу здоровья не в состоянии проводить экскурсии, хотя продолжает заниматься краеведческой работой. Ее преемницей в экскурсионном сопровождении этноэкскурсии является Н.И. Пунегова, также уроженка села и учитель начальных классов местной школы. Однако и она в ближайшее время собирается закончить педагогическую карьеру. Судьба сельского музея пока выглядит достаточно тревожной, как и надежда на улучшение демографии в сельской глубинке.

Однако, наряду с негативными моментами, в жизни в сельской местности происходят и позитивные изменения, и связаны они, в первую очередь, с деятельностью самих жителей и их заинтересованностью и проактивностью. Начало осуществления в с. Ивановка этномаршрута «В гости к коми-зырянам Тюменской области» сподвигло одного из жителей села, Е.Н. Болотова, к формированию своей коллекции предметов быта коми. Если первые предметы были сформированы в коллекцию для внуков, то в дальнейшем, вероятно, под воздействием экскурсионного маршрута в с. Ивановке, коллекция пополнялась и в настоящее время она представляет достаточно большое, по меркам села, собрание самых разных предметов. Это те предметы, которые главным образом функционировали среди жителей с. Ивановка (коми-зырян в своей основе) с конца XIX и по начало XXI вв., сделанные кустарным или промышленным способом. В коллекции много семейных предметов, которые связаны с жизнью предков самого создателя этого проекта и с его жизнью. Тематически этот предметный ряд распадается на две части: одни вещи посвящены крестьянскому быту, другие – военной культуре и службе в армии. Некоторые экспонаты создатель коллекции, Е.Н. Болотов, сделал своими руками. Частная коллекция, наряду с рассказом о жизни сельчан, повествует и личную историю отдельно взятого человека. Это своего рода «музей» личной (семейной) истории длиной в век. Это, к слову сказать, и привлекает посетителей, ведь они не чувствуют той отстраненности между экспонатом и экскурсоводом, которая есть в классическом музейном пространстве. У создателя коллекции нет контрольного текста экскурсии по его экспонатам, да это и не требуется. Каждый раз, проводя экскурсию, он не повторяется, часто ориентируясь на посетителей и их вопросы. Здесь особая локация, где размещены экспонаты: не в казенном здании, а на усадьбе самого хозяина, специально созданном для этого помещении (типа амбара). Также экспонаты находятся на открытом воздухе, жанрово напоминая скансены, музеи под открытым небом. Остаточное быстро частная коллекция коми-зырянского быта стала частью этноэкскурсии. Однако, базируясь на личном участии уже пожилого создателя, он также нестабилен в будущем и подвержен демографическим рискам, как и ивановский школьный музей, ведь кроме его хозяина, рассказывать об этой уникальной коллекции будет никому.

Однако креативность местных жителей не имеет границ. В 2022 г. местная жительница Н.И. Пунегова создала необычную коллекцию советских игрушек. Практически за год была сформирована обширная коллекция, которая представляет увлечения советских детей. Предметы размещаются, как и в частном пространстве Е.Н. Болотова, в помещении на подворье хозяйки, они защищены от внешних погодных условий (помещение не отапливается). Информация о коллекции быстро распространилась по региону, и музейщики из ближайшего крупного поселения, г. Ялutorовска, арендовали часть коллекции на День защиты детей (1 июня 2023 г.). Во время посещения этой усадьбы на экскурсии «В гости к коми-зырянам Тюменской области» экскурсанты теперь также попадают в игрушечный мир Н.И. Пунеговой. Ее рассказ посвящен тому, как она создавала коллекцию, и он тоже очень личный. Обе частные коллекции с. Ивановка роднит и то, что они не имеют названий. В связи с этим данные собрания можно скорее рассматривать как частные коллекции, а не как музеи.

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно понять, что в сельские музеи и частные коллекции являются изюминкой созданного туроператорами продукта – экскурсионного этнотура. Однако, к сожалению, эти проекты одинаково нестабильны в сельском обществе, страдающем от демографических проблем: старения населения, оттока молодых кадров, незаинтересованности жителей в развитии культуры на селе.

**Список использованных источников:**

1. Афанасьев, О.Е. Роль, значимость и функции скансенов как туристского ресурса территории и репрезентантов народных традиций природопользования / О.Е. Афанасьев, В.В. Вольхина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2015. – Т. 9, № 4. – С. 12-22. – Текст : непосредственный.
2. Гауч, О.Н. Этнографический музей как одна из форм сохранения культуры малочисленных народов Тюменского региона / О.Н. Гауч // Социум. Культура. Личность. Досуг. Социальные технологии в сфере культуры и досуга. – 2021. - № 4. – С. 64-68. – Текст : непосредственный.
3. Головнёв, А.В. Визуализация этничности: музейные проекции / А.В. Головнёв // Уральский исторический вестник. – 2019. - № 4. – С. 72-81. – Текст : непосредственный.
4. Ермакова, Е.Е. Этапы проектирования этномаршрута: из опыта разработки экскурсии к коми-зырянам Тюменской области / Е.Е. Ермакова // Сервис plus. – 2017. – Т. 11, № 2. – С. 12-21. – Текст : непосредственный.
5. Лискевич, Н.А. «Здесь, в трех комнатах музея, вся история села»: о школьном музее в с. Ивановка Ялуторовского района Тюменской области / Н.А. Лискевич, А.Х. Машарипова // Вестник Музея археологии и этнографии Пермского Предуралья. – 2017 – № 7. – С. 141-145. – Текст : непосредственный.
6. Солодовников, А.Ю. География Тюменской области: сельское население, поселения и населенные пункты / А.Ю. Солодовников. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2020. – 1056 с. – Текст : непосредственный.
7. Тандыянова, А.Е. Музейный туризм в Республике Алтай / А.Е. Тандыянова // Человек. Культура. Образование. – 2018. – № 3. – С. 124-136. – Текст : непосредственный.
8. Шелегина, О.Н. Актуальные тенденции в изучении музейного мира Сибири / О.Н. Шелегина // Четвертые Ядринцевские чтения. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 100-летию Революции и Гражданской войны в России. 2017. – Омск: Издательство: Бюджетное учреждение культуры Омской области «Омский государственный историко-краеведческий музей», 2017. – С. 66-68. – Текст : непосредственный.
9. Шелегина, О.Н. Средовые музеи Сибири: социокультурные практики освоения этнокультурного наследия / О.Н. Шелегина // Этнография Алтая и сопредельных территорий. – 2020. - № 10. – С. 364-369. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** этнотуризм, сельские музеи, этномузеи, Тюменская область, коми-зыряне.

**Keywords:** ethnotourism, rural museums, ethnomuseums, Tyumen region, Komi-Zyryans.

УДК 338.483.1; 913

**Жорова О.И.,**

инженер, ассистент кафедры геологии и географии,  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,  
г. Кемерово, Россия

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА  
(НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКОГО СЕВЕРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ-КУЗБАССА)**

**Туристско-рекреационный потенциал познавательного туризма (на примере туристского Севера Кемеровской области-Кузбасса).** Российская Федерация обладает богатым природным и культурным потенциалом, позволяющим развивать сферу туризма. Познавательный туризм является многогранным сложным феноменом. Это объясняет факт отсутствия единого, общепризнанного определения понятия. Тем не менее, большое количество ученых работает именно в этом направлении, так как практически любая территория имеет ресурсы, необходимые и достаточные для организации познавательного туризма.

В статье проанализирована обеспеченность территорий туристского Севера Кемеровской области-Кузбасса (Яшкинский муниципальный округ с Тайгинским городским округом, Яйский муниципальный округ с Анжеро-Судженским городским округом, Ижморский муниципальный округ) туристско-рекреационными ресурсами и средствами туристской инфраструктуры, а также

выявлены наиболее перспективные для данной территории направления познавательного туризма. Кроме того, представлены основные слабые стороны туристской отрасли дестинации и предложены рекомендации, способствующие развитию туризма на данной территории.

**Tourist and recreational potential of cognitive tourism (the Kemerovo region-Kuzbass tourist North on the example).** The Russian Federation has a rich natural and cultural potential that allows the tourism development. Cognitive tourism is a multifaceted and complex phenomenon. This explains the fact that there is no single, the concept universally recognized definition. Nevertheless, a scientists large number are working in this direction, since almost any territory has the resources necessary and sufficient for the cognitive tourism organization.

The article analyzes the tourist North of the Kemerovo region-Kuzbass (Yashkino municipal district with Taiga urban district, Yaya municipal district with Anzhero-Sudzhensk urban district, Izhmorsky municipal district) territories provision with tourist and recreational resources and tourist infrastructure facilities, and also identifies the cognitive tourism most promising areas for this territory. In addition, the destination tourist industry main weaknesses are presented and recommendations are proposed that contribute to the tourism development in this territory.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Познавательный туризм находится в центре внимания современных ученых. В научной литературе встречаются термины «познавательный туризм», «культурный туризм», «историко-культурный туризм», «культурно-познавательный туризм», «социально-культурный туризм», являющиеся, на наш взгляд, эквивалентными термину «познавательный туризм» или отражающими отдельные его элементы. Среди отечественных ученых стоит отметить Преображенского В.С., Веденина Ю.А., Зорина И.В., внесших огромный вклад в развитие науки. Проблематике познавательного туризма посвящены труды таких исследователей как: Александрова А.Ю., Арефьев В.Е., Джанджугазова Е.А., Квартальнов В.А., Кружалин В.И., Солопов О.В., Старкова И.И. и др. Изучением туризма в Кемеровской области – Кузбассе занимались такие исследователи как Андреева О.С., Северный В.И., являющиеся авторами учебного пособия «Туризм в Кузбассе». Ученые и исследователи Кемеровского государственного университета: Брель О.А., Васютин С.А., Зайцева А.И., Кайзер Ф.Ю., Юматов К.В. и др. занимаются изучением и продвижением туризма в Кузбассе с точки зрения физико-географического и общественно-географического познания [4].

Для оценки потенциала туристско-рекреационных ресурсов были рассмотрены несколько методик: Преображенского В.С., Веденина Ю.А., Твердохлебова И.Т.. В последнее время интенсивно проводятся исследования в области развития методик оценки туристско-рекреационного потенциала. Среди подобных исследований можно выделить работы Джанджугазовой Е.А., Гудковских М.В., Худеньких Ю.А.

**Выделение нерешенной проблемы.** Для многих регионов, в том числе и для Кемеровской области, ориентация на туризм, включая познавательный, может стать катализатором социально-экономического развития территории. Значение познавательного туризма весьма велико: он положительно сказывается на общей образованности граждан, позволяет сохранить культурное наследие страны, содействует формированию уважительного отношения к своей национальной культуре и культурам других народов, создает новые рабочие места и благоприятный инвестиционный климат [1]. Однако помимо наличия туристско-рекреационных ресурсов, требуется активная работа для развития данного вида туризма: необходима концентрация туристских объектов, объединение в кластеры, развитие туристской инфраструктуры, интеграция аутентичных достопримечательностей с современным сервисом в соответствии с актуальными трендами на рынке туристских услуг [2].

**Цель статьи** – анализ туристско-рекреационного потенциала познавательного туризма на территории туристского Севера Кемеровской области-Кузбасса.

**Изложение основного материала.** Для интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала территории была выбрана методика Худеньких Ю.А. [6], которая основывается на оценке трех блоков показателей: природный, историко-культурный и социально-экономический (внутри которого выделены компоненты: транспорт и туристская инфраструктура). Стоит обратить внимание, что автором статьи был добавлен четвертый блок – промышленные объекты, поскольку Кемеровская область – Кузбасс является промышленным регионом, что, в свою очередь, оказывает значительное влияние на сферу туризма. Для анализа туристско-рекреационных ресурсов на территории туристского Севера Кузбасса были рассмотрены Яшкинский муниципальный округ (совместно с

Тайгинским городским округом), Яйский муниципальный округ (совместно с Анжеро-Судженским городским округом) и Ижморский муниципальный округ (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Географическое положение туристского Севера Кемеровской области-Кузбасса (составлено автором)

На территории Яшкинского муниципального округа (совместно с Тайгинским городским округом) имеется 17 промышленных объектов (предприятия пищевой, угольной промышленности, АПК, ЛПК и промышленности строительных материалов); 5 природных памятников федерального значения, 2 - регионального значения (государственные природные заказники) и 4 – местного значения. Среди историко-культурных объектов (по классификации Ю.А. Худеньких) можно отметить:

- монументальные: 2 памятника регионального и 9 – местного значения;
- археологические: 3 памятника федерального и 2 – местного значения;
- исторические: 9 памятников федерального и 1 – местного значения;
- архитектурные: 24 памятника регионального и 5 - местного значения;
- комплексные: 1 памятник местного значения.

На территории Яйского муниципального округа (совместно с Анжеро-Судженским городским округом) имеется 42 промышленных объекта (предприятия нефтеперерабатывающей, угольной, пищевой, химической, легкой, горнодобывающей промышленности, машиностроения, электроэнергетики, АПК, ЛПК и промышленности строительных материалов); 2 природных памятника местного значения. Среди историко-культурных объектов (по классификации Ю.А. Худеньких) можно отметить:

- монументальные: 8 памятников регионального и 15 – местного значения;
- археологические: 10 памятников федерального значения;
- исторические: 3 памятника федерального значения;
- архитектурные: 10 памятников регионального и 5 – местного значения;
- комплексные: 2 памятника регионального и 2 – местного значения.

На территории Ижморского муниципального округа имеется 15 промышленных объектов (предприятия угольной, пищевой, горнодобывающей промышленности, машиностроения, АПК); 2 природных памятника регионального и 1 - местного значения. Среди историко-культурных объектов (по классификации Ю.А. Худеньких) можно отметить:

- монументальные: 5 памятников местного значения;
- археологические: 2 памятника федерального значения;
- исторические: 1 памятник федерального и 1 – местного значения;
- архитектурные: 4 памятника регионального и 2 – местного значения;



– комплексные: 2 памятника местного значения.

Каждый из перечисленных объектов обладает определённой рекреационной привлекательностью, однако, по мнению автора, наиболее интересными, с точки зрения познавательного туризма, являются следующие [7; 8; 9]:

1. Анжеро-Судженский городской краеведческий музей (Яйский МО) – фонды музея располагают палеонтологическими, археологическими, геологическими, этнографическими, нумизматическими коллекциями, вещественными и документальными первоисточниками;

2. Анжерский машиностроительный завод (Яйский МО) – предприятие по производству горнодобывающего оборудования;

3. Археологический комплекс «Шумихинские курганы» (Яшкинский МО) – крупный погребальный комплекс, состоящий более чем из 30 курганов;

4. Гидрогеологический памятник «Иткаринский источник» (Яшкинский МО) – слабоминеральный источник;

5. Городище и курганный могильник Усть-Сосновка (Сосновый острог) (Яшкинский МО) – основан в 1598 году, имел охранное значение для рубежей русского государства и сибирского губернского города Томска;

6. ГПЗ «Антибесский» (Ижморский МО) – представляет интерес как объект сохранения биоразнообразия Кузбасса, создан в целях охраны и воспроизводства популяции бобра;

7. ГПЗ «Китатский» (Ижморский МО) – создан в целях охраны и воспроизводства популяции бобра, функциональный статус определяется многочисленностью полуводных видов млекопитающих (норка, выдра, бобр, ондатра);

8. ГПЗ «Писаный» (Яшкинский МО) – установлен охранный режим в отношении лося, косули, выдры, тетерева, рябчиков, обычного колонка, зайца, белки, лисы, норки и рыси;

9. Ижморский краеведческий музей (Ижморский МО) – десять постоянных экспозиций, рассказывающих об истории Ижморского муниципального округа;

10. Исторический музей Тайгинского ГО (Яшкинский МО) – представлены коллекции быта, техники, живописи, редких книг;

11. Комплекс древних городищ в пойме реки Долгая (Яшкинский МО) – семь древних городищ, возрастом от шестого тысячелетия до н.э. до XII-XIV века н.э.;

12. Место боя объединенного партизанского отряда Лубкова с колчаковцами (Ижморский МО);

13. Музей-заповедник «Томская писаница» (Яшкинский МО) – динамично развивающийся современный многопрофильный культурный комплекс. Открыты для посещения археологические и этнографические комплексы: «Шорский улус Кезек»; «Мифология и эпос народов Сибири», «Археодром»; музей наскального искусства Азии; экспозиции «Древнее святилище», «Славянский мифологический лес», «Территория сказок», «Томская Писаница», «Геология Кузбасса», «Пчелкина жизнь», «Стан охотника»; зоопарк; часовня в честь Святых Равноапостольных Кирилла и Мефодия [3];

14. ООО «КДВ Яшкино» (Яшкинский МО) – один из крупнейших пищевых холдингов;

15. Памятник «Шахтовый копер» (Яйский МО) – представлен восьмиметровой металлической пирамидой, сквозь которую, проложены рельсы, на которых установлены вагонетки с «углем» [5];

16. Пятиглавая каменная церковь 1803-1841 гг. (Спасская церковь) (Яйский МО);

17. с. Островка (Ижморский МО) – село 1880 года, в 1886 году построена деревянная Михайловская церковь без единого гвоздя;

18. Писаницы: Тутальская, Висячий камень, Никольская, Новоромановская, Крутая (Яшкинский МО) – комплексы древних петроглифов;

19. Угольная обогатительная фабрика «Анжерская» (Яйский МО) – осуществляет переработку и обогащение каменных углей;

20. Экомузей «Калмаки» (Яшкинский МО) – единственный в России музей калмацкой культуры;

21. Яйский нефтеперерабатывающий завод (Яйский МО) – предприятие по глубокой переработке нефти.

В таблице 1 представлен анализ социально-экономических показателей.

Таблица 1 – Социально-экономические показатели туристско-рекреационного потенциала Севера Кемеровской области-Кузбасса

Показатель	Яшкинский МО (совместно с Тайгинским ГО)	Яйский МО (совместно с Анжеро- Судженским ГО)	Ижморский МО
Расстояние от административного центра округа до областного центра (г. Кемерово), км	87	130	147
Разнообразие видов транспорта	Железнодорожный, автомобильный		
Положение на территории Кузбасса	Приграничное: граничат с Томской областью		
Количество магистралей, ведущих за пределы региона	1 – ж/д	1 - авто	0
Численность населения, тыс. чел	50,816	87,624	10,364
Предприятия коллективного размещения: количество / отношение к тысяче человек местных жителей	6 / 0,12	6 / 0,07	2 / 0,19
Предприятия питания: количество / отношение к десяти тысячам человек местных жителей	8 / 1,57	34 / 3,88	8 / 7,72

Можно сделать вывод, что территории туристского Севера Кемеровской области-Кузбасса имеют удовлетворительное положение транспортной инфраструктуры, в частности, Яшкинский и Яйский муниципальные округа имеют более выгодное положение, а Ижморский – менее выгодное, учитывая близость к областному центру и количество магистралей, ведущих за пределы региона. По данным, отражающим количество предприятий коллективного размещения и питания, видно, что отелей, гостиниц и других средств размещения на рассматриваемой территории не достаточно, в то время как количество объектов питания можно назвать удовлетворительным. Основными проблемами туристской инфраструктуры автор считает неравномерное расположение предприятий питания и средств коллективного размещения на территории туристского Севера Кузбасса (объекты расположены преимущественно на территории городских округов), а также качество и плотность дорожной сети в Ижморском муниципальном округе.

**Выводы и предложения.** Проведенный анализ, позволяет утверждать, что на территории туристского Севера Кузбасса имеется значительное количество промышленных объектов, историко-культурных и природных рекреационных ресурсов. Таким образом, Яшкинский, Яйский и Ижморский муниципальные округа можно назвать дестинациями, благоприятными для развития познавательного туризма (наиболее перспективными направлениями для данной территории, по мнению автора, считаются сельский, экологический, историко-культурный, этнографический, археологический, промышленный, геологический). Стоит отметить, что для успешного функционирования туристской сферы необходимо уделить внимание организации туристского пространства. Значительными недостатками являются устаревшая материальная база туристской инфраструктуры, а также аварийное состояние ряда рекреационных ресурсов (в особенности – объектов архитектуры), которые несут за собой существенную угрозу потери туристского потенциала территории. Однако при возможности привлечения финансирования и поддержки территории, появляются перспективы развития туристской отрасли, а также создания туристского внутрирегионального кластера, что впоследствии может обеспечить приток денежных средств за счет увеличения турпотока.

**Список использованных источников:**

1. Арефьев, В.Е. Теория и методология рекреационной географии: учеб. пособие для магистрантов и аспирантов / В.Е. Арефьев. – Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2013. – 205 с. – Текст : непосредственный.
2. Бессараб, Д.А. География международного туризма / Д.А. Бессараб, Л.В. Штефан. – М. : ТетраСистемс, 2011. – 198 с. – Текст : непосредственный.

3. Брель, О.А. Применение цифровых технологий при создании экологических троп в контексте развития туризма на ООПТ (на примере музея-заповедника «Томская Писаница») / О.А. Брель, О.И. Жорова, О.П. Бабкина // Географические исследования Сибири и Алтай-Саянского трансграничного региона : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Барнаул, 19-21 апреля 2022 года. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2022. – С. 30-36. – Текст : непосредственный.
4. Жорова, О.И. Анализ российских и зарубежных подходов к определению понятия «познавательный туризм» / О.И. Жорова // Междисциплинарные подходы в биологии, медицине и науках о Земле: теоретические и прикладные аспекты : материалы симпозиума XVI (XLVIII) Международной научно-практической конференции, приуроченной к 300-летию Кузбасса, Кемерово, 01-30 апреля 2021 года. – Том Вып. 22. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021. – С. 78-81. – Текст : непосредственный.
5. Каталкина, М. А. Разработка туристско-краеведческого проекта для обучающихся «Неизведанный Кузбасс» / М.А. Каталкина // Актуальные направления географических исследований в Кемеровской области и других регионах России : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых учёных в рамках Межрегиональной молодежной научно-проектной школы «ГеоКузбасс», Кемерово, 25-28 февраля 2021 года / Под редакцией О.А. Брель. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021. – С. 186-191. – Текст : непосредственный.
6. Худеньких, Ю.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края / Ю.А. Худеньких // География и туризм: Сборник научных трудов. – 2006. – № 2. – С. 217-230. – Текст : непосредственный.
7. Культура.РФ: Портал культурного наследия, традиций народов России. – Текст: электронный // URL: <https://www.culture.ru/>.
8. Особо охраняемые природные территории Кузбасса. – Текст: электронный // URL: <http://oort.kemrsl.ru/ru/prirodnye-territorii>.
9. Централизованная библиотечная система Яшкинского муниципального округа: Памятники истории и культуры. – Текст: электронный // URL: <https://lib.yashkino.ru/2015-06-11-02-22-10/2015-08-24-04-12-24>.

**Ключевые слова:** туризм, познавательный туризм, туристско-рекреационный потенциал, Север Кемеровской области-Кузбасса, Яшкинский муниципальный округ, Яйский муниципальный округ, Ижморский муниципальный округ, интегральная оценка.

**Keywords:** tourism, cognitive tourism, tourist and recreational potential, North of the Kemerovo region-Kuzbass, Yashkino municipal district, Yaya municipal district, Izhmorsky municipal district, integral assessment.

УДК 379.851

**Зарбалиева Н.О.к.,**  
инженер I категории картографической службы  
МКУ «Городской информационный центр»,  
доцент кафедры географии и картографии,  
**Доронин С.С.,**  
обучающийся 4 курса бакалавриата  
направления подготовки «Картография и геоинформатика»,  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград, Россия

## **СРАВНЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РАЙОНАХ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Сравнение ключевых показателей развития туризма в районах Волгоградской области.**  
В данной статье проведен анализ ключевых показателей развития туризма по сетке районов Волгоградской области. По каждому ключевому показателю развития туризма составлены

тематические карты. Дополнительно для каждой карты расписан ход работы, перечислены основные картографические материалы. В конце статьи сделан вывод о распределении туристических ресурсов по всей территории исследования.

Ключевые показатели развития туризма – это показатели, которые определяют возможности развития туризма и рекреации на определенной территории (в данной работе – на территории муниципальных районов Волгоградской области). Такие показатели наиболее полно характеризуют современное состояние туризма и рекреации и определяют перспективы их развития в будущем. Ключевыми показателями развития туризма выступают социальная и туристическая инфраструктура, наличие объектов показа и туристического интереса, памятников природы, истории и культуры и их историческое значение, плотность населения, транспортная доступность и туристические потоки.

Природно-рекреационные ресурсы, памятники культуры и истории являются главным элементом в формировании регионального туризма в Волгоградской области. Такие показатели имеют свою специфику, и, к тому же, весьма ограниченный характер распределения. Некоторые природные и антропогенные туристические объекты Волгоградской области еще мало известны, но при разумной организации туристических маршрутов и экскурсий могут оказывать значительное влияние на формирование туристического бренда региона. Это обстоятельство способствует развитию туристского картографирования в регионе. Поэтому авторами данной статьи было разработано несколько картографических моделей, наиболее наглядно характеризующих распределение ключевых показателей туризма по территории Волгоградской области.

#### **Comparison of key indicators of tourism development in the districts of the Volgograd region.**

This article analyzes the key indicators of tourism development according to the grid of districts of the Volgograd region. Thematic maps have been compiled for each key indicator of tourism development. Additionally, the progress of work is described for each map, and the main cartographic materials are listed. At the end of the article, a conclusion is made about the distribution of tourist resources throughout the study area.

The key indicators of tourism development are indicators that determine the possibilities of tourism and recreation development in a certain territory (in this paper – on the territory of municipal districts of the Volgograd region). Such indicators most fully characterize the current state of tourism and recreation and determine the prospects for their development in the future. The key indicators of tourism development are social and tourist infrastructure, the presence of objects of display and tourist interest, natural, historical and cultural monuments and their historical significance, population density, transport accessibility and tourist flows.

Natural and recreational resources, cultural and historical monuments are the main element in the formation of regional tourism in the Volgograd region. Such indicators have their own specifics, and at the same time, the distribution is very limited. Some natural and anthropogenic tourist sites of the Volgograd region are still little known, but with a reasonable organization of tourist routes and excursions can have a significant impact on the formation of the tourist brand of the region. This circumstance contributes to the development of tourist mapping in the region. Therefore, the authors of this article have developed several cartographic models that most clearly characterize the distribution of key tourism indicators across the territory of the Volgograd region.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Указанная тема и связанные с ней проблемы изучены достаточно хорошо. В работе изучены труды таких учёных, как Н.Н. Зубакова, Я.С. Шкута, Н.М. Хаванская, Т.Л. Косильникова и др. В своих работах они уделяли внимание возможности развития туризма в разных частях Волгоградской области.

**Выделение нерешенной проблемы.** Туризм в Волгоградской области развивается довольно быстро, и это требует создания новых туристических карт. В настоящее время в рассматриваемом регионе туристское картографирование развито слабо, а существующие туристские карты уже устарели. Поэтому возникает необходимость создания новых туристских карт, отражающих современное состояние туризма.

**Цель статьи.** Цель данной статьи – провести сравнительный анализ ключевых показателей различных туристических и рекреационных объектов и карт соответствующих территорий, сделать оценку рекреационно-туристического потенциала муниципальных районов Волгоградской области.

**Изложение основного материала.** На первом этапе проектирования карт были найдены, изучены и проанализированы основные картографические источники. Для составления карт использовалась только актуальная и достоверная информация.

Для построения различных карт было использовано 5 картографических источников:

- 1) Туристская карта Волгоградской области, выполненная в масштабе 1:3000000.
- 2) Статистические материалы. Особое внимание было уделено табличным данным, которые составлены на основе статистических числовых данных.
- 3) Текстовые материалы, то есть материалы научных статей, книг.
- 4) Космические снимки и запросы в приложении «Яндекс.Карты» [3].
- 5) Графические иконки, взятые на открытом сайте «Flaticon».

Построение карт является вторым этапом нашего исследования. В результате его реализации построено 3 карты: карта объектов показа по видам, музеев и оценочная карта факторов туристической привлекательности. Для построения карт была использована программа ArcGIS 10.8 for Desktop [1].

Объекты показа по видам и музеи показаны на отдельных картах, но показаны разными способами картографического изображения. Общее количество музеев и их распределение по районам на одноименной карте отображены количественным фоном по районам и специально подобранными значками. При этом на карте музеев отдельными цифрами подписаны номера музеев, и отдельно в легенде карты приведено их название. Оценочная карта факторов туристической привлекательности по районам составлена способом количественного фона, методом картограмм.

На карте музеев заметна приуроченность всех музеев к крупным населенным пунктам и к городам (Рисунок 1). Особенно много музеев в Волгограде и Волжском. В среднем по Волгоградской области музеи расположены исключительно в районных центрах, причем часто по одному. В отдельных районах и городах, таких, как Камышин и Урюпинск, расположено по 3 музея, а в Калачевском и Палласовском районах – 2 музея. При этом в Ольховском, Камышинском и Старополтавском районах вообще нет музеев. В целом по районам мы видим, что музеи распределены более-менее равномерно, но имеют сходную тематику экскурсионных программ. Почти во всех районах распространены школьные краеведческие музеи, посвященные изучению родного края, или казачьи музеи, то есть музеи казачьей культуры и быта. В Волгограде, Волжском, Камышине и Урюпинске встречаются музеи разнообразной тематики, посвященные памяти Великой Отечественной войне, изучению естествознания.

На карте объектов показа по видам показано, что в каждом муниципальном районе есть туристические природные и антропогенные объекты, которые могут заинтересовать любого туриста. Больше всего антропогенных объектов показа в Волгограде, Волжском, Камышине, Михайловке, Урюпинске и Фролово. При этом в западной и северо-западной частях Волгоградской области объектов показа больше, чем в среднем по рассматриваемому региону, что связано с наличием природных парков и особо охраняемых природных территорий. Самыми бедными районами по количеству объектов показа являются Нехаевский, Киквидзенский, Руднянский, Николаевский, Ольховский, Городищенский и Ленинский. В районах, приближенных к областному центру, расположены исторические памятники и религиозные памятники. На севере и западе Волгоградской области сосредоточено больше всего памятников природы. Памятники архитектуры характерны только для некоторых городов – Волгограда, Камышина, Дубовки и Серафимовича (Рисунок 2).

Для общего анализа была составлена оценочная карта факторов туристической привлекательности. Основными ключевыми показателями для ее построения стали следующие:

- 1) Наличие объектов показа, представляющих туристический интерес.
- 2) Наличие значимых объектов культурного наследия.
- 3) Протяженность автомобильных дорог более 300 км.
- 4) Разработанность туристических маршрутов.
- 5) Количество музеев: более 2 организаций в пределах административных границ.
- 6) Наличие гостиниц вблизи мест туристического интереса.
- 7) Функционирование более 5 пунктов сети общественного питания.
- 8) Плотность населения, превышающая значение 8 чел./км<sup>2</sup>.
- 9) Сумма баллов по всем перечисленным выше критериям.

На составленной карте мы видим, что оценку «отлично» заслуживают такие муниципальные образования, как город-герой Волгоград, город Волжский, а также Дубовский и Калачевский районы (Рисунок 3). Оценку «хорошо» получили Серафимовичский, Котельниковский, Светлоярский, Городищенский, Среднеахтубинский и Палласовский районы, а также городские округа Камышин, Михайловка и Урюпинск. Оценку «Удовлетворительно» получили Новоаннинский,

Новониколаевский, Урюпинский, Алексеевский, Кумылженский, Клетский, Суровикинский, Октябрьский, Иловлинский, Фроловский, Даниловский, Еланский, Жирновский, Котовский, Старополтавский, Николаевский и Быковский районы, а также городской округ город Фролово. В остальных районах Волгоградской области почти отсутствуют ключевые факторы, способствующие развитию туризма, несмотря на то, что во многих из них имеются природные и антропогенные туристические объекты [2].

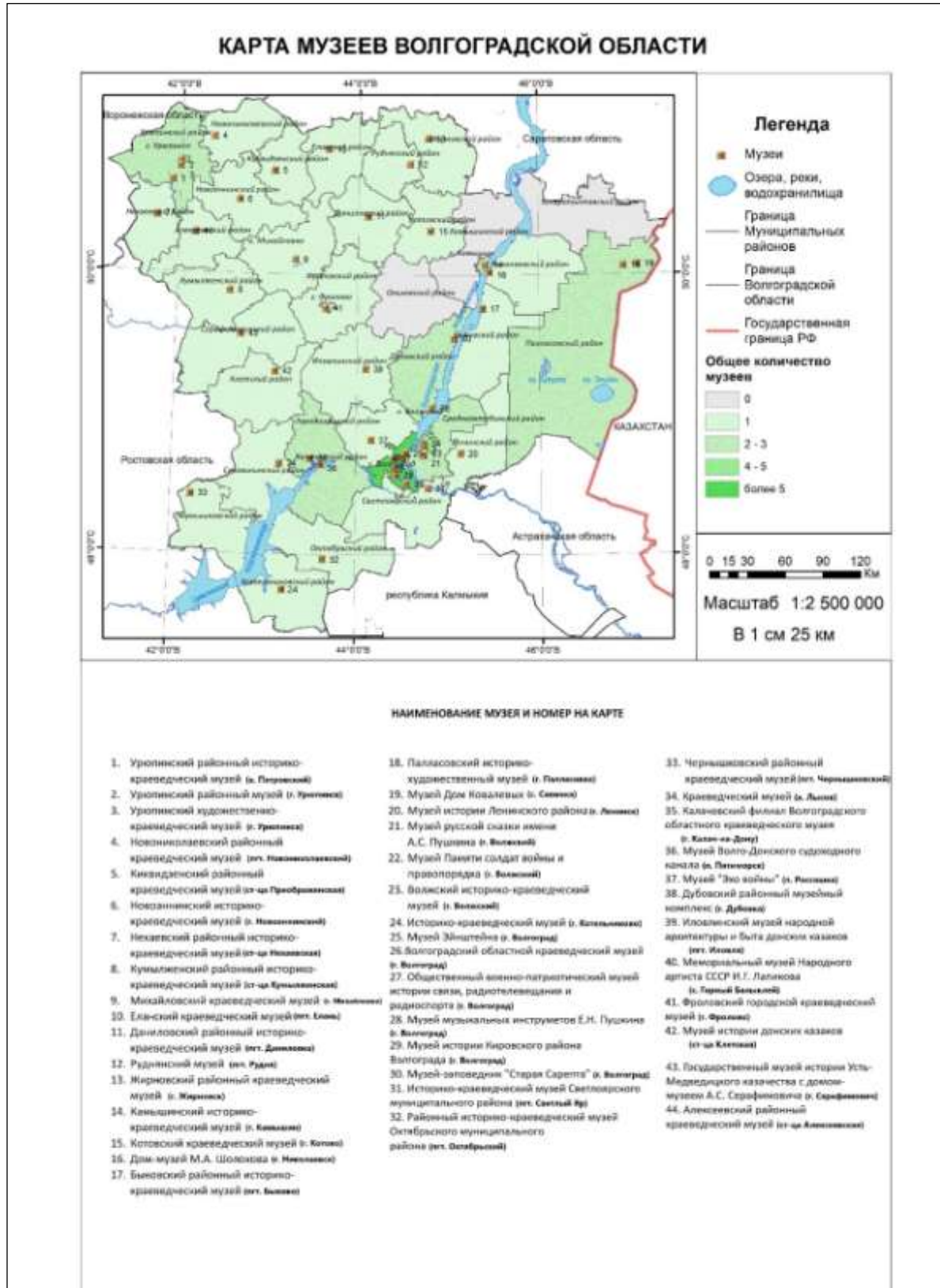


Рисунок 1 – Карта музеев



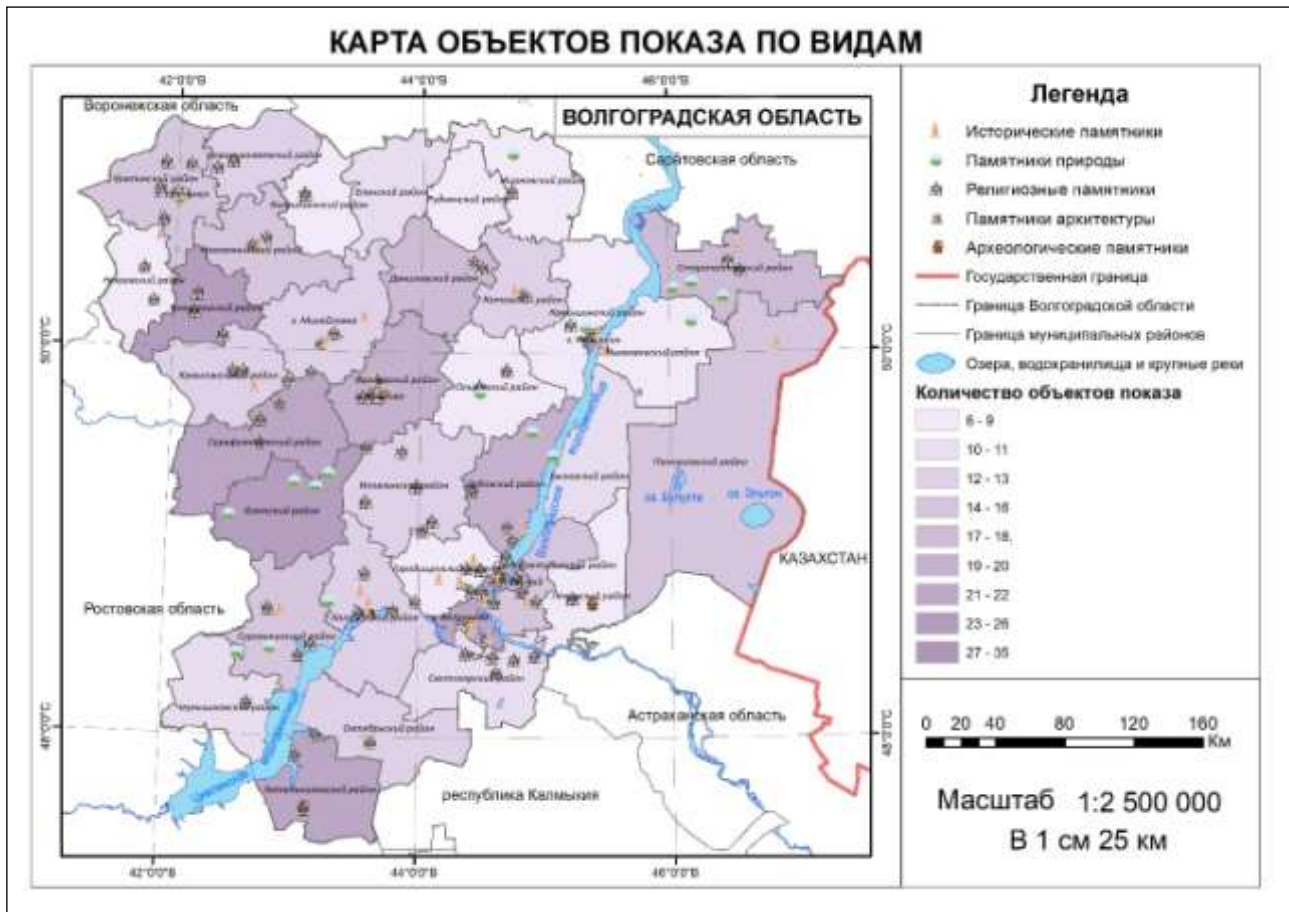


Рисунок 2 – Карта объектов показа по видам



Рисунок 3 – Карта факторов туристической привлекательности

**Выводы.** Сравнивая все составленные карты между собой, можно сделать вывод, что в Волгоградской области имеется большой туристско-рекреационный потенциал. При этом в одних муниципальных районах туризм развит лучше, чем в других. В целом Волгоградская область может стать важным туристическим регионом России. Но для этого необходимо повысить уровень туристической инфраструктуры, разработать новые туристические маршруты.

**Список использованных источников:**

1. ArcGIS 10.8 for Desktop : Геоинформационная программа (для учебных целей). – United States. – ESRI (Environmental Systems Research Institute), 1999 (дата обращения: 20.04.2023).
2. Косильникова, Т.Л. Выявление наиболее перспективных для развития сельского туризма районов Волгоградской области : научная статья / Т.Л. Косильникова, Л.А. Сизенева, Д.Ю. Шарапов // Сервис в России и за рубежом. – Волгоград : 2022. – Т. 16. – № 1 (98). – С. 128-142. – Текст : непосредственный.
3. Яндекс.Карты. – Достопримечательности : сайт. – Текст : электронный // URL: <https://yandex.ru/maps/10951/volzhskiy/search/Достопримечательности/?ll=44.766530%2C48.875764&sctx> (дата обращения: 20.04.2023).

**Ключевые слова:** туризм, ключевой показатель развития туризма, туристическая инфраструктура, тематическая карта.

**Keywords:** tourism, key indicator of tourism development, tourist infrastructure, thematic map.

УДК 338.48, 379.85, 346.7

**Золотовский В.А.,**

кандидат исторических наук, доцент,  
заведующий кафедрой сервиса и туризма,  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград, Россия

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: НА ПРИМЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА**

**Государственное регулирование в сфере специальных видов туризма: на примере сельского туризма.** В статье рассматривается специфика государственного регулирования деятельности в сфере специальных видов туризма. Предметом изучения является актуальный подход к регулированию отношений в сфере сельского туризма. Раскрытие данных вопросов основывается на восприятии туризма как мультисистемного явления социально-гуманитарного характера.

Сложившиеся к концу второго десятилетия XXI в. государственные традиции программно-целевого управления, а также формирование материально-технической базы, соответствующей нарастающему внутреннему турпотoku, привели к переходу к комплексному долгосрочному стратегическому государственному регулированию туризма. Благодаря выбранной форме регулирования туристской отрасли стало возможно не только само увеличение целевого финансирования туризма в пятнадцать раз, но и повышение его эффективности. При этом закрепление мультисистемности как центральной характеристики туризма выразилось в том, что развитие ряда специальных видов предполагает сохранение между ними прямой связи с целью усиления мультипликативного эффекта.

В ряду специальных видов туризма с прогнозируемым высоким мультипликативным эффектом и реализацией принципов мультисистемности находится сельский туризм. Представленная нами характеристика государственного регулирования отношений в сфере сельского туризма показывает недостатки использования в решении туристских задач отраслевого программно-целевого управления в сравнении с межотраслевым туристским, позволяющим учесть специфику задач всех вовлеченных в комплексное экономико-правовое стратегическое управление отраслей. Исключительно в такой форме доступно раскрытие мультисистемного потенциала туризма.



**State regulation in the field of special types of tourism: on the example of rural tourism.** The study identifies the specifics of state regulation in the field of special types of tourism. The objective of the article is to identify an actual approach to the regulation of relations in the field of rural tourism. The disclosure of these issues is based on the perception of tourism as a multi-system socio-humanitarian phenomenon.

The state traditions of program-oriented management and material and technical base formed in Russia provided to the transition to a comprehensive long-term strategic state regulation of tourism. The consolidation of multisystem as a central characteristic of tourism was expressed in the fact that the development of a number of special types of tourism involves maintaining a direct connection between them in order to enhance the multiplicative effect.

The characteristic of state regulation of relations in the field of rural tourism presented by us shows the disadvantages of using sectoral program-targeted management in solving tourist tasks. At the same time, the preference for intersectoral integrated economic and legal strategic management becomes obvious. It allows us to take into account the specifics of the tasks of all involved industries. The disclosure of the multi-system potential of tourism is available exclusively in this form.

**Выделение нерешенной проблемы.** Туризм представляет собой уникальное мультисистемное явление социально-гуманитарного характера. При этом участие в туризме каждого из субъектов отношений, будь то физическое лицо, или любая из разновидностей *persona fictiva*, не только позволяет им реализовать собственные права, порождает ответственность по формирующимся обязательствам, но и способствует позитивной правовой активности других субъектов. Несмотря на то, что основными участниками туристской практики являются потребители и коммерческие лица, центральное место в этих отношениях принадлежит государству. Межотраслевой характер взаимодействия и взаимозависимость всех участников объективизируют значимость государственного регулирования и повышают мультисистемную эффективность сферы туризма. Внедрение действенных инструментов управления туризмом позволяет государству более конкретно и определенно использовать потенциал туризма в программно-плановом развитии других отраслей народного хозяйства и приоритетных направлений государственной деятельности.

Традиционно в России туризм рассматривается в двух связанных между собой плоскостях – гуманитарной и экономико-политической. Первая относится к деятельности по удовлетворению духовных, интеллектуальных и физических потребностей, повышению качества жизни. Вторая представлена столь же многогранно: от широкого сектора экономики услуг, расширения рынка труда, до крупных инфраструктурных и инвестиционных, в том числе международных, проектов, а также развития инновационных технологий, науки, экологии живых систем и рационального воспроизводства природно-ресурсного потенциала страны. Безусловно, все перечисленные сферы реализации потенциала туристской деятельности находятся в прямой зависимости от качества форм и средств государственного регулирования туристской деятельности.

**Цель данной статьи** – раскрытие специфики государственного регулирования в сфере новых специальных видов туризма, на примере сельского туризма

**Изложение основного материала.** Реализация государственного регулирования отношений в сфере туризма осуществляется в двух приоритетных формах: прямое нормативно-правовое регулирование, воплощенное в издании различных правовых актов в сфере туристской деятельности, а также не прямое или косвенное регулирование, осуществляемое, прежде всего посредством прогнозирования и программирования. Отметим, что обе формы государственного регулирования в сфере туризма в нормативном смысле взаимосвязаны, а с точки зрения достижения целей взаимодополняемы. Наиболее эффективным является сопряжение опережающего дефинитивного нормотворчества в теле отраслевого закона «Об основах туристской деятельности в РФ» с утверждением соответствующего программно-целевого документа.

Такой порядок государственного регулирования в России закрепился лишь в последние годы. Первый правовой акт программно-целевого характера в сфере туризма, утвержденный Указом Президента РФ от 22.12.1995 г. в форме «Концепции реорганизации и развития туризма в РФ», наряду с мероприятиями организационно-распорядительного порядка, предусматривал создание широкой нормативно-правовой базы развития туризма. На основе велений Концепции была разработана и утверждена постановлением Правительства РФ от 26.02.1996 г. № 177 первая федеральная целевая программа «Развитие туризма в РФ», положившая начало долгосрочной согласованной деятельности многих государственных и негосударственных организаций.

Наиболее эффективными, реализующими задачи развития туризма как мультисистемного явления, стали федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» и государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы. В рамках их реализации был накоплен уникальный опыт в комплексном программировании туризма с учетом многоэтапного достижения значимых целевых показателей развития туризма в целом, а также приоритетных результатов развития смежных отраслей народного хозяйства, участвующих в формировании материально-технической базы туризма и реализации специальных направлений государственной деятельности. Показательна в этой связи государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы, задачи которой были ориентированы на реализацию прав граждан, связанных с удовлетворением духовных потребностей, приобщением к культурно-историческим ценностям, удовлетворением потребностей в укреплении здоровья, активном и полноценном отдыхе, а также на укрепление взаимопонимания между народами, гражданского согласия, утверждение общечеловеческих ценностей и т.д.

Сложившиеся к концу второго десятилетия XXI в. государственные традиции программно-целевого управления, а также формирование материально-технической базы, соответствующей нарастающему внутреннему турпотoku, привели к переходу к комплексному долгосрочному стратегическому государственному регулированию туризма. Утвержденная в 2019 году «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», соответствующая «Национальным целям развития Российской Федерации на период до 2030 года» (Указ Президента России от 21 июля 2020 года), а также программно-организационные средства их реализации в виде Нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства», АО «Корпорация Туризм.РФ» и государственной программы «Развитие туризма» (Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. N 2439) отражают сущность нового этапа государственного управления туризмом.

Благодаря выбранной форме регулирования туристской отрасли стало возможно не только само увеличение целевого финансирования туризма в пятнадцать раз, но и повышение его эффективности. Внедрение долгосрочного стратегического развития туризма и фиксируемые темпы роста туристской экономики позволили перейти к решению задач по адресному целевому развитию специальных видов туризма. При этом закрепление мультисистемности как центральной характеристики туризма выразилось в том, что развитие ряда специальных видов предполагает сохранение между ними прямой связи с целью усиления мультипликативного эффекта. Самым ярким примером является действующее программно-целевое управление развитием научно-популярного и студенческого туризма [2; 3]. Имея фактически общую туристскую целевую группу, схожие туристские целевые указания, они направлены на решение специальных отраслевых задач нетуристского характера. В частности, речь идет о реализации профильных задач в сфере образовательной, просветительской и профориентационной деятельности, повышении академической мобильности, а также совершенствовании бытовой и научной инфраструктуры российских образовательных учреждений.

В том же ряду специальных видов туризма с прогнозируемым высоким мультипликативным эффектом и реализацией принципов мультисистемности находится сельский туризм. Развитие программного регулирования сельского туризма не в межотраслевой форме, а на уровне одного министерства сельского хозяйства, а также формирование современной системы правового регулирования сельским туризмом, как одного из направлений государственного управления сельским хозяйством, представляются крайне противоречивыми. На отдельных аспектах этого вопроса мы и остановим наше внимание.

Внешние маркетинговые условия, а также возможности использования потенциала сельского туризма для развития сельских территорий побудили законодателя выделить сельский туризм в качестве приоритетного вида туризма в ст. 7 ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». При этом особое значение сельского туризма обеспечивается системным подходом к стимулированию деятельности в этой сфере, реализуемом в рамках государственной программы сельского хозяйства [1].

Государственное регулирование деятельности в сельском туризме основано на его нормативном определении, раскрывающем правовые основы понимания системы субъектов отношений, специфику услуг, относящихся к сельскому туризму и социально-экономических целей субъектов сельскохозяйственной деятельности. При этом предложенный законодателем широкий

подход к пониманию предметной специализации, выделению субъектов и места оказания услуг вносит неопределенность в частные вопросы организации деятельности и формирования услуг в сфере сельского туризма. В частности, при условии формирования и реализации услуг в сельской местности необходимо учитывать специфику правового статуса сельскохозяйственных товаропроизводителей, неравнозначных в вопросе видов деятельности. Кроме того, сама деятельность в сельской местности накладывает на производителя сельскохозяйственных товаров и услуг ряд ограничений в доступных видах экономической деятельности, а также объективно сужает инфраструктурный потенциал и определяет сложности в обеспечении и контроле качества услуг и специфики турпродукта. Очевидно, что предложенный законодателем подход к пониманию сущности сельского туризма и его организации в большей степени связан с системой регулирования деятельности в сфере сельского хозяйства и землепользования, нежели с туризмом. В этой связи реализация основных задач организованного и самостоятельного сельского туризма, к сожалению, не получила должную правовую основу, несмотря на очевидное наличие специфики как в вопросах требования к организационно-правовой форме субъектов, так и в вопросах предмета и методов регулирования отношений.

Анализ системы правового регулирования организованного сельского туризма показал, что в настоящее время в связи с видами правовых отношений и направлений деятельности можно выделить следующие организационно-правовые проблемы:

– особый интерес представляет специфика услуг в сельском туризме как объекта правового регулирования. В частности, речь идет о проблеме характера и правовой природы услуг в сельском туризме – являются ли они отдельными услугами экскурсионного характера с элементами интерактивного знакомства с объектом, или же представляют собой специфичный тип турпродукта? Этот же вопрос определяет и понимание статуса потребителя в сельском туризме, а также всех аспектов юридической ответственности. Конкретизация перечисленных вопросов станет основанием разрешения важнейшей задачи – выбора надлежащей модели договора реализации услуг / комплекса услуг в сфере сельского туризма, позволяющего с учетом системы средств защиты прав потребителя в РФ установить и определить публично-правовые и частноправовые обязанности, ответственность и механизмы их обеспечения;

– согласно нормативному определению целью сельского туризма для потребителя являются отдых, приобщение к традиционному укладу жизни, ознакомление с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участие в сельскохозяйственных работах. Перечисленный состав оснований для конкретных видов деятельности позволяет выделить две группы проблем, связанных с вопросом статуса разработчика услуги и ее поставщика: установления разрешённых видов деятельности, с учетом ограничений на использование земель сельскохозяйственного назначения; определение правового режима предоставления услуг средств размещения и питания, требований к организации их деятельности с учетом правил по санитарной, антитеррористической и противопожарной безопасности.

Следует отметить, что на уровне федерального законодательства какие-либо исключения для субъектов сельского туризма в сфере формирования, продвижения и реализации, соответствующих услуг и товаров не предусмотрены. Единственным, но крайне существенным, исключением является утверждение необязательного характера прохождения классификации и сертификации сельских средств размещения (ст. 5 ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»). В этой связи можно предположить, что установленное дозволение формализует политику органов исполнительной власти по стимулированию развития сельского туризма не только средствами программно-целевого характера (финансовой помощи), но и посредством введения особого правового режима для деятельности субъектов сельского туризма в сфере размещения. Несмотря на утверждение требований к сельским средствам размещения [4], неоднозначность такого подхода очевидным образом подтверждается рисками возможности получения потребителем услуг неопределенного уровня комфорта, не отвечающих требованиям безопасности, а также с необоснованно низким уровнем оказываемых услуг, определенных материально-техническими возможностями самих субъектов деятельности в сфере сельского туризма.

Анализ специальной внутренней и внешней маркетинговой среды позволяет выделить основные недостатки действующих средств государственного регулирования оказания услуг в сфере сельского туризма: отсутствие формально определенных качественных признаков услуг делает невозможным управление ожиданиями туристов, усложняет выбор услуг самими туристами и

туристскими посредниками; неопределенная система учета и ведения статистики оказанных услуг осложняет вопрос конкретизации индикаторов планирования и прогнозирования этого сектора туристской экономики, а также соответствующего объему турпотока развития обеспечивающей социальной инфраструктуры; отсутствие формально определенных критериев качества услуг, которые оказываются потребителю в сельском туризме, размывает правовые основы защиты прав потребителей как в досудебном, так и в судебном порядке; отсутствие правового регулирования деятельности по продвижению услуг в сфере сельского туризма очевидным образом, как и в сфере размещения, создает условия повышения риска ненадлежащего информирования и введения потребителя в заблуждение.

**Выводы.** Представленная нами характеристика государственного регулирования отношений в сфере сельского туризма показывает недостатки использования в решении туристских задач отраслевого программно-целевого управления в сравнении с межотраслевым туристским, позволяющим учесть специфику задач всех вовлеченных отраслей, комплексного экономико-правового стратегического управления. Именно в такой форме доступно наиболее эффективное раскрытие мультисистемного потенциала туризма.

Стратегическое значение сельского туризма как дополнительного источника дохода и фактора развития сельских территорий определенно указывает на необходимость формирования и внедрения специальных финансовых средств стимулирования развития сельского туризма. Действующая система стимулирования сельского туризма может быть реализована в двух направлениях: обеспечение инфраструктуры через самого сельскохозяйственного товаропроизводителя, а также формирование, продвижение и реализацию через туристских посредников и в виде подтвердивших свою эффективность механизмов стимулирования спроса. Однако, считаем наиболее приоритетным вопрос обеспечения надлежащего правового регулирования. Выделенные нами проблемы регулирования отношений в сфере сельского туризма со всей очевидностью свидетельствуют о необходимости системного перехода от оперативного к стратегическому государственному развитию туризма, в том числе в сфере специальных видов.

#### **Список использованных источников:**

1. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 N 717 (ред. от 13.06.2023) «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» (с изм. и доп., вступ. в силу с 04.07.2023) // Собрание законодательства РФ. – 06.08.2012. – N 32. ст. - 4549. - Текст: непосредственный.
2. Положение о программе молодежного и студенческого туризма (утв. Минобрнауки России 04.07.2022) // СПС КонсультантПлюс. – Текст: электронный // URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=431080&cacheid=16E8165F38C3C405302D4203CB2FAA9B&mode=splus&rnd=zxVxw#68XuPtTEpOvyjFD1> (дата обращения: 21.10.2023).
3. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Минобрнауки России 25.01.2023 N ВФ/1-Кн) // Официальные документы в образовании. – 2023. – N 7. – Март. – Текст: непосредственный.
4. Приказ Минэкономразвития России от 11.11.2022 N 617 «Об утверждении требований к средствам размещения, используемым для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского туризма в сельской местности» (Зарегистрировано в Минюсте России 29.11.2022 N 71204) // Официальный Интернет-портал правовой информации. – Текст: электронный // URL: <http://pravo.gov.ru>, 29.11.2022 (дата обращения: 21.10.2023).

**Ключевые слова:** специальные виды туризма, сельский туризм, государственное регулирование в туризме, средства правового регулирования, программы развития.

**Keywords:** special types of tourism, rural tourism, state regulation in tourism, means of legal regulation, development programs.

УДК 379.851

**Золотовский В.А.**,

кандидат исторических наук, доцент,  
заведующий кафедрой сервиса и туризма,

**Полежаев Д.А.**,

обучающийся 4 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,

Институт истории, международных отношений и социальных технологий  
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,

г. Волгоград, Россия

## **ВЛИЯНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ОБЩЕСТВА**

### **Влияние этнокультурного туризма на формирование социокультурной среды общества.**

В данной статье рассматривается этнокультурный турпродукт, в том и числе этнографический, этнический. Особое внимание уделяется законодательному регулированию этнокультурного туризма в Российской Федерации. В статье подчёркивается важность улучшения законодательной базы и это может способствовать развитию сферы туризма, а также созданию равных условий для разных этнических групп. Подчеркивается необходимость изменений и тенденций сфер жизни общества. В статье объясняется значимость создания качественного и объективного этнокультурного туристского продукта. Предлагаются практические рекомендации для его развития и улучшения. Важной частью статьи является исследование влияния этнокультурного туризма на культурное самосознание и взаимопонимание между различными этническими группами в обществе и избежание эскалации искусственных конфликтов.

Авторами анализируется роль этнокультурного туризма в преобразовании культурных и социальных аспектов общества, обращая особое внимание на его влияние на местные этнические группы и их культурное наследие. Авторами исследуется взаимосвязь между посещением этнокультурных объектов и формированием внутренних убеждений и мировоззрения у туристов, тем самым подчёркивается роль этнокультурного туризма в расширении горизонтов и развитии толерантности в обществе. Исследование вносит важный вклад в понимание влияния этнокультурного туризма на социокультурное развитие общества. Поднимается вопрос социокультурной динамики в контексте этнокультурного туризма.

**The influence of ethno-cultural tourism on the formation of the sociocultural environment of society.** This article examines the ethnocultural tourist product, including ethnographic, ethnic. Particular attention is paid to the legislative regulation of ethno-cultural tourism in the Russian Federation. The article emphasizes the importance of improving the legislative framework and this can contribute to the development of tourism, as well as the creation of equal conditions for different ethnic groups. The necessity of changes and trends in the spheres of society's life is emphasized. The article explains the importance of creating a high-quality and objective ethno-cultural tourist product. Practical recommendations for its development and improvement are offered. An important part of the article is the study of the influence of ethno-cultural tourism on cultural self-awareness and mutual understanding between different ethnic groups in society and avoiding the escalation of artificial conflicts.

The authors analyze the role of ethno-cultural tourism in the transformation of cultural and social aspects of society, paying special attention to its impact on local ethnic groups and their cultural heritage. The authors investigate the relationship between visiting ethno-cultural objects and the formation of internal beliefs and worldview among tourists, thereby emphasizing the role of ethno-cultural tourism in expanding horizons and developing tolerance in society. The study makes an important contribution to understanding the impact of ethno-cultural tourism on the socio-cultural development of society. The question of socio-cultural dynamics in the context of ethno-cultural tourism is raised.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема этнокультурного туризма и его влияния на социокультурную среду общества недостаточно изучена. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как С.А. Горбатов [2], Р. С-А. Гацаева [1], Т.В. Никонова [3] и другие.

Основным содержанием их работ являются современное состояние, перспективы и развитие данного вида туризма в Российской Федерации, а также взаимосвязь этнокультурного туризма и социокультурной среды общества.

**Выделение нерешенной проблемы.** Последние 5 лет отмечается сильная зависимость между времяпрепровождением и досугом населения и его культурным состоянием. При ведении активного образа жизни, связанного с путешествиями у подростков и молодёжи, повышается уровень социокультуры. При наблюдении за объектами этнической культуры, а также изучении форм поведения в этнической группе турист анализирует и запоминает данную информацию. Совмещение этнокультурного туризма и воспитание подрастающего поколения отмечается во многих странах мира.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании влияния этнокультурного туризма на формирование социокультурной среды общества в Российской Федерации.

**Изложение основного материала.** На фоне сильных внешнеполитических и религиозных обострений в мире, а также искусственном обострении отношений между этническими группами, существует риск разрастания конфликтов вне их территориального пространства. В обществе выделяется проблема определения национального самосознания, и вследствие этого возникает вопрос «кто я?» и «как мне поступать?».

В основе любой культуры заложены принципы существования, отношения с другими представителями общества, а также модели поведения. Их неправильное трактование или намеренное искажение истины приводит к конфликтам в общественной среде и выступает рычагом давления. Возникает необходимость объективного позиционирования культуры народов и продвижение ее в общественную среду. Суть этнокультурного туризма заключается в формировании у общества правильных моделей поведения и определении национального самосознания.

Классическим туристским продуктом в этнокультурном туризме выступают экскурсионные маршруты с посещение объектов этнокультурного наследия вкупе с другими объектами туристского интереса, часто противоречащими друг другу. Важно отметить, что на российском рынке не распространены маршруты исключительно «этнокультурного» формата, где преобладающим элементом погружения туриста выступает углубление в историю и культуру народа. Экскурсионное обслуживание направлено на получение туристом удовольствия от приобретённого туристского продукта и, зачастую, себестоимость данного продукта, а также кадровый голод не способны привлечь специалистов в данной области, что впоследствии приводит к снижению объективизации этнической культуры и перенаправлению этнокультурного туризма в культурно-познавательный.

Актуальной проблемой выступает позиционирование стереотипов или историческая неточность. Другой проблемой выступает низкий процент attractiveness в программах туров. В основу методологического исследования, изучения и решения данных проблем положено рассмотрение его как сферы, которая интегрирует аспекты туристской активности, образования, спорта, культурной политики, в особенности молодёжного туризма, а также объединяет экономические, образовательные и нравственные цели. Это обосновывает необходимость комплексного исследования этого сектора туризма. Проведенный анализ научной литературы как отечественного, так и зарубежного происхождения, в том числе и анализ российского этнокультурного туристского продукта, а также последующий синтез представленной информации позволяют сделать вывод о важности этнокультурного туризма как в России, так и в мировом контексте. Влияние туризма в формировании моделей поведения подчеркивается Горбатовым С.А.: «Данный сектор туризма способствует гармоничному развитию личности молодого человека. С давних времен туризм считался неотъемлемым элементом в обучении и социализации молодого поколения» [2].

Важным инструментом популяризации продукта на рынке, является его «обёртка» и «наполнение». В туристской индустрии в роли первого выступает маркетинг, туристские агенты и задействованные специалисты визуального оформления продукта. Зачастую важность маркетингового исследования и определение степени узнаваемости в обществе, анализа позиционирования и отношения в обществе этнокультурного объекта, а также сопутствующих и конкурирующих направлений, его составляющих упускают из виду. В «наполнении» акцент делается на осмотр объектов, а также на рассказ гида/экскурсовода, что не всегда вызывает впечатление у туриста. На фоне высокой конкуренции с качественными аудио-визуальными товарами туристы не выбирают низкосортный этнокультурный продукт. Результатом является низкая заинтересованность

в туристском продукте, снижение его присутствия на рынке, отсутствие реализации этнической культуры в обществе [1], уменьшение влияния правильных и закрепление асоциальных моделей поведения, а впоследствии – возникновение конфликтов в обществе и «клеймировании» определенных этнических групп.

Государственная позиция определяет задачи органам исполнительной власти по продвижению традиций и культуры в обществе, однако упускается факт уместного применения нового взгляда на этнокультурные элементы – искусства, ремёсла и промыслы. Между органами контроля и создателями туристского продукта ухудшается взаимодействие из-за разногласий взглядов и инструментов решения проблемы популяризации этнических культур. Так, на стадии рассмотрения был отклонён законопроект № 230679-8 «О внесении изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в части этнокультурного туризма)», что могло бы внести коррективы в определении способов взаимодействия этнокультурных элементов в туристском продукте. Важным наблюдением является то, что, по мнению депутатов, этнокультурный туризм в России сосредотачивается, прежде всего, на традиционном образе жизни коренных народов. Согласно пояснительной записке к данному законопроекту, он был разработан в рамках выполнения указания Президента Российской Федерации, вынесенного после заседания Совета при Президенте по межнациональным отношениям 29 ноября 2019 года. Отношения, связанные с этнокультурным туризмом, регулируются различными федеральными законами и соответствующими подзаконными актами. Однако, согласно авторам законопроекта, особенности организации этнокультурного туризма, а также сохранение и развитие этнокультурных туристических ресурсов, механизмы защиты прав представителей разных национальностей и этнических общностей в рамках этнокультурного туризма, пока не нашли ясного отражения в законодательстве России. В федеральных нормативных актах отсутствует определение термина «этнокультурный туризм». Это понятие не является четким и не разграничено и законодательно не связано с культурно-познавательным, экологическим и сельским туризмом. Даже система оснований для классификации различных видов туризма не установлена законодательно, а принятие федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», по мнению авторов законопроекта, могло бы способствовать сохранению культурной и этнической самобытности народов Российской Федерации.

Законопроект вносил изменения в статью 1 Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», предлагая дополнить ее абзацами со следующим описанием: «этнокультурный туризм – совокупность видов туризма, связанная с посещением, сохранением, изучением и знакомством с культурными особенностями, традиционным укладом жизни и традиционными занятиями отдельных народов, включающая в себя этнический, этнографический, эколого-этнографический, антропологический, этнопознавательный туризм» и «мероприятие этнокультурного туризма – мероприятие (событие) традиционного уклада жизни народов (этнических, субэтнических групп) РФ, на которых предусмотрено присутствие (участие) туристов, либо мероприятия, специально проводимые для туристов в целях показа элементов традиционного уклада жизни и традиционных занятий, в том числе традиционных промыслов, народных художественных промыслов, либо посещение туристами мест, оборудованных для представления традиционного уклада жизни и традиционных занятий». Данные коррективы могли бы изменить ситуацию на уровне взаимодействия участников рынка и органов исполнительной власти, за счёт более ясного трактования термина [3].

Цель данных изменений состоит в том, чтобы сформировать объективный единый подход отношения к этнической культуре на рынке с последующим изменением подхода к получению туристом впечатлений от культуры, а также увеличению финансовой прибыли от данного вида туризма.

**Выводы.** Влияние этнокультурного туризма в формировании социокультурной среды общества имеет обоснованность, так как при должном подходе к его пониманию и использованию современных методов продвижения и создания впечатлений у туристов, у них, как у потребителей, формируется положительное отношение к данному типу продукта и наблюдается отклик в обществе. Необходимо обновить программу этнокультурных туров, провести ребрендинг или обновление этнокультурных центров, а также создание этнокультурных кластеров. При данном подходе важно, чтобы туристский продукт отвечал требованиям современного потребителя и был истинным информационным объектом, т.е. объективно передавал информацию об этнической группе.

**Список использованных источников:**

1. Гацаева, Р.С.А. Роль традиций в условиях глобализации / Р.С.А. Гацаева // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 69 (5). – С. 81-84. – Текст : непосредственный.
2. Горбатов, С.А. Исследование социальной значимости молодежного туризма / С.А. Горбатов. // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 5 (37). – С. 78-86. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sotsialnoy-znachimosti-molodezhnogo-turizma> (дата обращения: 15.10.2023).
3. Никонова, Т.В. Проблемы и перспективы развития этнотуризма в современном обществе // Т.В. Никонова // Журнал прикладных исследований. – 2022. – Том 4. № 11. – С. 313-318. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-etnoturizma-v-sovremennom-obschestve> (дата обращения: 15.10.2023).

**Ключевые слова:** этнокультурный туризм, студент, школьный туризм, формирование, социокультурная среда.

**Keywords:** ethno-cultural tourism, student, school tourism, formation, socio-cultural environment.

УДК 379.851

**Коновалова А.В.,**

старший преподаватель кафедры экономической,  
социальной и политической географии,

**Кузнецова А.К.,**

обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «География»,  
ФГАОУ ВО «Кубанский государственный университет»,

г. Краснодар, Россия

**К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ТУРИЗМА  
В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**К вопросу о развитии туризма в Арктической зоне России.** В данной статье рассматриваются вопросы современного состояния арктического туризма в России, а именно анализируются статистические данные отрасли и выявляются лидеры и аутсайдеры Арктической зоны. Туризм – это одна из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики, которая за последние годы стала направлением для национального взаимодействия и взаимного обогащения (как материального, так и нематериального). Туризм благоприятно влияет на экономику и социальную сферу, улучшая уровень и качество жизни населения, стимулируя рост доходов населения, создавая новые рабочие места. Туризм в Арктической зоне Российской Федерации представляет собой одно из наиболее активно развивающихся направлений за последние несколько лет. На данный момент интерес к Арктике, как туристическому направлению, возрастает с каждым годом. Российская Арктика является уникальной как с точки зрения транспортной доступности, так и с точки зрения формального определения границ. Занимая более 53% береговой линии Северного Ледовитого океана, Арктический регион обладает уникальными природными ресурсами, характерными для арктических просторов, что свидетельствует о наличии достаточно большого туристского потенциала. Традиционные направления промышленного освоения Арктики открывают большие перспективы для развития арктического туризма, что может дать импульс к улучшению состояния местных экономик, уровня жизни местного населения. Эффективное и устойчивое развитие Арктики является одним из ключевых национальных приоритетов Российской Федерации.

**On the issue of tourism development in the Arctic zone of Russia.** This article examines the issues of the current state of Arctic tourism in Russia, namely, analyzes the statistical data of the industry and identifies the leaders and outsiders of the Arctic zone. Tourism is one of the fastest growing sectors of the economy, which in recent years has become a direction for national interaction and mutual enrichment (both tangible and intangible). Tourism has a positive impact on the economy and social sphere, improving the level and quality of life of the population, stimulating the growth of incomes of the population, creating new jobs. Tourism in the Arctic zone of the Russian Federation is one of the most actively developing areas over the past few years. At the moment, interest in the Arctic as a tourist destination is increasing every year. The



Russian Arctic is unique both in terms of transport accessibility and in terms of the formal definition of borders. Occupying more than 53% of the coastline of the Arctic Ocean, the Arctic region has unique natural resources characteristic of the Arctic expanses, which indicates the presence of a sufficiently large tourist potential. The traditional directions of industrial development of the Arctic open up great prospects for the development of Arctic tourism, which can give an impetus to improving the state of local economies and the standard of living of the local population. Effective and sustainable development of the Arctic is one of the key national priorities of the Russian Federation.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением развития туризма в Арктической зоне Российской Федерации (АЗРФ) занимались Ю.Ф. Лукин [3], И.В. Логунцова И.В. [5], А.Е. Карманова [2] и др., уделяя внимание таким аспектам как: туристско-рекреационные ресурсы и потенциал территории, ее привлекательность, возможности и факторы, сдерживающие динамичное развитие туристской отрасли. Следует отметить, что изученность вопроса остается недостаточным и по-прежнему актуальными остаются исследования, направленные на анализ туристско-рекреационного потенциала российской Арктики, изучение тенденций развития туризма в регионе, исследование факторов, сдерживающих здесь развитие туризма.

**Выделение нерешенной проблемы.** О возможностях для туризма как отрасли экономики в Арктической зоне Российской Федерации спорят последние десятилетия. Понимая возможный экономический и социальный эффект от туризма, органы власти и управления субъектов АЗРФ разрабатывают и утверждают стратегии социально-экономического развития регионов, региональные программы развития туризма. Небольшие гарантии успешности этих мер и достаточно низкие среди других регионов России статистические показатели показывают, что исследований по этому вопросу недостаточно. В то же время туристическая отрасль развивается и совершенствуется по всему миру, как в развитых, так и развивающихся странах. Одним из нормативно-правовых документов, направленных на экономическое развитие Арктики, является «Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года», утверждённая Указом Президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645. В частности, решение задач регионального экономического развития связывается с развитием туризма в Арктической зоне [1].

**Цель статьи** – анализ современного уровня развития туризма в Арктической зоне Российской Федерации, выполненный на основе статистических данных.

**Изложение основного материала.** Единственной страной в мире, где границы Арктики закреплены на законодательном уровне является Россия. В Арктическую территорию России входят полностью или частично 9 субъектов: Мурманская обл., Ненецкий АО, Чукотский АО, Ямало-Ненецкий АО, Республика Карелия, Республика Коми, Республика Саха (Якутия), Красноярский край, Архангельская область (Рисунок 1) [1].

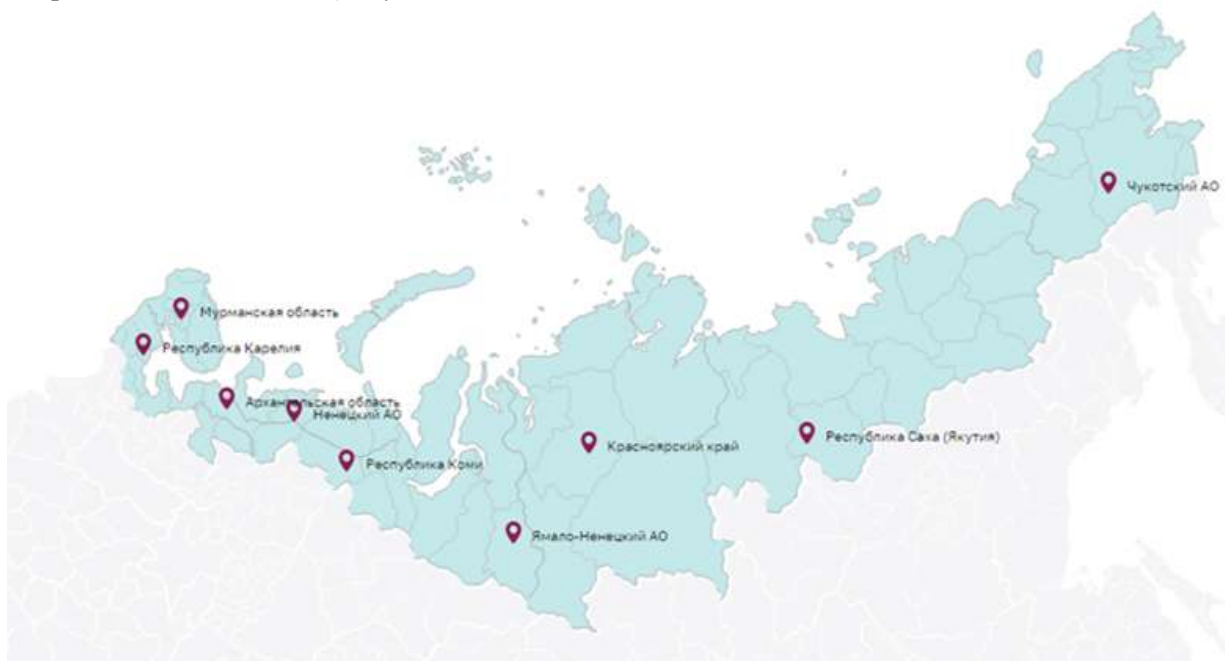


Рисунок 1 –Субъекты РФ, входящие в состав Арктической зоны [4]

Арктическая зона Российской Федерации – регион, обладающий существенным туристско-рекреационным потенциалом и внушительными резервами, аттрактивными элементами, активно формирующимися туристской инфраструктурой и транспортным сообщением. При этом есть ряд факторов, ограничивающих динамичное развитие туристской отрасли в регионе: труднодоступность, суровые климатические особенности, слабая развитость индустрии гостеприимства и сложности в нормативно-правовой среде [2].

Принимая во внимание, что Арктическая зона Российской Федерации – это огромная территория, обладающая уникальными объектами природного и антропогенного генезиса, которые раскрывают возможности развития различных видов туризма и рекреации, следует предположить, что туризм в АЗРФ развит по регионам неравномерно. Для ответа на этот вопрос были рассмотрены и проанализированы некоторые статистические показатели. При этом важно учитывать те факты, что, во-первых, в России в качестве туристов учитываются люди, приезжающие работать вахтовым методом в Арктический регион, а, во-вторых, имеющаяся статистика не отражает действительной картины развития туризма в Арктике, поскольку ее сбор осуществляется в целом по всему субъекту РФ, в то время как не все субъекты в своих административных границах полностью относятся к Арктической зоне, и многие привлекающие туристов объекты находятся за пределами границ Арктики. Таким образом, реальное число туристов в Арктической зоне для ряда регионов сильно искажено [5].

В частности, Красноярский край имеет самый высокий показатель турпотока среди регионов, относящихся к Арктической зоне РФ – почти 1,5 млн туристов (по итогам 2022 г.). При этом следует помнить, что территория Красноярского края лишь частично относится к Арктической зоне, и большой туристской притягательностью здесь обладает административный центр края – Красноярск, который, в частности, в 2022 году посетило около 1 млн туристов.

Также в пятерку лидеров по турпотоку входят Республика Карелия, Мурманская обл., Архангельская обл. и Республика Коми. Минимальное значение принадлежит Ненецкому АО – всего лишь 17 628 туристов. Разрыв по показателям турпотока между лидером Красноярским краем и аутсайдером – Ненецким АО составляет 85 раз (Рисунок 2) [3; 6].

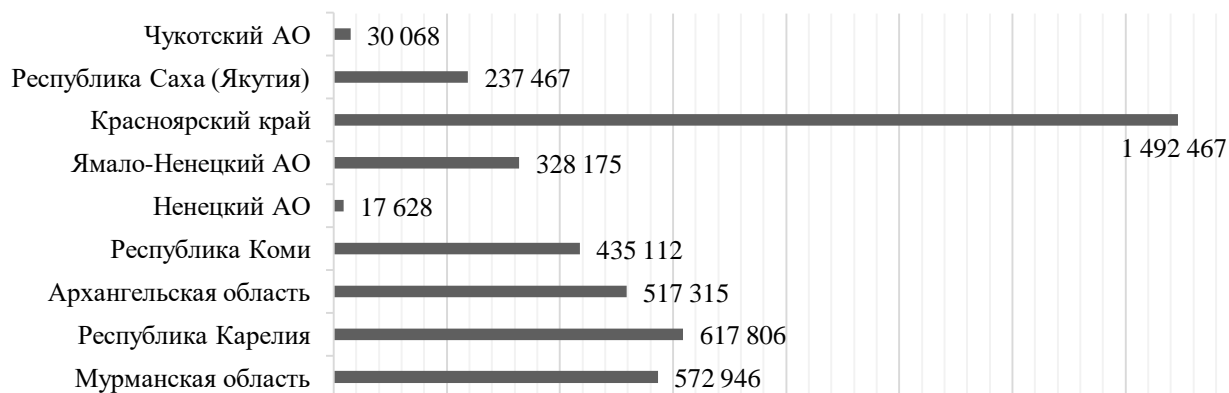


Рисунок 2 – Объем турпотока в субъекты АЗРФ, чел.

В 2020 году показатель объема платных туристических услуг имел наибольшее значение в Красноярском крае с объемами более 1 млрд руб., наименьшее – в Чукотском АО с объемами в 1 млн руб. Разница – 999 млн рублей. По доходам от коллективных средств размещения, лидирует также Красноярский край с доходом в более чем 6 млн руб., на последнем месте – Ненецкий АО с доходом 106 тыс. руб. Разница в 57 раз (Рисунок 3) [6].



Рисунок 3 – Объем платных туристических услуг и доходы коллективного средства размещения от предоставляемых услуг, млн. руб.

По количеству туристических фирм первое место принадлежит Красноярскому краю, там их 304 ед., последнее – Ненецкому АО, их всего 2 ед. По количеству турпакетов, реализованных населению, первое место у Красноярского края, последнее у Чукотского АО. Красноярский край реализовал более 33 тыс. турпакетов, а Чукотский АО всего 10 (Рисунок 4) [6].

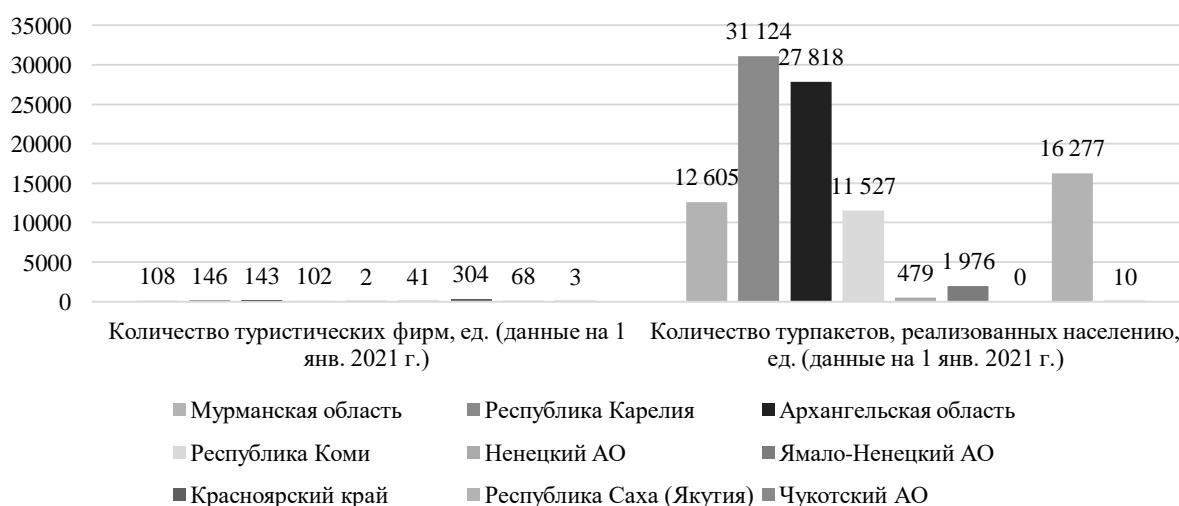


Рисунок 4 – Количество туристических фирм и количество турпакетов, реализованных населению, ед.

По количеству функционирующих предприятий коллективных средств размещения, лидирует Красноярский край (там сосредоточено 458 предприятий), на последней позиции – Ненецкий АО с 10 предприятиями. Такой показатель как количество функционирующих предприятий коллективных средств размещения в Арктической зоне региона дает наиболее приближенную к реальности картину развития туризма в АЗРФ. По данному показателю лидером является Мурманская область (188 ед.), на последних позициях – Чукотский АО (24 ед.), Красноярский край (21 ед.), Якутия (20 ед.) и Ненецкий АО (10 ед.) (Рисунок 5) [6].

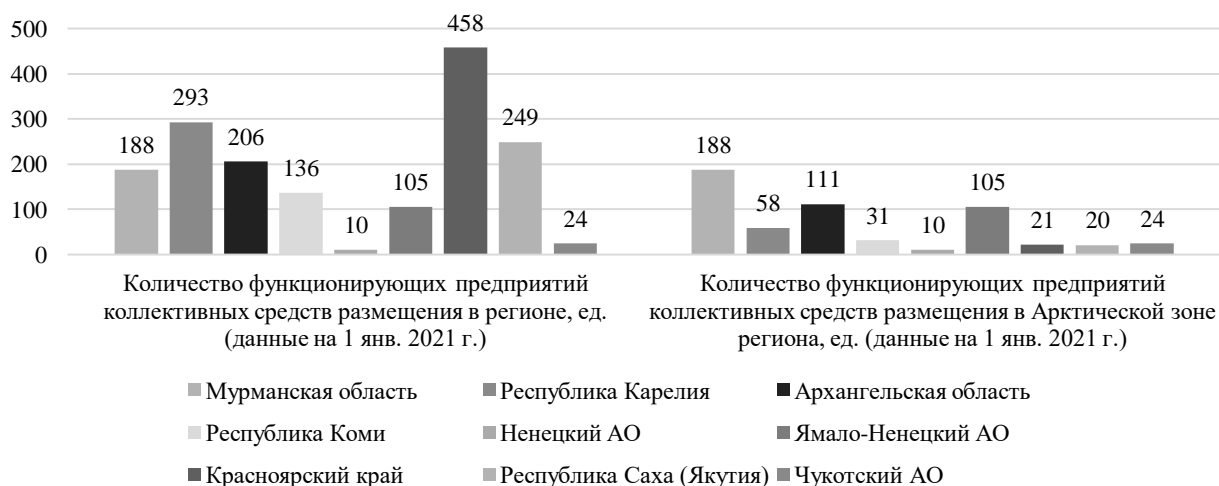


Рисунок 5 – Количество функционирующих предприятий коллективных средств размещения в регионе и в Арктической зоне региона, ед.

**Выводы.** Таким образом, анализ статистических показателей развития туризма в Арктической зоне Российской Федерации показал, что из девяти субъектов, туризм успешно развивается лишь в четырех – Красноярском крае, Республике Карелия, Мурманской и Архангельской областях, еще два субъекта – Республики Коми и Саха (Якутия) – демонстрируют средний уровень и темпы развития, а вот в Ямало-Ненецком, Ненецком, Чукотском автономных округах – туризм находится на начальном этапе своего развития. Чтобы минимизировать дисбаланс между регионами в развитии туризма, государство разрабатываются отраслевые и региональные программы, направленные на развитие региона и привлечение большего количества туристов. Текущими задачами, стоящими перед региональными властями, является: создание необходимой инфраструктуры, налаживание транспортной сети, популяризация арктического туризма, решение которых позволит привлечь инвесторов в регионы, и будет способствовать развитию как туризма в частности, так и всей экономики региона в целом [3].

#### Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 13.07.2020 N 193-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательской деятельности в Арктической зоне Российской Федерации» (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2020. – Текст : непосредственный.
2. Карманова, А.Е. Развитие туристско-рекреационного потенциала Арктического региона: автореф... дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Карманова А.Е. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – 22 с. – Текст : непосредственный.
3. Лукин, Ю.Ф. Арктический туризм в России / отв. редактор Ю. Ф. Лукин. – Архангельск: САФУ, 2016. – 256 с. – ISBN 978-5-261-01166-8. – Текст : непосредственный.
4. Карта «Регионы РФ, входящие в состав Арктической зоны». – Изображение (картографическое; неподвижное; двухмерное). – Текст : электронный // URL: <https://erdc.ru/about-azrf/>.
5. Логунцова, И.В. Особенности развития туризма в Арктической зоне России / И.В. Логунцова. // Государственное управление. Электронный вестник. – 2021. – № 87. Текст : электронный // URL: [http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2021/vipusk\\_\\_87.\\_avgust\\_2021\\_g./problemi\\_upravlenija\\_teorija\\_i\\_praktika/loguntsova.pdf](http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2021/vipusk__87._avgust_2021_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/loguntsova.pdf).
6. Федеральная служба государственной статистики. – Текст : электронный // URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

**Ключевые слова:** Арктическая зона, Россия, туризм, современное состояние.

**Keywords:** Arctic zone, Russia, tourism, current state.

УДК 338.48

**Лазницкая Н.Ф.**,  
кандидат географических наук, доцент,  
директор института,  
**Судина Г.И.**,  
обучающаяся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Организация делового туризма: проблемы и перспективы развития.** В данной статье рассматривается сущность делового туризма, его главные характеристики и особенности, проводится анализ его проблематики. По своей сути, деловой туризм – это вынужденное путешествие, целью которого является выполнение своих должностных инструкций и обязанностей и при этом не несет в себе цели прямого заработка на посещаемой территории. Важно отметить, что деловой туризм – это международная практика, которая помогает в формировании не только финансовых отношений между компаниями, но также и между странами, формируя прибыльное пространство для сотрудничества.

Отрасль делового туризма, в частности и на территории Российской Федерации, тесно связана со сферой корпоративных мероприятий и встреч – MICE (от англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Данное направление отвечает за организацию конференций, бизнес-завтраков, конгрессов, выставок и также частных встреч. Данное направление для российского рынка является ключевым, однако, в настоящее время он охвачен данным направлением в меньшей степени по сравнению с мировым сообществом и является развивающейся на нашей территории отраслью, в связи с чем и требует детального рассмотрения.

**Organization of business tourism: problems and development prospects.** Organization of business tourism: problems and prospects of development. This article considers the essence of business tourism, its main characteristics and features, and analyzes its problems. In its essence, business tourism is a forced travel, the purpose of which is to fulfill their job descriptions and responsibilities and at the same time does not carry the purpose of direct earnings in the visited territory. It is important to note that business tourism is an international practice that helps in the formation of not only financial relationships between companies, but also between countries, forming a profitable space for cooperation.

The business tourism industry, in particular on the territory of the Russian Federation, is closely connected with the sphere of corporate events and meetings – MICE (from Eng. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). This direction is responsible for organizing conferences, business breakfasts, congresses, exhibitions and also private meetings. This direction is a key one for the Russian market, however, currently it is covered by this direction to a lesser extent compared to the world community and is a developing industry on our territory, and therefore requires detailed consideration.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема современного российского делового туризма и его проблематика была исследована многими авторами, однако, остается изученной недостаточно. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Т.В. Петрова [3], Е. Кучеренко [2], Е. Гаранина [1] и другие.

**Цель работы** – исследовать состояние отрасли делового туризма в Российской Федерации, выявить и проанализировать проблемы и перспективы его развития в стране, рассмотреть вопросы совершенствования, расширения и продвижения конгресс-услуг.

**Выделение нерешенной проблемы.** На сегодняшний день ощущается недостаток исследовательских работ и публикаций, которые бы рассматривали гостиничный бизнес в качестве драйвера делового и конгресс-туризма в различных регионах страны. Тем не менее, тут имеются значительные проблемы, в первую очередь, недостаточный опыт и степень развития инфраструктуры

делового туризма. Наблюдается потребность в максимальном использовании потенциала рынка делового туризма, который обеспечивает социально-экономическое развитие страны.

**Изложение основного материала.** Российская ассоциация делового туризма, при определении термина «деловой туризм» делает акцент на то, что деловые поездки не связаны с получением основного или дополнительного заработка в месте пребывания.

В Распоряжении Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 г. № 2129-р (в редакции Постановления Правительства Российской Федерации от 23.11.2020 № 1903) деловой туризм характеризуется, как «путешествие в профессионально-деловых целях (командировки, конференции, конгрессы, выставки, встречи, деловые мероприятия и пр.), включающее в себя предоставление услуг проезда, проживания, организации встреч, питания, культурного, музейного, досугового характера и т.п.» [3]. Авторы И.В. Зорин и В.А. Квартальнов раскрывают содержание исследуемого понятия как «временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах и т.д. без получения доходов в месте командировки» [3].

Р. Дэвидсон, характеризуя деловой туризм, указывает на то, что сотрудник направляясь в командировку исключительно с профессиональной стороны, выполняет реализацию бизнес-интересов компании, направленных на выполнение стратегических и оперативных задач с целью совершенствования профессиональных качеств, а также получая своеобразное поощрение за хорошее исполнение своих функциональных обязанностей. Данная позиция находит свое подкрепление в большинстве трудов отечественных авторов, среди которых: И.Т. Балабанов, И.В. Зорин, В.А. Квартальнов и другие. Р. Дэвидсон также отмечает, что: «бизнес-туризм связан с людьми, которые вынуждены путешествовать по работе. Тем самым, представляется одна из самых древних форм туризма, когда с древних времен человек осуществлял путешествия с деловыми целями» [4]. Можно предположить, что именно новые потребности и любопытство выступали толчками к деловым путешествиям. Так, например, «Великий Шелковый путь» из Китая возник благодаря торговым караванам из Западной Европы, а новые земли, и торговые мосты между континентами были открыты благодаря мореплавателям и путешественникам.

Таким образом, деловой туризм – это подвид туризма, когда туристы посещают страны, регионы, города с деловыми или профессиональными целями, исключая получение доходов.

Аббревиатура «MICE» наиболее емко обозначает четыре ведущих направления деятельности в сфере делового туризма (Рисунок 1).

Индустрия встреч – это планирование разнообразных деловых мероприятий от этапа организации до их реализации. Заключительным этапом становится анализ проведенного мероприятия, положительные и отрицательные моменты, разработка на основе такого анализа новых стратегий и решений для предстоящих событий.



Рисунок 1 – Направления деятельности «MICE»

В современном мире высокие технологии стали одним из инструментов для работы в данном направлении. Все процессы сопровождаются инновационными технологиями. Цифровые инструменты позволяют интегрировать их в различные системы корпоративных отношений.

В России сектор MICE является молодым и активно развивающимся направлением. Активно разрабатывается построение эффективной модели международного делового общения и диалога между участниками современных международных экономических отношений.

При сравнении мирового и российского рынков делового туризма можно отметить, что в России из всех видов бизнес-путешествий сегодня наиболее активно развивается выставочный туризм. Его доля на отечественном рынке составляет 40% [4]. Как известно, тематика выставок разнообразна и охватывает множество отраслей мирового хозяйства, таких как нефть и газ, энергетика, строительство, недвижимость, транспорт и логистика, туризм, продукты питания и напитки, информационные технологии, катера и яхты и другие.

К российским тенденциям развития МІСЕ-индустрии можно отнести следующие факторы:

- увеличение заинтересованности потребителей в услугах формата business travel, а именно: приобретение специализированных услуг формата организации мероприятий на базе оздоровительных организаций, отелей и гостиниц, а также растущее отношение к качеству предоставляемых услуг, и более скрупулезное – к их стоимости;

- повышение роли IT-технологий в организации деловых мероприятий – наблюдается увеличение спроса на iPad-квесты, мероприятия с использованием мобильных приложений, проведение онлайн-конференций с международным подключением;

- увеличение числа постоплатных клиентов;

- повышение интереса к такому виду мероприятий, как «экотимбилдинг» – все больше компаний склоняются к необходимости увеличению информированности сотрудников в экологических проблемах, привлечение и поощрение коллектива к здоровому образу жизни, что в основном вызвано социальными тенденциями и маркетинговым перенасыщением медиа-пространства по данной теме;

- рост популярности МІСЕ-мероприятий в пределах России, что неоспоримо связано с обострением отношений России с международным политическим и деловым сообществом;

- повышение спроса на уникальные площадки и креативную организацию мероприятий – проявляется как в низком, так и в высоком ценовом сегменте отрасли: мероприятия с большим бюджетом проводят в эксклюзивных частных владениях, исторических зданиях, дорогих магазинах; с маленьким бюджетом – в ресторанах, на природе, в промзонах;

- повышение спроса на организацию мероприятий по принципу «всё включено».

Таким образом, сегодня МІСЕ-индустрия требует большего внимания со стороны руководителей туристских организаций и гостиничного сектора. Данное направление может быть успешно использовано для развития бизнеса современных российских компаний в условиях социально-экономической нестабильности в России. Также стоит учесть, что 70% рынка бизнес-трэвел – это госструктуры или компании с госучастием. Экономическая роль государства в туристской отрасли растет. Среди главных тенденций развития МІСЕ-индустрии можно выделить как общемировые, так и специфически российские.

**Выводы.** Деловой туризм является одним из самых финансово привлекательных сегментов отрасли, а также способствует созданию большого количества новых рабочих мест. Привлечение внимания к данной сфере необходимо, в том числе, не только в рамках государства, но также и муниципального аппарата, поскольку данное направление оказывает положительное влияние на транспортную, общественную и туристскую инфраструктуры в целом. Стоит отметить, что развитие делового туризма на базе новейших информационных технологий может стать одним из ключевых направлений развития отечественных компаний и их интеграции в мировой экономический процесс. Грамотное и точное освоение ресурса позволит уже в ближайшее время получить заметную отдачу для всей экономики страны.

Существенным преимуществом делового туризма является возможность его организации вне зависимости от сезонных факторов. Более того, деловые поездки имеют тенденцию к сокращению именно в разгар туристского сезона. Следует отметить, что в последнее время растет спрос и на корпоративные программы в традиционный период отпусков – в июле и августе, обычно это встречи высшего менеджмента компаний или инсентив-туры премиум-сегмента. При наличии возможности среди участников может быть включена и туристская программа. Именно для этого создаются специальные конгресс-центры, обеспечивающие максимально полный набор услуг для участников деловых мероприятий.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию, МІСЕ-индустрия в России развивается в расширенных темпах. Причина тому – высокая экономическая и социальная вовлеченность бизнес-структур в данное направление. Она выражается в возникновении новых деловых связей, мотивации

сотрудников, повышении имиджа компании, а – в конечном счёте – в прибыли и укреплении бизнес-позиций.

**Список использованных источников:**

1. Гаранина, Е.Г. Гостиницы для деловых туристов / Е.Г. Гаранина // Парад Отелей. – 2004. – № 5. – С. 15. – Текст : непосредственный.
2. Елизаров, А.Н. Деловой туризм и устойчивое развитие туристической отрасли России / А.Н. Елизаров // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (издание, рекомендованное ВАК). – 2013. – № 4 (58). – С. 18-28. – Текст : непосредственный.
3. Петрова, Т.В. Влияние культурной политики на развитие делового туризма в регионе / Т.В. Петрова // Современные аспекты экономики. – 2010. – № 4 (97). – Текст : непосредственный.
4. Кучеренко, Е. Перспективы развития делового туризма / Е. Кучеренко. – Текст: электронный // URL: [www.mediakub.ru](http://www.mediakub.ru).

**Ключевые слова:** деловой туризм, бизнес-туризм, MICE, выставка, конференция.

**Keywords:** business tourism, MICE, exhibition, conference.

УДК 379.857

Логвина Е.В.,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры туризма,

Институт «Таврическая академия»

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,

г. Симферополь, Россия

## **АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ЭЛЕКТРОФОЙЛИНГА НА РЫНКЕ РОССИИ**

**Анализ предложений электрофойлинга на рынке России.** В данной статье рассматривается новый вид экстремального туризма – электрофойлинг. Данное направление в настоящее время уже активно пользуется туристским спросом. Исследование данной темы поможет способствовать расширению спектра туристических услуг и увеличению числа туристов, а также способствовать развитию местной экономики и созданию новых рабочих мест в туристской отрасли. Данное исследование поможет определить потенциальные риски и препятствия, которые могут возникнуть при развитии данного направления, и разработать стратегии их минимизации.

В современном мире экстремальный туризм приобретает все большую популярность, и новые виды активного отдыха появляются с завидной регулярностью. Одним из таких видов стал электрофойлинг – экстремальный вид водного спорта, который включает в себя катание на электрофойле. Для любителей этого вида отдыха важно иметь доступ к качественному оборудованию, включая электрофойлы. На данный момент в России не так много школ и центров, которые предоставляют услуги по обучению и прокату электрофойлинга. Наибольшее количество компаний, предлагающих услуги по прокату электрофойлинга, расположены в Москве и Санкт-Петербурге, однако также электрофойлинг становится популярным в Краснодаре, Самаре.

**Analysis of electrofoiling offers on the Russian market.** This article discusses a new type of extreme tourism – electorofiling. This direction is currently already actively in tourist demand. The study of this topic will help to expand the range of tourist services and increase the number of tourists, as well as contribute to the development of the local economy and the creation of new jobs in the tourism industry. This study will help identify potential risks and obstacles that may arise in the development of this area, and develop strategies to minimize them.

In the modern world, extreme tourism is becoming increasingly popular, and new types of outdoor activities appear with enviable regularity. One of these types was electrofoiling, an extreme type of water sport that includes riding an electric foil. For fans of this type of recreation, it is important to have access to high-quality equipment, including electric foils. At the moment, there are not so many schools and centers in Russia that provide training and electric foiling rental services. The largest number of companies offering electric foiling rental services are located in Moscow and St. Petersburg, but electric foiling is also becoming popular in Krasnodar, Samara.



**Анализ последних исследований и публикаций.** Данная тема относится к относительно новым направлениям в туризме, и в настоящее время она все еще находится в стадии развития. Тем не менее, существует ряд научных работ, которые исследуют эту тему.

Теме электрофойлинга посвящены работы зарубежных авторов: S. Murray, T. Baur, L. Johnson. [8], J. Burling. [7], T. Sturges, C. Rennie, D.K. Duggan, D.A. Giles, M.E. Wippelhauser, Z. Weisberg. В отечественной литературе данная тема практически не рассматривается.

Эти работы исследуют различные аспекты электрофойлинга, включая историю этого вида спорта, технологии, используемые в электрофойлинге, а также его возможности в качестве нового вида экстремального туризма.

**Выделение нерешенной проблемы.** Исследование данной темы актуально, так как способствует расширению спектра туристских услуг и увеличению числа туристов, заинтересованных в электрофойлинге. Важность изучения данной темы заключается том, что электрофойлинг может стать новым видом туризма в Республике Крым и в Российской Федерации, где уже имеются условия для его развития. В Российской Федерации существует множество мест с подходящими условиями для электрофойлинга (реки Москва, Нева, озеро Байкал и т.д.). Развитие данного направления в этих регионах поможет увеличить поток туристов и стимулировать экономический рост в регионах.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в изучении нового вида экстремального туризма – электрофойлинга, его перспектив и возможностей для развития туристской индустрии в России.

**Изложение основного материала.** Гидрофойлинг относительно новый вид экстремального туризма, который начал свое развитие в конце XX века. Впервые гидрофойлы были изобретены в 1960-х годах в США, но до конца XX века их использование было ограничено лишь упражнениями в спортивных клубах [8]. С развитием технологий и новых материалов, таких как карбон и стекловолокно, гидрофойлы стали доступнее для широкой публики, и в настоящее время они используются как в спортивных соревнованиях, так и в туристических целях. Гидрофойл является основой в виндфойлинге, кайтфойлинге и электрофойлинге. Строение электрофойла представлено на рисунке 1.



Рисунок 1 – Строение электрофойла [1]

Электрофойлинг – новая, активно набирающая популярность, водная активность, в основе которой лежит мастерство управления на водной поверхности лёгкой доской небольшого размера с установленным под ней электромотором с подводным крылом, которая при разгоне поднимается над водой [7].

В то же время, электрофойлинг требует строгого соблюдения правил безопасности и наличия необходимого оборудования.

Понимание сущности электрофойлинга является важным шагом в развитии этого вида экстремального туризма и повышении безопасности его практики.

На данный момент в России не так много школ и центров, которые предоставляют услуги по обучению и прокату электрофойлинга. Наибольшее количество компаний, предлагающих услуги по прокату электрофойлинга расположены в Москве и Санкт-Петербурге, однако также электрофойлинг становится популярным в Краснодаре, Самаре и в Крыму.

В Москве самым крупным центром по прокату электрофойлов является компания «Moswake». ООО «Moswake» – это российское предприятие, специализирующееся на предоставлении услуг по прокату электрофойлов и обучению электрофойлингу. Компания была основана в 2016 году и является одним из ведущих центров электрофойлинга в Москве. Основным видом деятельности предприятия является прокат водной техники, такой как каяки, сап-борды, кайтсёрфы, виндсёрфы, а также гидрофойлы и электрофойлы. В аренду предлагаются электрофойлы различных размеров и моделей,

как для начинающих, так и для профессионалов. Также «Moswake» предоставляет услуги по обучению электрофойлингу, в том числе индивидуальные занятия и курсы для групп. Цены на услуги «Moswake» весьма конкурентоспособны и зависят от выбранного комплекса услуг. Продолжительность проката электрофойла может быть от получаса до нескольких дней (цены на услуги: Индивидуальное занятие – 16000 руб.; Индивидуальное парное занятие – 27000 руб.; Групповое занятие – 49000 руб.) [2].

В Санкт-Петербурге самым крупным центром по прокату электрофойлингов является «Kingwinch». Это предприятие, занимающееся производством и продажей гидрофойлинговых установок и аксессуаров к ним. Компания была основана в 2016 году и за это время стала одним из лидеров на российском рынке в области электрофойлинга. Основной продукцией Kingwinch являются гидрофойлинговые установки, которые изготавливаются в соответствии с высокими стандартами качества и безопасности. Предприятие имеет свой собственный производственный центр, используя самые современные технологии и оборудование для изготовления гидрофойлинговых установок, также имеет широкую дилерскую сеть по всей России, что позволяет ей быстро и эффективно доставлять свою продукцию в любую точку страны, являясь одним из лидеров на рынке по оказанию услуг проката электрофойлинга и производству гидрофойлинговых установок (цены на услуги: Индивидуальное занятие – 30000 руб.; Индивидуальное парное занятие – 51000 руб.; Групповое занятие – 92000 руб.) [3].

В Анапе главным центром проката электрофойлинга является «Airsurf». Это компания, которая занимается организацией экстремальных видов спорта в Анапе, в частности, электрофойлингом. Она была основана в 2018 году и на сегодняшний день является одним из ведущих центров экстремального спорта в регионе. Основной вид деятельности – это проведение курсов обучения электрофойлингу для всех желающих, независимо от уровня подготовки (цены на услуги: Индивидуальное занятие – 10000 руб.; Индивидуальное парное занятие – 18000 руб.; Групповое занятие – 32000 руб.). Ценовая политика может меняться в зависимости от сезона и популярности услуг [4].

В Сочи главным центром проката электрофойлинга является «Sochi Surf». Предприятие было основано в 2012 году и с тех пор стало ведущим центром водных видов спорта в Сочи. На данный момент компания предлагает несколько видов услуг: индивидуальные и групповые занятия, прокат оборудования и организацию экскурсий (цены на услуги: Индивидуальное занятие – 30000 руб.; Индивидуальное парное занятие – 51000 руб.; Групповое занятие – 86000 руб.) [5].

В Самаре расположен всего один центр по прокату электрофойлингов – «Motosurfing». Это молодое, но перспективное предприятие, специализирующееся на организации электрофойлинга. Основной услугой, предлагаемой компанией, является аренда оборудования для электрофойлинга. Цены на услуги компании зависят от продолжительности аренды и количества арендованного оборудования. Стоимость одного часа аренды электрофойла составляет от 5 000 рублей, в зависимости от модели и мощности оборудования (цены на услуги: Индивидуальное занятие – 12000 руб.; Индивидуальное парное занятие – 20500 руб.; Групповое занятие – 37000 руб.). Помимо основных услуг, компания также предлагает аренду экипировки для электрофойлинга – специальные костюмы, шлемы, жилеты и другие аксессуары. Все оборудование, предоставляемое компанией, проходит регулярную проверку и техническое обслуживание, чтобы обеспечить безопасность клиентов [6].

На рисунке 2 представлены обобщенные данные на услуги электрофойлинга Российской Федерации.

Исходя из статистических данных представленных диаграмм, можно сделать вывод, что услуги центров электрофойлинга в Санкт-Петербурге и Сочи являются самыми дорогими на российском рынке. В Санкт-Петербурге такое ценообразование сложилось в связи с новейшими технологиями в электрофойлинге и ежегодным обновлением снаряжения. В Сочи же ценообразование связано с сезонностью, что повлекло значительное увеличение цен на услуги в летнее время года.

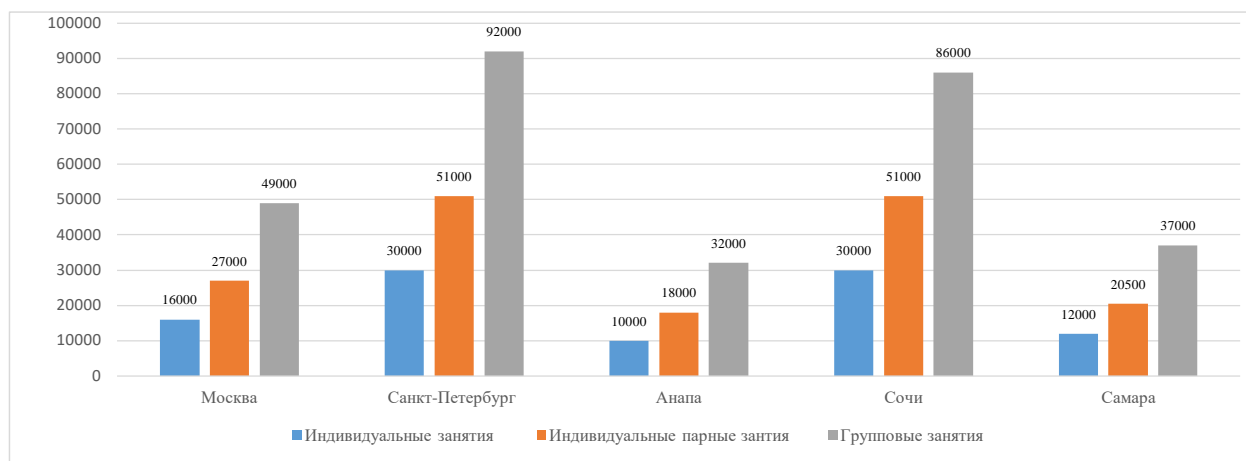


Рисунок 2 – Сравнение цен на услуги электрофойлинга на рынке Российской Федерации (составлено автором)

**Выводы.** Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что электрофойлинг в России является популярным и быстро развивающимся видом спорта и активного отдыха. В России имеется несколько центров, предоставляющих услуги по обучению электрофойлингу и прокату оборудования. Таким образом, электрофойлинг – одно из перспективных направлений в сфере активного отдыха и спорта в России. Электрофойлинг в России популярен среди молодежи, которая активно занимается спортом и отдыхает на воде. Несмотря на то, что российские условия для электрофойлинга не всегда идеальны, однако существует ряд мест, где можно заниматься этим видом спорта в течение всего года.

#### Список использованных источников:

1. Гидрофойл с мотором. – Текст: электронный // URL: <https://xn--80aa3ailai.xn--plai/electrohydrofoil-e-takuma> (дата обращения: 25.09.2023).
2. Водно-воздушные виды спорта в Москве. – Текст: электронный // URL: <https://moswake.ru/foilsurfing-gidrofoil>.
3. Парк активного отдыха Кингвинч. – Текст: электронный // URL: <https://kronfort.com/guests/kingwinch-2>.
4. Цены на занятия. – Текст: электронный // URL: <https://airsurf.clients.site/>.
5. Школа вейк-серфинга Sochi.Surf. – Текст: электронный // URL: <https://sochi.surf/>.
6. Развиваем будущее сёрфинга с 2017 года. – Текст: электронный // URL: <https://motosurfing.com/ru/about/>.
7. Burling, J. (2015). Electrofoils kiteboarding: The ultimate high. KiteWorld Magazine, Issue 85. Retrieved from. – Текст: электронный // URL: <https://www.kiteworldmag.com/magazine/issue-85/electrofoils-kiteboarding-the-ultimate-high/> (accessed May 9, 2023).
8. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective. Annals of Tourism Research, 39 (1), 243–268. – Текст: электронный // URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.011>.

**Ключевые слова:** экстремальный туризм, турист, электрофойлинг, электрофойл, снаряжение, школы и центры электрофойлинга.

**Keywords:** extreme tourism, tourist, electrofoiling, electrofoil, equipment, schools and electrofoiling centers.

УДК 338.482.224

Лукьянова С.Р.,  
обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»,  
научный руководитель – Стрельникова М.А.,  
кандидат филологических наук,  
доцент кафедры туризма и гостиничного дела,  
Институт экономики, управления и сервисных технологий  
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»,  
г. Елец, Россия

## **МАРШРУТЫ ВЫХОДНОГО И ПРАЗДНИЧНЫХ ДНЕЙ КАК ТРЕНД В ТУРИЗМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Маршруты выходного и праздничных дней как тренд в туризме Российской Федерации.** Статья посвящена одной из современных тенденций в развитии внутреннего туризма Российской Федерации – повышению спроса на краткосрочные туры. Данное явление рассматривается в контексте общей положительной динамики туристских потоков за 2022-2023 гг. Определяются факторы, оказывающие влияние на выбор туров выходного дня. Представлен анализ актуальных направлений туров выходных и праздничных дней на примере туроператора StarTour (РТО 020539).

Данные, отраженные в таблице, дают основание сделать выводы о разнообразии направлений рынка краткосрочных туров (43 региона) и о наиболее востребованных дестинациях, к которым относятся Москва, Санкт-Петербург, Республика Карелия, Московская область, Новгородская область, Ленинградская область, Тверская область и Псковская область, а также города туристского маршрута «Золотое кольцо России».

Остальные регионы представлены единичными примерами туров, и большая часть из них – это территории, значительно удаленные от центра России, что увеличивает продолжительность тура и его выход за пределы выходных дней. К таким регионам относятся Республика Тыва, Удмуртская Республика, Ульяновская область, Тамбовская область, Воронежская область, Челябинская область, Саратовская область, Пермский край, Рязанская область, Республика Крым, Ставропольский край, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Марий Эл, Иркутская область, Хабаровский край, Карачаево-Черкесская Республика, Кабардино-Балкарская Республика.

Делается вывод о необходимости изучения обозначенного явления как отражающего современные потребительские предпочтения российских туристов.

**Weekend and holiday routes as a trend in tourism in the Russian Federation.** The article is devoted to one of the current trends in the development of domestic tourism in the Russian Federation – an increase in demand for short-term tours. This phenomenon is considered in the context of the overall positive dynamics of tourist flows for 2022-2023. The factors influencing the choice of weekend tours are determined. The analysis of the current directions of weekend and holiday tours is presented on the example of the tour operator StarTour (RTO 020539). The data reflected in the table give grounds to draw conclusions about the diversity of short-term tours market directions (43 regions) and about the most popular destinations, which include Moscow, St. Petersburg, the Republic of Karelia, Moscow Region, Novgorod Region, Leningrad Region, Tver Region and Pskov region, as well as the cities of the tourist route «Golden the ring of Russia». The rest of the regions are represented by isolated examples of tours, and most of them are territories significantly removed from the center of Russia, which increases the duration of the tour and its going beyond the weekend. Such regions include the Republic of Tyva, the Udmurt Republic, the Ulyanovsk Region, the Tambov Region, the Voronezh Region, the Chelyabinsk Region, the Saratov Region, the Perm Region, the Ryazan Region, the Republic of Crimea, the Stavropol Territory, the Republic of North Ossetia-Alania, the Republic of Mari El, the Irkutsk Region, the Khabarovsk Territory, the Karachay-Cherkess Republic, Kabardino-Balkar Republic. It is concluded that it is necessary to study this phenomenon as reflecting the modern consumer preferences of Russian tourists.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Популярность туристских маршрутов выходного и праздничных дней в Российской Федерации возросла за последнее десятилетие и в научном сообществе только начинает становиться предметом изучения и анализа. Этой теме

посвящены публикации таких авторов, например, как Иванов В. Д., Горелик А. С., Пендюрин Е. А., Посохова Н. В., Уваров Н. В [2]. Основным содержанием большинства статей является рассмотрение технологий организации туров выходного дня. Активно обсуждается востребованность туров выходного дня Ассоциацией туроператоров.

**Выделение нерешенной проблемы.** На наш взгляд, для понимания закономерностей и прогнозирования развития данной тенденции на туристском рынке необходимы анализ факторов и причин востребованности краткосрочных туристских маршрутов по РФ, а также весьма актуален вопрос изучения состояния рынка в этом сегменте туристских услуг.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании рынка предложений маршрутов и туров выходного дня в Российской Федерации на примере туроператора StarTour (РТО 020539).

**Изложение основного материала.** Развитие внутреннего туризма – важная стратегическая цель российского государства. За последние пять лет ситуация на отечественном туристском рынке постоянно менялась. На изменение направления потоков туристов влияли различные факторы, такие, как: появление коронавирусной инфекции и связанное с этим закрытие границ многих государств, внешняя и внутренняя политическая обстановка, введенные зарубежными странами экономические санкции и т.д.

Востребованность путешествий внутри страны можно оценить по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) [5]. Число турпакетов, реализованных населению туристскими фирмами за период 2020, 2021 и 2022 года, составляет 2 093 871, 2 856 155 и 3 032 522 соответственно, что равняется 44,8% (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Число турпакетов, реализованных населению туристскими фирмами

Также заметно растут показатели туристских потоков по числу поездок. За квартал (январь-март) 2022 года по январь-март 2023 года показатели увеличились с 23 475 514 до 26 578 757 (Рисунок 2).

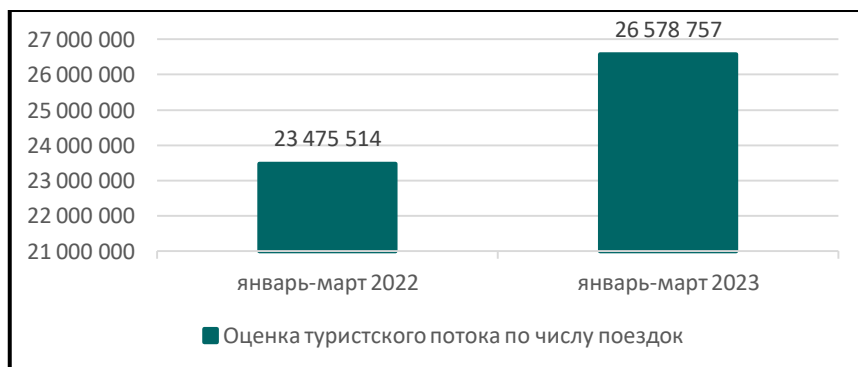


Рисунок 2 – Оценка туристского потока по числу поездок

Следует отметить, что среди потребительских предпочтений российских туристов в общей положительной динамике туристских потоков повышенным спросом пользуются краткосрочные

путешествия, так называемые туры выходного дня. Процент спроса на недолговременные поездки в России летом 2023 года вырос на 15-20 единиц по сравнению с предыдущим годом. Ассоциация туроператоров объясняет это тенденцией к дроблению отпуска на несколько периодов, «в один из которых и путешествуют по внутренним направлениям» [3].

Иванов В.Д. и Горелик А.С. в качестве своих доводов возросшей популярности приводят следующие характеристики туров выходного дня: насыщенность, яркость, эргономичность, малозатратность, которые в сочетании с простотой в организации, по сравнению с недельными турами, дают им конкурентное преимущество» [1].

Для определения наиболее актуальных и востребованных среди туристов направлений нами были изучены предложения туроператора StarTour (РТО 020539) [4]. Данные представлены в таблице № 1 и систематизированы по частоте встречающихся регионов в конкретном предложении.

Таблица 1 – Туры выходного и праздничных дней от т/о StarTour.

Туроператор	Регион	Количество туров
StarTour (РТО 020539)	Республика Карелия	13
	Москва и Московская область	12
	Новгородская область	12
	Санкт-Петербург и Ленинградская область	10
	Тверская область	10
	Псковская область	10
	Республика Татарстан	8
	Ярославская область	8
	Костромская область	8
	Нижегородская область	7
	Республика Башкортостан	6
	Республика Алтай	4
		Архангельская область
Владимирская область		3
Калужская область		3
Чеченская республика		3
Свердловская область		3
Тульская область, Тюменская область, Ивановская область, Республика Хакасия, Ростовская область, Калининградская область, Смоленская область, Вологодская область, Республика Ингушетия		2
Республика Тыва, Удмуртская Республика, Ульяновская область, Тамбовская область, Воронежская область, Челябинская область, Саратовская область, Пермский край, Рязанская область, Республика Крым, Ставропольский край, Республика Северная Осетия — Алания, Республика Марий Эл, Иркутская область, Хабаровский край, Карачаево-Черкесская Республика, Кабардино-Балкарская Республика		1

**Выводы.** Изучение предложений т/о StarTour позволяет сделать ряд выводов:

- для краткосрочных туров представлен широкий перечень регионов, а именно 43;
- часто встречающимися дестинациями являются: Москва, Санкт-Петербург, Республика Карелия, Московская область, Новгородская область, Ленинградская область, Тверская область и Псковская область;

– большая часть предлагаемых туров охватывают территорию городов, включенных в состав известного туристского маршрута «Золотое кольцо России». Среди них города Московской области, Ярославской области, Костромской области, Ивановской области, Владимирской области, Калужской области, Рязанской области и Тверской области.

– слабо представлены на рынке такие направления, как Республика Тыва, Удмуртская республика, Тамбовская область, Челябинская область, Саратовская область, Пермский край, Ставропольский край, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Марий Эл, Иркутская область, Хабаровский край, Карачаево-Черкесская Республика, Кабардино-Балкарская Республика и т.д., что объясняется удаленностью от Центрального Федерального округа, что, как следствие, увеличивает продолжительность тура, и он выходит за временные рамки выходных дней.

Нам представляется важным изучение такого феномена в туристской индустрии РФ, как туры выходного дня, в различных его аспектах: причины, его закономерностей, технологий организации, и, в особенности, роли в современном состоянии развития рынка внутреннего туризма.

#### **Список использованных источников:**

1. Иванов, В.Д. Туризм выходного дня / В.Д. Иванов, А.С. Горелик // Актуальные проблемы педагогики и психологии. – 2020. – Том 1. № 1. – С. 30-42. – Текст : непосредственный.
2. Пендюрин, Е.А. Туры выходного дня как перспективное направление в туризме / Е.А. Пендюрин, Н.В. Посохова, Н.В. Уваров // Инновации и инвестиции как драйверы социального и экономического развития: Сборник статей Международной научно-практической конференции (Челябинск, 08.11.2017). – Уфа : ООО «ОМЕГА САЙНС», 2017. – С. 184-186. – Текст : непосредственный.
3. Ассоциация туроператоров: Туры выходного дня: ТОП-5 самых бронируемых направлений в России. – Текст: электронный // URL: <https://www.atorus.ru/node/53250> (дата обращения 17.09.2023).
4. Туроператор «Star Tour»: официальный сайт – Текст: электронный // URL: <https://startour.ru/eks/russia/po-vyhodnym?ysclid=lmuyyidbvc494915416> (дата обращения 25.09.2023).
5. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. – Текст: электронный. // URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 20.09.2023).

**Ключевые слова:** туризм, внутренний туризм, туры выходного дня, краткосрочные путешествия, статистика.

**Keywords:** tourism, domestic tourism, weekend tours, short-term travel, statistics.

УДК 640.4

**Макарова Д.Д.,**

кандидат экономических наук,

доцент Высшей школы туризма и гостеприимства

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,

доцент кафедры туризма и гостиничного бизнеса

АНО ВО «Российский новый университет»,

**Линева Ю.Г.,**

менеджер Dream Café Отель «Планета IQ»,

г. Фрязино, Россия

### **ГОСТИНИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА**

**Гостиничное пространство для людей с нарушением слуха для развития инклюзивного туризма.** На сегодняшний день бизнес-сообществом, в том числе представителями гостиничного бизнеса, достаточно активно стал изучаться вопрос о создании доступной среды для людей с ограниченными возможностями.

В данной статье рассматривается оптимизация гостиничного пространства и создание цифровых инструментов для людей с ограниченными возможностями и маломобильных граждан, что является актуальным вопросом в настоящее время. В связи с тем, что количество людей, относящихся к этой группе, увеличивается, то необходимы условия для создания доступной физической среды с помощью цифрового пространства.

**A hotel space for people with hearing impairment for the development of inclusive tourism.** To date, the business community, including representatives of the hotel business, has been actively studying the issue of creating an accessible environment for people with disabilities.

This article discusses the optimization of hotel space and the creation of digital tools for people with disabilities and people with limited mobility, which is an urgent issue at the present time. Due to the fact that the number of people belonging to this group is increasing, conditions are needed to create an accessible physical environment using digital space.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема пространственного зонирования для развития инклюзивного туризма остается достаточно актуальной и не в полной мере изучена с теоретической и практической точки зрения, но данной темой занимаются следующие авторы: Конанова Е.И. [2], Сигида Е.А. [3], Межова Л.А. и Летин А.Л. [5], Пирогова О.Е и Мустафина А.В. [6]. Основным содержанием их работ является изучение основ организации инклюзивного туризма и их особенности при формировании туристского продукта.

**Выделение нерешенной проблемы.** Создание доступной среды на данный момент является одной из приоритетных задач государства и общества в целом. Люди с ограниченными возможностями в физическом или интеллектуальном плане имеют право на равные условия в получении образования, путешествиях, развитии в профессиональной деятельности. Индустрия гостеприимства только сейчас активно начинает обеспечивать граждан с инвалидностью всеми необходимыми условиями проживания. Предприятия индустрии гостеприимства уделяют внимание созданию специальных номеров, планируют доступное передвижение гостя по наиболее значимым зонам гостиницы, обучают персонал. Стоит отметить, что в первую очередь формирование доступной среды в отелях и гостиницах несет важнейшую социальную роль, но, помимо этого, возможности безбарьерного пространства внутри гостиничного комплекса привлекают большее число потребителей, тем самым создавая конкурентные преимущества для гостиничного предприятия.

**Цель статьи.** Цель статьи заключается в изучении имеющихся инструментов для создания комфортных условий проживания для гостей с нарушением слуха при зонировании гостиничных помещений.

**Изложение основного материала.** Число лиц с ограниченными возможностями в России с каждым годом увеличивается в геометрической прогрессии. Обслуживание гостей с ограниченными возможностями не всегда бывает легким, оборудовать номера и общественные зоны под современные стандарты и требования разных категорий людей с ограниченными физическими возможностями бывает также нелегко. Люди с ограниченными возможностями сталкиваются с разными видами ограничений (физические, сенсорные).

Основные ограничения жизнедеятельности можно разделить условно на 4 группы расстройств: нарушение слуха, нарушение зрения, нарушение опорно-двигательного аппарата и интеллектуальный дефект. Для глухих и слабослышащих, в первую очередь, должно соблюдаться требование наличия указателей, их визуализация для свободного и беспроблемного перемещения в пространстве. Для инвалида-колясочника – возможности проезда и возможность оказания помощи при необходимости.

Таким образом, доступная и оптимизированная среда для лиц с ограниченными физическими возможностями – это среда, спроектированная с учетом особых потребностей, которые возникают у той или иной группы потребителей. Так, например, гости с нарушением слуха испытывают некоторые трудности при общении с другими людьми из-за медленного и ограниченного восприятия, у них присутствуют комплексы из-за плохо развитого речевого аппарата, заниженная или завышенная самооценка. В таблице 1 представлена систематизированная информация, какая сервисная среда необходима для людей с определенными нарушениями.



Таблица 1 – Сервисная среда для людей с определенными нарушениями

Вид нарушения	Аспекты сервисной среды
Нарушение слуха	Доступность слуховых аппаратов и устройства, которые позволят усиливать доносимую речь до гостя. Программы для коммуникации на языке жестов.
Нарушения зрения	Необходимо наличие маркировки Брайля, голосовое обозначение этажей
Нарушение опорно-двигательного аппарата	Двери лифта должны обеспечивать беспрепятственный доступ инвалидной коляски, а внутреннее пространство – размещение в лифте одновременно и сопровождающего лица, и багажа. Это может быть информация о дополнительных дверных ручках, ширине дверей, наличии кнопок вызова помощи.
Интеллектуальный дефект	Сдержанность и корректность персонала

Как видно из таблицы 1, для создания комфортных условий проживания необходима, в первую очередь, физическая среда и только для людей, имеющих интеллектуальный дефект, нужно формировать нематериальную среду: работу персонала. Гостиница «Планета IQ» является проектом группы компаний «Исток-аудио» [4], которая специализируется на разработке слуховых аппаратов для людей с нарушением слухового и речевого аппарата. В группу компаний входит организация «Тоша&Со» [7]. Данная кооперация позволяет предоставлять гостиничное пространство, оборудованное для людей с нарушением слуха. Для гостей «Планета IQ» предусмотрена программа реабилитации и проживания на одной территории, что достаточно важно для людей с ограниченными физическими возможностями. Отель «Планета IQ» относится к категории 4\* и насчитывает 59 номеров, расположенных на пяти этажах, среди которых представлены различные категории номеров, в том числе и для гостей с ограниченными возможностями.

Педагоги и врачи центра уже долгое время успешно реабилитируют и учат говорить, как взрослых, так и детей с нарушенной функцией слуха – слабослышащих, глухих, с кохлеарными имплантами и (или) слуховыми аппаратами, а также пациентов с нарушением речи, не имеющих нарушений слуха. Также данный центр помогает людям с тяжелой сочетанной патологией: расстройствами аутистического спектра, ДЦП, пороками развития, различными генетическими синдромами и даже слепоглухим.

«Тоша&Со» является уникальным центром реабилитации слуха, который располагается на территории гостиничного комплекса, и не имеет аналогов во всей стране. Люди с нарушением слуха приезжают сюда со всех уголков страны на короткие (1-2 недельные) курсы реабилитации 1 раз в 3-4 месяца. Это помогает детям развиваться согласно своему возрасту и посещать общеобразовательные учреждения. Приезжая на лечение, пациенты останавливаются в отеле «Планета IQ», для их проживания выделен полностью один этаж. На этаже размещена кухня для самостоятельного приготовления пищи, но также гости могут воспользоваться и заказом еды из кафе отеля в номер (room-service).

Как было сказано ранее, в отеле основной сегмент гостей с ограничениями по здоровью – это дети, приезжающие на реабилитацию в медицинский центр «Тоша&Со». В основном их проблемой является нарушение слуха и зрения, именно поэтому, необходимо сделать акцент на создании комфортных условий и существования в стенах отеля. Для людей с нарушением слуха и зрения существуют требования по обустройству общественных зон:

- тактильная предупредительная разметка;
- контрастная маркировка прозрачных дверей;
- информационное табло с бегущей строкой;
- тактильно-звуковая мнемосхема и индукционная петля.

Также для обеспечения беспрепятственного входа в здание необходимо оснащать входную группу и прилегающие территории информирующими знаками, например, пиктограммами, изготовленными в соответствии с ГОСТ 52131-2019 [1], которые служат универсальным средством ориентирования.

Детям из медицинского центра устанавливают слуховые аппараты или же кохлеарные импланты (аппараты, воздействующие непосредственно на слуховой нерв и позволяющие

компенсировать потерю слуха). Поэтому одной из рекомендаций является установка информационных терминалов с индукционной петлей. Такие терминалы позволяют транслировать звук напрямую в звукоусиливающие приборы или же в слуховые аппараты и кохлеарные импланты людей с тугоухостью. В них можно разместить информацию об организации, графике ее работы и предоставляемых услугах. Также терминалы удобны в использовании, так как человек может получить все необходимую информацию об особенностях помещения, зонах целевого назначения и путях движения в различных ситуациях. Следующее, что можно использовать в работе, – это специальные индукционные системы. Есть различные виды таких систем, например, Vert (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Индукционная система Vert

Существует большое количество индукционных систем, которые могут охватывать расстояние от 2 до 500 метров. Такие системы уже используются в банках, на вокзалах и, конечно же, в гостиницах. Большим плюсом является их возможность работы без подзарядки в течение четырех часов, а для полной зарядки аккумулятора необходимо 16 часов, в комплекте предоставляется блок питания, пиктограммы, инструкция по эксплуатации. В основном такие устройства предназначены для использования в помещениях: в торговых центрах, аэропортах, вокзалах, гостиницах. У группы компаний «Исток-аудио» тоже есть такое оборудование, например, «Исток А2» – это портативная информационная индукционная система для слабослышащих (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Информационная индукционная система «Исток»

Система является переносной, служит как передатчик аудиоинформации людям с нарушением функции слуха в больших помещениях с повышенным уровнем шума или при наличии преграды между собеседниками как в местах обслуживания людей, так и в общественных местах. Прослушивание информации производится через слуховой аппарат в режиме индукционной катушки «Т». Преимущества конкретно у этого девайса заключаются в его компактности (удобно размещать на горизонтальных поверхностях), зона уверенного приема звука составляет от 0,5 до 2 метров. В комплекте прилагается блок питания и микрофон.

Помимо разновидностей «Исток А2», есть также системы, рассчитанные на большие аудитории, звуковым воздействием от 25 кв.м. до 1000 кв.м.. Такие устройства используются с усилителем, монтируются в пол или потолок и коммутируются с усилителем, который должен быть расположен непосредственно поблизости устройства. В комплектацию входят усилитель, провод индуктора, соединительный провод, коробка коммутационная и клеммная колодка, все в количестве не менее 2 штук.

Не стоит забывать и о квалификационной подготовке персонала в работе с людьми с ограниченными возможностями. Следует проводить тренинги, мастер-классы и другие мероприятия, чтобы работники различных подразделений, таких как: служба приема и размещения, служба

эксплуатации номерного фонда, служба ресторанного сервиса, знали, как правильно общаться с маломобильными гражданами.

**Инновационные предложения для решения цели и выводы.** В качестве оптимизации использования гостиничного пространства для людей с нарушением слуха компании «Исток-аудио» предлагается выступить разработчиками цифровой платформы для внедрения программы «Язык жестов для сферы обслуживания» с целью популяризации языка жестов среди обслуживающего персонала. Данное предложение способствует повышению качества предоставления туристских и гостиничных услуг для людей с нарушением слуха, созданию комфортной среды и атмосферы взаимопонимания. Данная рекомендация и дальнейшая ее реализация обусловлены следующими документами в рамках Указа Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», Указа Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы».

**Список использованных источников:**

1. ГОСТ Р 52131-2019 Средства отображения информации знаковые для инвалидов. Технические требования. – Текст: электронный // URL: [internet-law.ru/gosts/gost/71663/](http://internet-law.ru/gosts/gost/71663/).
2. Конанова, Е.И. Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта : учебное пособие / Е.И. Конанова. – Ростов-на-Дону. Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. – 128 с. – Текст : непосредственный.
3. Сигида, Е.А. Инвалидность и туризм: потребность и доступность : монография / Е.А. Сигида, И.Е. Лукьянова. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 106 с. – Текст : непосредственный.
4. ГК «Исток-аудио»: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://www.istok-audio.com/>.
5. Межова, Л.А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и за рубежом / Л.А. Межова, А.Л. Летин. – Текст: электронный // URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17354>.
6. Пирогова, О.Е. Инклюзивный туризм: понятие и сущность / О.Е. Пирогова, А.В. Мустафина, А.Э. Гамидова // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6 (174). – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inklyuzivnyy-turizm-ponyatie-i-suschnost>.
7. Центр реабилитации слуха и речи «Тоша и Ко»: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://www.tosha.ru/>.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, гостиничное пространство, люди с ограниченными возможностями, индукционная система, язык жестов, платформа для жестов языка.

**Keywords:** inclusive tourism, hotel space, people with disabilities, induction system, sign language, sign language platform.

УДК 392.81

**Мороз Т.Г.,**

кандидат педагогических наук, доцент,  
заведующий межфакультетской кафедрой  
гуманитарных и естественнонаучных дисциплин,  
Лужский институт (филиал)  
ГАОУ ВО Ленинградской области  
«Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина»,  
г. Луга, Россия

**ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА:  
ЗНАКОМСТВО С ТРАДИЦИОННОЙ ВЕПСКОЙ КУХНЕЙ И БЫТОМ**

**Этнокультурный туризм Северо-Западного региона: знакомство с традиционной вепской кухней и бытом.** Актуальность темы данной статьи продиктована необходимостью осуществлять работу по развитию этнотуризма в Ленинградской, Вологодской областях Северо-

Западного региона в целях возрождения и сохранения уникальной истории и культуры вепсов как малочисленного коренного народа России; осуществлять деятельность по сохранению исторической памяти как основы национальной идентичности и этнической самобытности коренных малых народов; гармонизации межэтнических отношений, культурной преемственности и сопряжённого исторического развития народов, территориальных общностей. В данной статье рассматривается просветительская функция этнокультурного туризма в Ленинградской области через ознакомление с традиционной кухней, бытом и укладом жизни коренных народов на основе рассказов и рецептов вепсов-старожилов, представителей финно-угорской языковой группы, проживающей на «территории России тремя отдельными группами между Ладожским, Онежским и Белым озерами – на юго-западном побережье Онежского озера» [3, с.198].

Данная статья является продолжением ряда публикаций, подтверждающих тенденцию моделирования и проектирования в России туристического пространства нового уровня, в котором этнокультурный туризм становится одной из составляющих работы, направленной на возрождение и сохранение культуры, традиций малочисленных коренных народов, что свидетельствует о реализации государственных идей согласно «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации», а также российского законодательства в области защиты прав по возрождению и защите уникальной истории и культуры коренных малочисленных северных народов России [6, с.95].

**Ethnocultural tourism of the North-Western region: acquaintance with traditional Vepsian cuisine and everyday life.** The relevance of the topic of this article is dictated by the need to work on the development of ethnotourism in the Leningrad and Vologda oblasts of the Northwest region in order to revive and preserve the unique history and culture of the Veps as a small indigenous people of Russia; to carry out activities to preserve historical memory as the basis of national identity and ethnic identity of indigenous small peoples; harmonization of interethnic relations, cultural continuity and the conjugate historical development of peoples, territorial communities. This article examines the educational function of ethno-cultural tourism in the Leningrad region through familiarization with the traditional cuisine, way of life and lifestyle of indigenous peoples based on the stories and recipes of Veps-old-timers, representatives of the Finno-Ugric language group living on the «territory of Russia in three separate groups between Ladoga, Onega and White Lakes - on the southwest coast Onega Lake» [3, p.198].

This article is a continuation of a number of publications confirming the trend of modeling and designing a new level of tourist space in Russia, in which ethno-cultural tourism becomes one of the components of work aimed at reviving and preserving the culture and traditions of small indigenous peoples, which indicates the implementation of state ideas according to the «Strategy of the State National Policy of the Russian Federation», as well as the Russian legislation in the field of protection of rights for the revival and protection of the unique history and culture of the indigenous small-numbered northern peoples of Russia [6, p.95].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема возрождения и сохранения уникальной истории и культуры малочисленных коренных народов России рассматривается через призму развития этнокультурного туризма, привлекающего к себе внимание как яркое направление внутреннего туризма в Российской Федерации. В публикациях исследователей Федоровой С.Н., Константиновой В.В., Алексеевой Е.В. (2014 г.) было отмечено, что необходимо разработать концепцию этнотуристической индустрии как системы взглядов на её роль в мире, природе, обществе: во многих регионах не развита инфраструктура этнотуристических услуг; требуются специалисты, способные на профессиональном уровне обеспечивать научно-методическое и психолого-педагогическое сопровождение этого направления [8].

Информации о традициях, культуре, национальной кухне, о вепсах как коренном народе Ленинградской области, крайне недостаточно. Исследователи И. Гвоздецкая, Б. Адамович, описывая коренные народы Ленинградской области (ингерманландские финны, тихвинские карелы, вепсы, воть, ижоры), объясняют этот факт тем, что «В 1937 г. сталинский террор коснулся и вепсов. Была запрещена любая связанная с вепской культурой деятельность, языком образования и культуры стал русский. Вепские школы были закрыты, издание книг прекращено, учебники сожжены, на вепсов (главным образом интеллигенцию) обрушились репрессии» [3, с.198]. Вопросам культурного наследия вепского народа посвящены публикации, повествующие о деятельности собирателя, хранителя Р.П. Лонины и группе его единомышленников, последователей, краеведов [2]. Большой

вклад в сохранение вепсской культуры внесён В.В. Лебедевой, автором книги «Вепсская кухня: История. Традиции. Рецепты блюд» [1].

**Выделение нерешенной проблемы.** Этнокультурный туризм (в сочетании с элементами гастрономического туризма) призван расширить представление туристов, студентов и школьников, жителей региона об истории, духовных традициях, культуре, быте, фольклоре, кулинарных традициях вепсов как представителей древнего малочисленного коренного северного народа, проживающего сегодня на сопредельных территориях Ленинградской и Вологодской областей Северо-Западного региона России, Республики Карелия.

**Цель статьи** – раскрыть содержание этнокультурной программы, разработанной с целью реализации просветительской функции этнокультурного туризма по возрождению и сохранению уникальной истории, духовного наследия, культуры, особенностей традиционной кухни и кулинарных традиций вепсов как малочисленного коренного народа Северо-Западного региона Российской Федерации.

**Изложение основного материала.** Среди российских туристических маршрутов по достоинству начинают приобретать популярность этнотуры, организованные с целью посещения исторических городов, сел или деревень, где этнотуристы с интересом погружаются в интерактивное путешествие по времени: перед ними предстает реальная жизнь героев этнотура в формате живого общения, или знакомство через героя-экскурсовода с восстановленными историческими событиями. Туристы участвуют в различных мастер-классах, включая гастрономические открытия национальной кухни, набирающие всё большую популярность.

Вепсы – коренной малочисленный народ, приживающийся на сопредельных территориях Ленинградской и Вологодской областей Северо-Западного региона, вливаясь в многонациональную историю современной России, имеют свою древнюю историю, язык, культуру, обычаи, традиции, ремесла, национальную кухню [4]. Территория расселения вепсов в Ленинградской области находится в пограничных местностях четырех районов области: Подпорожского, Бокситогорского, Лодейнопольского и Тихвинского.

Так, уникальным по своему этнокультурному содержанию является собранный автором исследовательский материал о возможностях этнокультурного туризма Ленинградской и Вологодской областей. В описании истории, культуры, особенностей традиционной кухни, кулинарных традиций вепсов автором были использованы материалы, собранные в личных беседах с вепсами-старожилами, многолетнего наблюдения и общения с 1980-х годов с семьями вепсов. Рецепты национальных блюд, традиционной вепсской выпечки составлены на основе мемуаров Галины Николаевны Софроновой (1947 г.р.), старшей дочери Анны Ивановны Силиной (1923-2006) и Николая Степановича Софронова (1920-1999). По воспоминаниям вепса-старожила Галины Николаевны Софроновой, проживающей в Ленинградской области, о своем детстве, семье, жизни и быте, труде вепсов в колхозе, традиционной вепсской кухне, ремеслах, праздниках, фольклоре восстанавливаются картины истории вепсского народа, проживавшего до середины XX века близ р. Оять и Онежского озера [5].

Экскурсионный маршрут этнотура «Знакомство с традиционной вепсской кухней и бытом» составлен автором на основе изученных достоверных исторических событий, биографических данных, предметов быта и продуктов традиционной кухни, предоставленных вепсами-старожилами Ленинградской, Вологодской областей и г. Петрозаводска (Республика Карелия). Основное действие экскурсии (Маршрут №1 «Ошта») разворачивается в одном из дворов жителей старинного села Ошта, в доме потомственных представителей вепсской национальности. В селе проживают целые династии вепсов: Марковы, Мартыновы, Ильины...

Экскурсовод представляет этнотуристам главных героев встречи: «Родина Николая Степановича Софронова (1920-1999) – вепсская деревня Нажмозеро Вытегорского района Вологодской области. Деревня была расположена в 60-70 км южнее Онежского озера. Жители одной половины деревни носили фамилию Васильевы, а другой – Софроновы. Деревенские дома были крепкие, рубленные из бревен, с высоко установленными окнами. У многих жителей в деревне было по две избы, соединенные под одной крышей. Всё делалось добротнo, «на века». У многих хозяев был рубленный бревенчатый амбар, в котором хранилось зерно. На берегу озера Нажмозеро вепсы строили бани. У всех жителей деревни было так заведено.

В 10-12 км от Нажмозера находилась соседняя деревенька Клёнозеро, расположенная между двух озер, на берегах которых было много земляники, а в чистых светлых водах глубокого озера

всегда было много рыбы. Клёнозеро – родина Анны Ивановны Силиной (1923-2006). Дом ее родителей, Анастасии и Ивана Силиных, был не такой уж и маленький, с большой русской печкой, посередине избы стоял большой стол, две лавки. На соседней улочке был дом тети Николая, которую звали Васса. У нее было три дочери. Углы дома тетушки Вассы были красиво оформлены, обшиты досками с рисунком. «Сохранились данные списка населённых мест 1873 г., в котором указывается, что население д. Клёнозеро составляло 16 чел.: девять мужчин и семь женщин, которые жили одним двором, по национальности – чудь. А в списке населённых мест 1905 г. можно найти уже название деревни – Васильевская, при этом к 1905 г. население состояло уже из 20 крестьян и 18 крестьянок, всего 38 чел.» [7, с.297].

В 1959 году обкомом партии Ленинградской области с целью укрупнений колхозов было предложено жителям деревень Кленозеро и Нажмозеро (сегодня деревни уже исчезли со всех карт России) как и многим другим вепсам, жившим в составе мелких колхозов, оставить свои дома и переехать в крупные населенные пункты, восстанавливать областные центры. Так, волею судьбы молодая семья Николая и Анны Софроновых оказалась в послевоенном разрушенном селе Ошта. Галине, старшей дочери, было на тот период уже 12 лет, поэтому печальный день переезда и прощания с малой Родиной ей запомнился отчетливо. Остались на малой Родине могилы родных, заколоченные часовня и церковь, уставленные старинными иконами, церковной утварью. Забрать себе иконы из церкви ни у кого не поднялась рука. Позднее все иконы бесследно исчезли... Подходящего дома Николай в Оште не нашел для своей большой семьи из девяти человек, поэтому решено было строить новый дом. Ссуду, которую выдали при переезде, пришлось семье выплачивать из колхозного заработка.

Вепсы – миролюбивые земледельцы, охотники, рыболовы. После рыбы (которой водилось много в озерах и реках) на втором месте у вепсов ценилась мука – она была основным продуктом в изготовлении многих видов блюд. На крыльце дома можно было часто увидеть деревянную высокую ступу, в которой измельчали зерно. Из муки пекли различные виды хлебных изделий: хлебный каравай, пироги с начинкой, тонкие блины, калитки, сканцы... Традиционно в вепсской семье хлеб пекли в печи на всю неделю. Хозяйка, Анна Ивановна, вставала очень рано, чтобы растопить печь. Уже с вечера дрова закладывала в печь, чтобы они обсохли к утру. Щепала лучину на растопку и подкладывала под дрова, поэтому утром печь разжигалась быстро. Дрова сгорали постепенно, превращаясь в угли. Печь в доме и обогреет, и накормит.

В каждом вепсском доме имела большая квашня для теста. Тесто еще с вечера затворялось: наливали воды в опару и сыпали муку, замешивали, чтобы к утру оно уже поднялось. Тесто на опаре поднималось даже лучше, чем на дрожжах. Круглые караваи «сажали» деревянной лопатой в горячую печь, закрывали заслонкой. С утра в квашне нужно было оставить немного теста (на опару) для следующей выпечки. Пока печка топилась, хозяйка ставила ухватами по бокам печи большие и маленькие чугуны с водой, картошкой, кашей, чтобы всё спокойно нагревалось, варилось и упревало у огня. Часто утром Анна Ивановна пекла блины на всю большую семью из девяти человек (семеро детей росли в семье Софроновых). Семьи традиционно были большие, дружные. Поэтому большая тонкая сковорода была изготовлена по заказу, держать ее приходилось длинным сковородником. Но хозяйка ловко льет тесто на сковороду, подцепляет готовый блин и кидает его на стол, где быстро растет уже гора больших аппетитных блинов. Рядом стоят миски со сметаной, ягодами, грибами.

Анна Ивановна торопится на работу в колхозе, поэтому разбудила свою старшую дочку Галину, наказывая ей присматривать за печкой и объясняя, как по солнышку в окошке определить, что пора готовый хлеб вынуть из печи. Девочка, забравшись босиком на лавку, чтобы согреться холодным утром у печки, любит смотреть на раскаленные угли и макать вкусные блины в деревянную миску со сметаной, запивая теплым коровьим молоком, вспоминая ароматный земляничный кисель, которым ее часто угощали в доме бабушки Вассы. Дети у Анны ходили постоянно босиком, даже зимой, потому что денег купить обувь на каждого не хватало, но при этом «сопливых» детей в семье не было: все ребята были закаленные с детства. А детей в семье растет семеро: четыре дочери и три сына.

Необходимо отметить следующую традицию в вепсских семьях: без выпечки любимого кушанья – вепсских «калиток» с разными начинками – не проходил ни один выходной. Готовилось крутое тесто на сметане и ржаной муке. Ставились перед горячей печкой упревать каши (пшенная, ячневая, даже манная), круто замешанные на небольшом количестве воды. Крупы именно парились, томилась, чтобы стать рассыпчатыми, сдобными. В конце варки вбивались яйца, добавлялось

домашнее сливочное масло, чуть соли и сахара (хозяйка часто готовила «на глаз», как учили ее родители, поэтому точного рецепта не было). Калитки были сытные – с картофельным густым пюре, приготовленном с добавлением сливочного масла и яйца. Крутое тесто раскатывали на колбаски, резали на куски такого размера, чтобы в горсть можно было его взять. Затем катали шарики, приминали. Набиралась целая горка таких заготовок. Посыпали на стол муку и принимались скалкой «скачать», растягивать тесто на тонкие блины (сканцы) размером с десертную тарелку. Скалку хозяйка чуть придерживала пальцем левой руки, а правой от себя двигала по тесту в одном направлении. Сканцы получались плотными, ровными, их укладывали сначала горкой друг на друга, а затем на разогретый противень, смазанный растительным маслом.

Начинку распределяли на заготовке ровным слоем (примерно с палец толщиной). «Крайчики» сканца заготовки загибали вверх, легко прикасаясь вокруг калитки. Получалось красиво: будто зубчики кружева из теста. Смазывали начинку сметаной. Готовые калитки ставили в протопленную русскую печь, внутри которой заранее выметали все угольки и золу.

Выпекалось всё минут 5. Калитки вынимали, по одному смазывали сливочным растопленным маслом специальным мягким перышком. Укладывали готовую выпечку на простую доску или фанерку. На стол ставился большой самовар, семья ожидала угощение.

**Выводы.** Этнокультурный туризм содержит важную потенциальную составляющую – формирование в каждом гражданине страны культурного и духовно-нравственного человека с национальным традиционным самосознанием, уважающего национальные ценности, знающего язык, культуру, традиции своего народа, этнические достопримечательности, этносоциальные нормы поведения. Понимание и сохранение каждым россиянином своей целостности и независимости, свободы личности осуществляется через изучение родной культуры, традиций, посещение мероприятий (этнотуров), организованных в рамках этнокультурного туризма. Содержание программ этнокультурного туризма должно демонстрировать компетенции сотрудников социально-культурного сервиса и туризма как носителей и проводников духовных ценностей, хранителей национально-культурных традиций.

#### **Список использованных источников:**

1. Вепсская кухня: История. Традиции. Рецепты блюд / В.В. Лебедева; Комитет по местному самоуправлению, межнациональным и межконфессиональным отношениям Ленинградской области. – Воронеж: Фаворит, 2018. – 118 с. – Текст : непосредственный.
2. Вепсский край: история и ее творцы // Лонинские чтения, с. Шелтозеро: материалы второй (30 октября 2014 г.) и третьей (29 сентября 2016 г.) межрегион. краевед. конф. / науч. ред.: Е.И. Клементьев, З.И. Строгальщикова. – Петрозаводск: Verso, М-во нац. и регион. политики Республики Карелия, 2021. – 192 с. – Текст : непосредственный.
3. Гвоздецкая, И. Коренные народы Ленинградской области / И. Гвоздецкая, Б. Адамович // О России с любовью. Лики России: Материалы II международного межвузовского форума, Санкт-Петербург, 24–25 марта 1917 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и прав, 2017. – С. 198-199. – Текст : непосредственный. – EDN XOWLNJ.
4. Медведева, Д.Г. Этнопедагогические вопросы сохранения и возрождения этнокультурной самобытности малых коренных народов Ленинградской области / Д.Г. Медведева, И. И. Моногарова, Т.Г. Мороз // VI Лужские научные чтения. Современное научное знание: теория и практика: материалы международной научной конференции, Санкт-Петербург, 22 мая 2018 года. – Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, 2018. – С. 56-59. – Текст : непосредственный. – EDN XYWFRR.
5. Мороз, Т.Г. Историческая память как основа национальной идентичности и этнической самобытности коренных малых народностей Ленинградской области / Т.Г. Мороз, Д.Г. Медведева // XXVI Царскосельские чтения: Материалы международной научной конференции, Санкт-Петербург, 19-20 апреля 2022 года. – Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2022. – С. 293-298. – Текст : непосредственный. – EDN KROURZ.

6. Мороз, Т.Г. Роль этнокультурного туризма в возрождении и сохранении уникальной истории и культуры малочисленных коренных народов Ленинградской области / Т.Г. Мороз, О.Ф. Ануфриева, Н.И. Кисляков // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: Сб. научн. трудов VII Всерос. конф. с межд. участием, Севастополь, 01 августа – 01 октября 2022 года. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 95. – Текст : непосредственный. – EDN WHVVTD.
7. Список населенных мест Олонецкой губернии (1873-1905): д. Васильевская (Клёнозеро). – Текст : электронный // URL: <https://олонецкая-губерния.рф/> (дата обращения: 10.04.2022).
8. Федорова, С.Н. Формирование этнокультурной компетенции обучающихся средствами этнического туризма / С.Н. Федорова, В.В. Константинова, Е.В. Алексеева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4. – Текст : электронный // URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=20983> (дата обращения: 22.09.2023).

**Ключевые слова:** этнокультурный туризм, вепсы, малочисленные коренные народы, вепская кухня, культура.

**Keywords:** ethnocultural tourism, Veps, small indigenous peoples, Veps cuisine, culture.

УДК 379.851

**Морозова Н.И.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Кравченко В.А.,**

обучающаяся 2 курса бакалавриата

направления подготовки «Техносферная безопасность»,

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

в г. Шахты Ростовской области,

г. Шахты, Россия

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И ИННОВАЦИОННЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В РОССИИ**

**Современное состояние, проблемы и перспективы развития традиционных и инновационных видов туризма в России.** В данной статье рассматривается современное состояние туризма в России, а также его проблемы и перспективы. Туризм является одной из ключевых отраслей экономики России, способствуя развитию регионов, созданию рабочих мест и привлечению иностранных инвестиций.

В настоящее время страна активно развивает и традиционные виды туризма, такие как культурный, природный и спортивный, и уделяет особое внимание инновационным направлениям, включая экологический, гастрономический и технологический туризм. Вместе с тем, существует ряд проблем, которые мешают полноценному развитию отрасли, такие как недостаточная инфраструктура, отсутствие качественных услуг и необходимость улучшения законодательства. Несмотря на это, перспективы развития туризма в России остаются обнадеживающими, благодаря уникальным природным и культурным достопримечательностям страны, растущему числу иностранных туристов и внедрению инновационных технологий. В данной статье мы рассмотрим современное состояние туризма в России, выявим основные проблемы, с которыми сталкиваются разные виды туризма, а также обсудим перспективы и возможные пути развития этой важной отрасли в будущем.

**The current state, problems and prospects of development of traditional and innovative types of tourism in Russia.** This article examines the current state of tourism in Russia, as well as its problems and prospects. Tourism is one of the key sectors of the Russian economy, contributing to the development of regions, creating jobs and attracting foreign investment.

Currently, the country is actively developing traditional types of tourism, such as cultural, natural and sports, and pays special attention to innovative areas, including ecological, gastronomic and



technological tourism. At the same time, there are a number of problems that hinder the full development of the industry, such as insufficient infrastructure, lack of quality services and the need to improve legislation. Despite this, the prospects for the development of tourism in Russia remain encouraging, thanks to the unique natural and cultural attractions of the country, the growing number of foreign tourists and the introduction of innovative technologies. In this article we will look at the current state of tourism in Russia, identify the main problems faced by different types of tourism, and discuss the prospects and possible ways of developing this important industry in the future.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема возможностей, приоритетов и проблем в индустрии туризма в России недостаточно освещена. Данные вопросы раскрыты в работах таких авторов, как И.В. Закиров [1], А.А. Игнатьева [2], И.П. Курочкин [3] и другие.

В целом анализ последних исследований и публикаций указывает не только на существующие проблемы, но также и на уникальные возможности для развития туризма в России. Правильное сочетание традиционных видов туризма с инновационными направлениями может способствовать устойчивому развитию этой отрасли и созданию благоприятной среды для туристических предприятий и потребителей.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одна из основных проблем в развитии туризма в России заключается в отсутствии достаточной инфраструктуры. Во многих регионах страны отсутствует качественное размещение, самые популярные достопримечательности не имеют необходимых объектов сервиса и комфорта для туристов. Это затрудняет не только привлечение иностранных туристов, но и удержание местных путешественников.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в рассмотрении современного состояния, проблем и перспектив развития традиционных и инновационных видов туризма в России. Рассмотрены примеры успешной практики в решении данной проблемы, а также предложены рекомендации для государственных и частных игроков в сфере туризма.

**Изложение основного материала.** Туризм в России имеет огромный потенциал для развития и является важным сектором экономики. Страна обладает богатым культурным и природным наследием, что привлекает огромное количество туристов из разных стран мира [1]. Однако, существуют как традиционные, так и инновационные виды туризма, которые сталкиваются с определенными проблемами и имеют свои перспективы развития.

Например, одним из доступных и популярных туристических городов в России является Севастополь. Он обладает богатой историей, уникальными природными достопримечательностями и разнообразием культурных объектов. Однако, после присоединения Крыма к России было необходимо разработать и реализовать меры по развитию туристской индустрии в этом регионе. Одной из проблем развития туристской отрасли в Крыму и Севастополе является ограниченная доступность региона. Ограничения на транспортировку людей и товаров через Керченский пролив создают неудобства для туристов и ограничивают потенциал развития отрасли. Кроме того, некоторые туристические объекты требуют обновления и модернизации для привлечения посетителей. Есть и перспективы развития туристской отрасли в Крыму и Севастополе. Местные власти и предприниматели активно работают над созданием новых туристических продуктов и услуг. Также ведется работа по привлечению инвестиций для развития инфраструктуры и повышения качества предоставляемых услуг.

Одним из традиционных видов туризма в России является культурный и исторический туризм. Страна богата историческими достопримечательностями, такими как Эрмитаж, Кремль, Петергоф и многие другие. Культурный туризм также включает посещение различных музеев, галерей и театров. Однако, одной из основных проблем развития этого вида туризма является недостаточная развитость инфраструктуры и услуг для туристов. Некоторые достопримечательности нуждаются в реставрации, а также в усовершенствовании системы туристического обслуживания.

Одной из главных проблем развития традиционных видов туризма в России является ограниченная доступность и недостаточная инфраструктура в регионах. Многие уникальные природные объекты или культурные достопримечательности находятся в удаленных или малонаселенных местах, что создает трудности для туристов. Кроме того, некоторые достопримечательности не имеют соответствующей инфраструктуры и услуг, что ограничивает их привлекательность для посетителей.

Природный туризм также является популярным видом туризма в России. Страна обладает уникальной и разнообразной природой. Среди важных объектов природно-познавательного туризма

можно выделить озеро Байкала, Кавказские горы, вулканы Камчатки, Золотые горы Алтая и многие другие. Однако, природный туризм также сталкивается с проблемами, такими как недостаток экологического сознания и недостаточное использование современных технологий для управления природными ресурсами. Необходимо активное сотрудничество государства, бизнеса и общественности для сохранения природы и развития устойчивого туризма.

Экологический туризм – это инновационный вид туризма в России, его развитие сталкивается со многими проблемами, включая недостаток инфраструктуры и профессиональных кадров, а также низкую осведомленность о возможностях экологического и сельскохозяйственного туризма.

С развитием инновационных видов туризма в России появляются новые возможности для развития туристической индустрии. Например, экологический туризм привлекает туристов, которые хотят насладиться красотой природы и в то же время защищать окружающую среду.

Гастрономический туризм предлагает посетителям познакомиться с местной кухней и традициями, а медицинский туризм предлагает лечение и отдых в курортных зонах.

Для развития туризма в России необходимо приложить все усилия к созданию и улучшению инфраструктуры, а также подготовке и обучению кадров в туристической отрасли. Важно также проводить информационные кампании о разнообразных возможностях и достопримечательностях страны, как на внутреннем, так и на международном уровне. Государство должно содействовать развитию экологически устойчивого туризма и поддерживать его инновации, для этого авторы статьи предлагают предпринять следующие меры:

1. Повышение качества туристической и магистральной инфраструктуры, а также развитие транспортной доступности. Это важный аспект, который может значительно повлиять на доступность и привлекательность отдаленных регионов для туристов. Развитие инфраструктуры включает в себя строительство и модернизацию гостиниц, ресторанов, достопримечательностей, а также улучшение дорожной сети и общественного транспорта [2]. Также важно обеспечить доступность туристических объектов для людей с ограниченными возможностями, чтобы каждый мог насладиться красотами региона.

2. Создание условий для принятия туристов круглый год, а не только в свой «высокий сезон». Это позволит увеличить поток туристов и сделать туризм более стабильным и прибыльным для регионов. Для достижения этой цели необходимо разнообразить туристическое предложение, предлагая различные виды активного отдыха, культурные мероприятия и развлечения. Также важно разработать маркетинговые стратегии, направленные на привлечение туристов во время «невысокого сезона», предлагая им специальные предложения и скидки. Реализация этих мер требует согласованных усилий со стороны государства, местных органов власти, предпринимателей и жителей региона. Важно создать партнерство между всеми заинтересованными сторонами, чтобы совместно разрабатывать и внедрять планы по развитию туристической инфраструктуры.

Кроме того, необходимо уделить внимание экологической устойчивости развития туризма [3]. При развитии инфраструктуры и проведении мероприятий необходимо учитывать их влияние на окружающую среду и принимать меры по ее сохранению. Это поможет сохранить природные ресурсы региона и сделать его еще более привлекательным для туристов, которые все чаще выбирают экологически чистые и устойчивые места для отдыха.

**Выводы.** Развитие туристической отрасли в России является важным фактором для экономического роста и развития страны или региона. Поэтому осуществление долгосрочного планирования и принятие соответствующих мер по развитию туризма имеет огромное значение для обеспечения экономической устойчивости и процветания. Решение проблем, связанных с развитием туризма требует комплексного подхода и согласованных действий. Повышение качества туристической инфраструктуры, развитие транспортной доступности и создание условий для привлечения туристов круглый год – все это важные шаги на пути к развитию туризма в регионах. При этом необходимо учитывать экологическую устойчивость и обеспечивать сотрудничество между всеми заинтересованными сторонами. Только таким образом можно достичь успеха и сделать туризм прибыльным и устойчивым.

#### **Список использованных источников:**

1. Закиров, И.В. Региональные особенности развития туризма в России / И.В. Закиров, Г.А. Саттарова // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – Том 4 (70). – № 2 2018. – С. 86-98. – Текст : непосредственный.

- Игнатъев, А.А. Инновационный путь развития туризма на севере России с использованием зарубежного опыта / А. А. Игнатъев // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2013. – № 2 (6). – С. 67-77. – Текст : непосредственный.
- Курочкин, Е.П. Управление коммерческой деятельностью авиакомпании: Учебное пособие / Е.П. Курочкин. – М. : Авиабизнес, 2018. – 537 с. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, экологический туризм, инновация, инфраструктура, традиционный туризм.

**Keywords:** tourism, eco-tourism, innovation, infrastructure, traditional tourism.

УДК 908

**Позднякова Т.М.**,  
кандидат географических наук, доцент,  
доцент кафедры географии, экологии и природоохранного права,  
**Волкова О.А.**,  
**Кожунова Н.А.**,  
**Калашникова Е.А.**,  
обучающиеся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Педагогическое образование»,  
**Семенова А.С.**,  
**Гетманова А.А.**,  
обучающиеся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Экология и природопользование»,  
ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема»,  
г. Биробиджан, Россия

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ**

**Перспективы развития туризма в Еврейской автономной области.** В данной статье рассматриваются возможности развития туризма в одном из регионов Российской Федерации на примере Еврейской автономной области. Туризм в ней рассматривается с точки зрения многоплановой отрасли хозяйства, которая способна оказать значительное влияние на текущее состояние и перспективы социально-экономического развития отдалённого приграничного региона нашей страны.

Отмечено, что туристическая отрасль в Еврейской автономной области находится в состоянии начального этапа своего развития. При этом перспективы её развития весьма значительны. В рамках данной статьи представлен краткий обзор лишь некоторых наиболее интересных объектов, которые расположены на территории Еврейской автономной области. Использование этих и многих других уникальных объектов могло бы быть положено в основу развития разнообразных направлений туризма: природно-экологического, рекреационного, промышленного и сельскохозяйственного, историко-культурного, этнического и других.

Особая значимость становления туристической отрасли для социально-экономического Еврейской автономной области подчёркнута тем, что это направление выдвинуто в качестве одного из приоритетов на законодательном уровне региона. Стратегически же Еврейская автономная область могла бы стать одним из субъектов Российской Федерации, которые будут активно вовлечены в реализацию комплекса направлений и мероприятий, запланированных в рамках программы развития внутреннего туризма в нашей стране на федеральном уровне.

**Prospects for the development of tourism in the Jewish Autonomous Region.** This article considers the possibilities of tourism development in one of the regions of the Russian Federation on the example of the Jewish Autonomous Region. Tourism in it is considered from the point of view of a multidimensional branch of economy, which is able to have a significant impact on the current state and prospects of socio-economic development of the remote border region of our country.

It is noted that the tourism industry in the Jewish Autonomous Region is in the initial stage of its development. At the same time, the prospects of its development are very significant. Within the limits of the given article the brief review of only some most interesting objects which are located on the territory of the Jewish Autonomous Region is presented. The use of these and many other unique objects could be the basis for the development of various directions of tourism: natural-ecological, recreational, industrial and agricultural, historical and cultural, ethnic and others.

The special significance of formation of tourist branch for social and economic Jewish Autonomous Region is underlined by the fact that this direction is put forward as one of the priorities at the legislative level of the region. Strategically, the Jewish Autonomous Region could become one of the subjects of the Russian Federation, which will be actively involved in the implementation of a set of directions and activities planned in the framework of the programs for the development of domestic tourism in our country at the federal level.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблематике развития разных направлений туризма в Еврейской автономной области посвящён ряд работ таких авторов как Е.О. Кириенко [2], Т.А. Рубцова [3]. Коллектив исследователей под руководством Д.М. Фетисова выполнил туристское зонирование Еврейской автономной области, отмечая, в том числе, его существенное прикладное значение [3]. На региональном уровне в 2022 году был разработан и принят Закон «Об отдельных вопросах создания благоприятных условий для развития туризма в Еврейской автономной области», в котором определены основные задачи развития туристической отрасли в регионе [1].

**Выделение нерешенной проблемы.** Несмотря на достаточную степень изученности туристического потенциала Еврейской автономной области, в настоящее время остро ощущается отсутствие популяризации потенциальных туристических объектов, которые расположены в пределах её территории, как региональных брендов.

**Цель статьи** заключается в том, чтобы дать обзор разнообразных объектов, которые потенциально могут являться туристическими брендами Еврейской автономной области и основой комплексного развития туризма на её территории.

**Изложение основного материала.** В настоящее время туризм является важной составляющей частью экономики страны. На сегодняшний день Россия занимает 39 строчку в рейтинге стран по развитию туризма. К излюбленным местам туристов относятся Крым, Краснодарский край, Северный Кавказ, Алтай, Ленинградская область, озеро Байкал, Калининградская область, Татарстан и города «Золотого кольца».

Стимулирование развития внутреннего туризма в нашей стране делает необходимым поиск туристических объектов в «непопулярных» регионах России. Дальний Восток не входит в топ туристических мест, но тоже является значимым для туристического направления. Здесь с удовольствием отправляются на Камчатку, о. Сахалин, Хабаровский и Приморский края. Однако в этом регионе есть и другие, не менее интересные, потенциально туристические территории. Одной из них, по нашему мнению, является Еврейская автономная область.

Еврейская автономная область (ЕАО) – приграничный регион с численностью населения чуть более 147,5 тыс. человек, единственная автономная область в составе Российской Федерации. Областной центр – г. Биробиджан – расположен на берегу р. Биры – притока Амура. Несмотря на сравнительно небольшие размеры, ЕАО обладает достаточно высокой степенью насыщенности туристическими ресурсами. Компактность территории также может являться положительным фактором при разработке разнообразных туристических маршрутов.

Благодаря расположению на стыке горных и равнинных территорий Малого Хингана и Приамурья, Еврейская автономная область обладает уникальной природой. Более 11,4% её площади занимают особо охраняемые природные территории (ООПТ), среди них – заповедник «Бастак», где функционируют две экологические тропы, заказники «Дичун», «Журавлиный», «Щуки-Поктой», «Чурки», «Ульдуры». Здесь можно встретить исчезающие виды растений и животных: утку-мандаринку, амурского тигра, калипсо луковичную, бразению Шребера, виноградник японский и другие. Также можно посетить памятники природы: «Биджанские остряки», «Камень-Монах», «Виноградник», «Залив Черепаший», «Сосняки на Бревенчатой», «Казачий сад», «Лотосное озеро», которое славится своими цветущими лотосами Комарова в летний период. Это лишь малая часть природных объектов нашей области, которые открывают большие перспективы для развития экологического туризма.

Многочисленные реки области с горным и полугорным характером течения позволяют развивать здесь также сплавной туризм, а наличие двух крупных карстовых районов с множеством пещер разной степени сложности – спелеологический туризм.

На северо-западе Еврейской автономной области, у отрогов Малого Хингана, расположен уникальный источник природных минеральных термальных вод, на основе которого действует санаторий «Кульдур». Многие жители и гости Еврейской автономной области приезжают сюда отдохнуть и поправить свое здоровье. Данный объект может стать центральным звеном развития бальнеологического туризма на территории нашей области.

Набирает свою популярность промышленный и сельскохозяйственный туризм, для которых в Еврейской автономной области также есть необходимые условия. Промышленный туризм ярко представлен на севере области. Здесь можно посетить как молодые, так и давно действующие предприятия: Кимкано-Сутарский горно-обогатительный комбинат, Кульдурский бруситовый рудник, обеспечивающий 100% добычи этого минерала в России, и другие. В Приамурской полосе Еврейской автономной области туристы могут побывать на плантациях сои – «степного золота».

Еврейская автономная область – многонациональный регион. Здесь сочетаются элементы культуры евреев и казачества, представителей азиатских и коренных малочисленных народов Приамурья. Уникальным является город Биробиджан, в котором на небольшой площади все эти народы проживают в тесном соседстве, сохраняя добрые отношения, проводя праздники и фестивали различных культур.

Несмотря на то, что Еврейская автономная область относительно молодой с точки зрения освоения регион, её богатая история тоже является основой для развития интересного туристического направления. Например, много гостей из разных регионов России периодически участвует в исторических реконструкциях событий Гражданской войны на сопке Июнь-Корань в Смидовичском районе, где также действует тематический музей.

Немаловажным фактором, который может способствовать развитию туризма, является также приграничное положение Еврейской автономной области. Отметим, что для укрепления разнообразных связей с соседней Китайской Народной Республикой в области создаётся соответствующая инфраструктура. Вместе с тем, помимо Китая, Еврейская автономная область незначительно удалена и от других густонаселённых государств Азиатско-Тихоокеанского региона. Административный центр ЕАО имеет постоянное налаженное сообщение с г. Хабаровском, в котором расположен международный аэропорт.

**Выводы.** Таким образом, Еврейская автономная область обладает мощным потенциалом для развития экологического, рекреационного, производственного и культурно-исторического направлений туризма, причём не только внутреннего, но и международного, учитывая благоприятное положение в пределах Азиатско-Тихоокеанского региона. Туристская отрасль может стать важным фактором социально-экономического развития Еврейской автономной области.

#### **Список использованных источников:**

1. Закон Еврейкой автономной области от 28.09.2022 г. № 139-ОЗ «Об отдельных вопросах создания благоприятных условий для развития туризма в Еврейской автономной области». – Текст : электронный // URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/7900202210130003> (дата обращения: 28.09.2023).
2. Кириенко, Е.О. Особенности развития туризма в Еврейской автономной области / Е.О. Кириенко // Россия и Китай: социально-экономическое взаимодействие между странами и приграничными регионами. Материалы Всероссийской научной конференции. Т. I. – Благовещенск: Амурский государственный университет, 2013. – С. 305-314. – Текст: непосредственный.
3. Рубцова, Т.А. Развитие экологического туризма в Еврейской автономной области / Т.А. Рубцова // Региональные проблемы. – 2017. – № 2. – С. 45-49. – Текст: непосредственный.
4. Фетисов, Д.М. Туристское зонирование Еврейской автономной области / Д.М. Фетисов, О.Ф. Ивкаев, М.О. Юркин, К.С. Лошилов // Региональные проблемы. – 2022. – № 4. – С. 54-66. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** Еврейская автономная область, туризм, туристические ресурсы, туристические объекты, экологический туризм, культурно-познавательный туризм.

**Keywords:** Jewish Autonomous Region, tourism, tourist resources, tourist facilities, ecological tourism, cultural and educational tourism.

УДК 338.48 (477.62)

**Полякова А.В.**,  
кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры сервиса и гостиничного дела,  
**Рославцева Е.А.**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры сервиса и гостиничного дела,  
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, Россия

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА НА ДОНБАССЕ**

**Перспективы развития научно-популярного туризма на Донбассе.** В статье рассмотрены возможные перспективы развития научно-популярного туризма на территории Донбасского региона. В настоящее время в сфере туризма сложилась тенденция, благодаря которой потребности потребителя не могут ограничиваться просто путешествиями по определенным территориям и посещением популярных мест. Современный турист стремится к достижению более значимых для себя целей с помощью представителей туристической отрасли. Самообразование и повышение своего интеллектуального уровня через познание окружающего мира, получение новых знаний, участие в исследовательской работе, личностное развитие возможно благодаря участию в программах, разработанных субъектами научно-популярного туризма. Донбасский регион в составе Российской Федерации получил такую возможность развивать на своей территории данное направление туризма.

**Prospects for the development of popular science tourism in the Donbas.** The article discusses possible prospects for the development of popular science tourism in the territory of the Donbass region. Currently, there is a trend in the field of tourism, due to which the needs of the consumer cannot be limited to just traveling through certain territories and visiting popular places. The modern tourist strives to achieve more significant goals for himself with the help of representatives of the tourism industry. Self-education and improvement of one's intellectual level through cognition of the surrounding world, obtaining new knowledge, participation in research work, personal development is possible through participation in programs developed by subjects of popular science tourism. The Donbass region as part of the Russian Federation has been given the opportunity to develop this area of tourism on its territory.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В широком информационном поле, как в русскоязычном, так и англоязычном его сегментах о научном туризме достаточно много информации [2]. Несмотря на то, что понятие научно-популярного туризма сравнительно новое для отечественной теории и индустрии туризма, достаточно авторов свои научные труды посвящают изучению данного направления туристической деятельности с теоретической и практической точки зрения. Среди них можно отметить работы российских авторов Холодилиной Ю.Е., Голубева С.В., Пономарева И.Ю., Савинова В.Ю., Барановой А.Ю., Афанасьевой А.В., Христова Т.Т., Логвиной Е.В., Крыловой Е.А., Ермаковой Ж.А., Оконниковой Т.И., Афанасьева О.Е., Гончарова О.В., Бушуевой О.И., а также зарубежных ученых Laarman J.G., Perdue R.R., Ilyina L., Mieczkowski Z, West P., Ellis C., Vialette Y., Mao P., Bournon F., Bournon F., Shah Ch., Trupp A., Stephenson M. и др. В научных работах представлены варианты терминологии и формулировок основных понятийных элементов, классификация, типология и характеристики некоторых категорий туристической отрасли. Серьезная работа по разработке требований к туристическим и сопутствующим услугам научно-популярного туризма проведена коллективом научных работников РГУТИС. Определены требования к проектированию и оказанию данного вида услуг, материально-технической базе, персоналу исполнителей услуг, информационному обеспечению услуг.

**Выделение нерешенной проблемы.** Указом Президента Российской Федерации № 231 от 25.04.2022 г. «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий» определено усиление роли науки и технологий в решении множественных важнейших задач развития общества и страны [1]. В указанное десятилетие – 2022-2031 годы – важным является привлечение молодежи к научной сфере, поддержание научных исследований в различных отраслях, популяризация научной деятельности, расширение информационной среды, увеличение числа объектов науки и вовлечение средств бюджетов различных субъектов Российской Федерации в данную сферу. Достижение намеченных целей в этом направлении возможно также с помощью научно-популярного туризма, который представляет собой путешествия, связанные с посещением уникальных объектов научно-исследовательской, производственной и инновационной инфраструктуры территорий и предполагает выполнение научных, образовательных, просветительских видов деятельности. Данный вид туризма является новым для потребителей туристических услуг в Российской Федерации, требует поддержки со стороны государства и соответственно формирования необходимой нормативной базы, которая позволит установить характер требований к элементам научно-популярного туризма. Для его дальнейшего развития на территориях Российской Федерации необходимы подготовленная материально-техническая база, современная инфраструктура, квалифицированные кадры, действующий механизм популяризации и продвижения нового туристического продукта.

**Цель работы** – определение перспектив развития научно-популярного туризма на территории Донбасса, установление особенностей формирования различных видов туристических услуг научно-популярного туризма для разных категорий потребителей.

**Изложение основного материала.** Каждый субъект Российской Федерации обладает определенным потенциалом для проведения туристической деятельности на своей территории. Направление научно-популярного туризма может быть освоено, в первую очередь, в областях, имеющих соответствующие ресурсы, среди которых функционирующие научные и научно-исследовательские инфраструктурные объекты, высокотехнологичные, градообразующие и значимые производства, уникальные природные территории, в том числе охраняемые, объекты туристического показа с научной составляющей, инновационная инфраструктура.

Донбасс всегда имел статус мощного межрегионального территориально-производительного комплекса, был неотъемлемой частью экономического потенциала страны. Многочисленные природные ресурсы, близость источников сырья, полезных ископаемых позволило на данной территории развивать многоотраслевую промышленность, сформировать мощный индустриально-аграрный хозяйственный комплекс с преимущественным развитием тяжелой промышленности. Специализации промышленной отрасли Донбасса – угольная, черная металлургия, машиностроение, химическая, нефтехимическая – имеют международное значение. Наряду с этим Донецкий край обладает богатыми природно-климатическими, ландшафтными, рекреационными, культурно-историческими ресурсами, которые позволяют рассматривать данную территорию как ценный конгломерат, с точки зрения развития туристической отрасли [3].

Природа Донбасса представлена разнообразными рекреационными зонами, древняя история края способствовала образованию уникальных заповедников, здесь насчитывается около 40 объектов природно-заповедного фонда, более 1000 культурно-исторических объектов, представляющих уникальную ценность, и являющихся частью всемирного культурного наследия. 44 особо охраняемых природных территории общей площадью около 30000 га, включая ландшафтно-рекреационные парки «Донецкий Кряж» и «Зуевский», биосферную охраняемую природную территорию «Хомутовская степь – Меотида», а также заказники и многочисленные памятники природы – это те объекты, которые могут стать туристическим фондом для оказания различных видов услуг научно-популярного туризма. Наличие здесь множества музеев позволяет сохранить исторические документы и уникальные экспонаты, познакомить гостей с историей, наукой, промышленностью, культурой и выдающимися личностями, достижениями края.

Как было ранее сказано, Донбасс – это промышленный регион Российской Федерации, который на сегодняшний день претерпевает значительные изменения в плане возрождения своей былой трудовой славы. Несмотря на сложную политическую и экономическую ситуацию, которая сформировалась за последние десять лет, Донбасс имеет далеко идущие планы и постепенно их реализует, опираясь всецело на поддержку многочисленных субъектов Российской Федерации. Научный потенциал края представлен 16 образовательными учреждениями высшего образования, 18 научно-исследовательскими институтами, здесь представлен широкий спектр научно-

производственных объединений и комплексов, существует лабораторная база. Активно идет восстановление производств, глубокая модернизация предприятий ведущих отраслей промышленности, структурная трансформация сектора экономики на инновационной основе. Приоритетным направлением работ является создание условий для развития научного потенциала и поддержка научных исследований в различных областях знания. Поэтому можно предположить, что территория Донбасса имеет все предпосылки для развития научно-популярного туризма и в дальнейшем, минимизируя все имеющиеся на сегодняшний день риски, следует активно подключать данное направление в общую стратегию развития туристической отрасли Донбасса.

В соответствии с Концепцией развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, принятой 25 января 2023 года, следует установить особенности направления деятельности, которые определяются индивидуальными характеристиками субъектов, на территории которых данный вид туризма распространяется.

Так, для Донбасса объектами научно-популярного туризма может служить имеющаяся в регионе вышеназванная инфраструктура, а также будущие объекты, которые в настоящее время находятся в стадии проектирования. Примерами таких крупных объектов могут служить индустриальный парк, промышленный технопарк, экопарк и транспортно-логистический центр, которые по утвержденному на сегодняшний день Правительством ДНР инвестпроекту, собираются строить на территории металлургического комбината «Азовсталь» в Мариуполе на площади 1 тыс. 68 га. План предусматривает частичное восстановление завода «Азовсталь», его производственных функций, создание промышленного парка на территории «Азовстали» и внедрение экологически чистых технологий плавления стали. Также развитию направления научно-популярного туризма Донбасса будет способствовать реализация проекта инновационного развития Приазовья (побережья Азовского моря), который разработан по поручению президента РФ. Вовлечение природно-заповедного фонда ДНР, территория которого превышает 100 тыс. га, в качестве объектов научно-популярного туризма, позволит расширить его материально-техническую базу, привлечь разновозрастную целевую аудиторию и сформировать следующие виды научно-популярного туризма: молодежный, студенческий, детский, а также распределить его направленность в соответствии с целевым назначением: познавательный, образовательный, профессиональный, исследовательский и профессионально-деловой.

В связи с этим определены требования к туристическому продукту научно-популярного туризма для различных категорий туристов. Деятельность субъектов, оказывающих данный вид услуг отдельным категориям туристов, регламентируются национальными стандартами РФ:

- ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.
- ГОСТ Р 53522-2022 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.
- ГОСТ Р 54605-2017 Туристические услуги. Услуги детского туризма. Общие требования.
- ГОСТ Р 70361-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм.
- ГОСТ Р 57286-2016 Услуги социального туризма. Туристические услуги для людей пожилого возраста. Общие требования.
- ГОСТ Р 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.

Кроме того, оказание услуг научно-популярного туризма не должно противоречить требованиям, которые описаны в ФЗ № 7 от 10.01.2002 «Об охране окружающей среды», ФЗ № 73 от 25.06.2002 «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», а также соответствовать ГОСТ Р 56642-2022 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» и ГОСТ Р 70583-2022 «Туризм и сопутствующие услуги. Экологический туризм. Требования к туристской инфраструктуре». Также должны быть учтены документы, регламентирующие деятельность по размещению и организации питания туристов.

**Выводы.** Использование в организации научно-популярного туризма промышленного потенциала Донбасса и совокупности всех имеющихся ресурсов может стать одним из целевых направлений стратегического развития туристической отрасли в регионе. А также будет способствовать привлечению талантливой молодежи к научной деятельности, популяризации отечественной науки в глазах общественности, профессиональной самореализации, развитию интеллектуального потенциала населения.



**Список использованных источников:**

1. Указ Президента Российской Федерации от 25.04.2022 г. № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий». – Текст: электронный // URL: <https://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202204250022?ysclid=lo2mt377mx231979732> (дата обращения: 23.10.2023).
2. Афанасьева, А.В. Методологические основы научно-популярного /А.В. Афанасьева, Е.В. Логвина, Т.Т. Христов // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17. – № 2. – С. 5-25. DOI: 10.5281/zenodo.8104849. – Текст : непосредственный.
3. Полякова, А.В. Проблемы развития туристической отрасли в Донецкой Народной Республике / А.В. Полякова // Актуальные вопросы современной экономики : Мат. Междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург – Донецк – Витебск, 10-11 ноября 2022. – СПб: БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова, 2022. – С.183-186. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** научно-популярный туризм, Донбасс, туристические услуги, развитие, научно-промышленный потенциал, инфраструктура, ресурсы, объекты, субъекты, требования.

**Keywords:** popular science tourism, Donbass, tourist services, development, scientific and industrial potential, infrastructure, resources, objects, subjects, requirements.

УДК 338.484

**Приходько Т.П.**,  
преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
университет экономики и управления «НИНХ»»,  
г. Новосибирск, Россия

## **СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ КАК ОДНОГО ИЗ ЗНАЧИМЫХ ФАКТОРОВ ТУРИЗМА**

**Состояние индустрии гостеприимства в России как одного из значимых факторов туризма.** В статье раскрывается тема значимости отельного бизнеса во многих странах. Отели являются местами отдыха и развлечений, а также возможностями для проведения деловых встреч, конференций и съездов. Таким образом они вносят большой вклад в производство товаров и услуг, составляющему материальное благополучие общества.

В современном мире развитие туристического бизнеса, классификация объектов в индустрии туризма представляет собой наиболее результативный механизм управления качеством обслуживания. Эта область деятельности предприятий гостиничного сервиса, устанавливает объективный метод оценки уровня оказываемых услуг и гарантирует их безопасность для потребителей. Услуги, которые оказываются рынком гостиничного сервиса в Российской Федерации, представляют собой динамично развивающуюся индустрию, которая совершенствуется каждый год.

Гостиничный бизнес – это динамично развивающаяся и функционирующая отрасль индустрии туризма. Развитие туризма трудно представить без наличия современной, комфортабельной гостиничной базы, отвечающей потребностям всех туристов.

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что на современном этапе социального развития рост количества предприятий гостиничной сферы и индустрии туризма, как отрасли экономики не только прогрессирует быстрыми темпами, но и оказывает влияние на валовой внутренний продукт (ВВП), создает рабочие места и активно трудоустраивает население сел и городов, то есть уменьшает уровень безработицы. Гостиничный сервис часто выступает как комплекс оказания услуг, а индивидуальное существование гостиничного бизнеса уже давно соединяет гостиницы с торговлей и транспортом, связью, туристическими агентствами, экскурсионно-развлекательными, досуговыми организациями и др.

**The state of the hospitality industry in Russia as one of the significant factors of tourism.** The article reveals the importance of the hotel business in many countries. Hotels are places of recreation and entertainment, as well as opportunities for business meetings, conferences and congresses. Thus, they make a great contribution to the production of goods and services that make up the material well-being of society.

In the modern world, the development of tourism business, the classification of objects in the tourism industry is the most effective mechanism for managing the quality of service. This area of activity of hotel service enterprises establishes an objective method of assessing the level of services provided and guarantees their safety for consumers. The services provided by the hotel service market in the Russian Federation represent a dynamically developing industry that is being improved every year.

The hotel business is a dynamically developing and functioning branch of the tourism industry. It is difficult to imagine the development of tourism without a modern, comfortable hotel base that meets the needs of all tourists.

The relevance of the topic of the article is due to the fact that at the present stage of social development, the growth in the number of enterprises in the hotel sector and the tourism industry, as a branch of the economy, is not only progressing rapidly, but also has an impact on the gross domestic product (GDP), creates jobs and actively employs the population of villages and cities, that is, reduces the unemployment rate. The hotel service often acts as a complex of services, and the individual existence of the hotel business has long been connecting hotels with trade and transport, communications, travel agencies, sightseeing and entertainment, leisure organizations, etc.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Современные проблемы развития инфраструктуры и создание комфортного проживания в гостиницах рассматриваются в работах российских авторов: Р.М. Арсений, Ю.С. Васильевой, Т.В. Ефимцева, Е.Ю. Никольской и других.

В своих работах авторы рассматривают понятие гостиничного бизнеса, его развитие и особенности, определяют все этапы гостиничного сервиса, которые начинаются с бытовых удобств и заканчиваются потребностью гостя в безопасности. Российские исследователи в своих работах раскрывают характеристику и классификацию отелей, и их отличительные черты в организации обслуживания туристов, методы продвижения туристского продукта, каналы сбыта и рекламы.

**Выделение нерешенной проблемы.** В настоящее время туристическая индустрия характеризуется жесткой конкуренцией между отелями. Отель – это комплекс, предоставляющий услуги размещения и питания вне дома. Гостиничный сервис играет большую роль в сфере туризма. Уровень оказания услуг является конкурентным преимуществом, а введение новых услуг зависит от того, какие сервисы интересны гостям и что сейчас популярно на рынке туризма. При этом многие исследования данной темы не делают развернутых выводов и не дают четких рекомендаций и методов организации обслуживания туристов как внутри страны, так и за ее пределами.

**Цель статьи.** Цель статьи заключается в исследовании состояния индустрии гостеприимства в России как одного из значимых факторов туризма.

**Изложение основного материала.** Ни для кого не секрет, что первое впечатление турист формирует по внешнему виду гостиницы, компетентности работников, и по тому, как его там встретили. Туристический рынок сейчас велик, поэтому и уровень конкуренции очень вырос, и для того чтобы отель пользовался спросом и популярностью важно быстро считывать информацию, анализировать спектр востребованных дополнительных услуг и незамедлительно их внедрять. Расширение диапазона дополнительных предложений развивает и дополняет направления деятельности гостиничного предприятия с учетом реальной обстановки. Разработка новых проектов и инновационного гостиничного продукта является обязательным условием развития любого гостиничного предприятия. Сегмент потребителей и спектр предлагаемых туристам гостиничных услуг зависит от типа средства размещения: бизнес-отель, курорт-отель, база отдыха, кемпинг, хостел и т.д. Гостиничные услуги модифицируются под концепцию отеля, добавляя к ним что-то от своего бренда, или разрабатывая что-то новое для привлечения различных категорий гостей, так как важно не просто ввести новую услугу, которая возможно есть у конкурентов, а добавить что-то креативное и инновационное, чтобы это новое стало отличительной чертой комплекса услуг данного отеля [1]. Услуги, которые предлагают в отеле можно разделить на три категории: основные, сопутствующие, дополнительные. В отелях основные услуги, входящие в стоимость проживания, – это собственно само проживание и питание. Дополнительные услуги в отелях можно условно разделить на следующие категории:

- бытовые;
- информационные;
- корпоративные;
- развлекательные;
- транспортные и др.

На базах отдыха гостям для проживания предлагают мини-домики, бунгало или мини-фургоны, а также всем желающим предоставляется возможность прогулок на свежем воздухе и занятий спортом, разведения костров, так как все базы отдыха находятся на природе вдали от города [1].

Санатории тоже чаще всего находятся вне города, так как они предназначены для оздоровления гостей. Проживание гостей проходит в номерах, подобно отелю, либо в мини-домиках, подобно базам отдыха. Основной спектр услуг в санаториях – это проживание, питание, важно, что здесь постояльцам оказывают и оздоровительные услуги.

Хостел – это «молодежный отель». В них обычно низки цены, а из услуг только все самое необходимое, так как чаще всего молодёжь не находится постоянно в гостинице, а приходит только переночевать. В хостелах можно снять либо номер, либо койко-место, также часто бывает, что санузел общий и есть не в каждой комнате, так же, как и душевая кабина.

Курортные отели предназначены для длительного проживания и отдыха туристов. Главное их отличие – это самый расширенный спектр всевозможных дополнительных услуг для комфортного пребывания. В России таких отелей мало, чаще всего они находятся в странах для пляжного или горнолыжного отдыха. Если курортный отель предназначен для пляжного отдыха, то гостям бесплатно предоставляется имеющаяся инфраструктура отеля (бассейны, парки и сады при отелях, детские игровые зоны и спортивные площадки), бесплатные пляжные полотенца, аниматоры. Часто в таких отелях строят теннисные корты, баскетбольные площадки.

Дополнительные гостиничные услуги – это один из эффективных способов повышения популярности, узнаваемости бренда и увеличения прибыли. Отталкиваясь от своих возможностей, имеющихся ресурсов и того, какие услуги предлагают конкуренты на рынке индустрии туризма, маркетологи проводят всесторонний анализ того, каких услуг не хватает на предприятии, какие из оказываемых услуг можно модифицировать или улучшить. Самым распространёнными услугами на платной основе являются: организация экскурсий, ремонт одежды и обуви, химчистка, услуги гида-переводчика, услуги няни, тренажерный зал, аренда конференц-залов, бары, рестораны на территории отеля и др. Рассмотрим классификацию функций дополнительных услуг:

1. Функция, облегчающая пребывание в отеле (использование высокоскоростного Интернета, заказ цветов, газет, журнал, заказ трансфера и такси);
2. Функция, обеспечивающая более комфортное проживание (проведение косметических и SPA-процедур, оздоровительных процедур);
3. Функции, доставляющие знания (экскурсии, музеи, филармонии, театры).

Таким образом, можно сделать вывод, что у каждого гостиничного предприятия свой набор услуг.

Цель каждого гостиничного предприятия – завоевать максимум туристического рынка и роль дополнительных услуг имеет важное место в формировании привлекательности отеля на рынке. Например, в оздоровительных отелях (санаториях), главную роль играют, как раз таки, оздоровительные услуги, так как в санатории едут люди, пожелавшие улучшить состояние своего здоровья, поэтому в таких отелях, например, услуги конференц-залов и вовсе не нужны, так как бизнесмены по работе туда вряд ли поедут.

Но какую же все-таки роль играют дополнительные услуги в отеле? Роль дополнительных услуг в гостинице заключается в отдыхе постояльцев, восстановлении их сил после тяжелого дня или перелета, хорошего настроения и приятного впечатления от проживания. Гости, приезжая в отель хотят получить хороший сервис и комфортное проживание, а гостиница, в свою очередь, должна обеспечить этим гостя для того, что он остался доволен и вернулся туда еще не один раз. Грамотно подобранный и разработанный спектр услуг поможет создать оригинальный и неповторимый имидж и бренд отеля, что очень важно, для того чтобы выделяться на рынке.

Комфорт – один из базовых элементов, характеризующих внутреннюю удовлетворенность любого гостя. Элементы комфорта – незаменимый сервисный атрибут гостиничного предприятия. Первокласное обслуживание и оказание качественных услуг является важным параметром успешной конкурентной борьбы и состоятельности гостиничного предприятия.

Уровень комфортного проживания в номере гостиницы напрямую зависит от его категории. Гостиница, которая обладает пятью звездами, будет иметь ряд преимуществ и дополнительных услуг: расположение в центре города, бесплатный Интернет, бассейн, большую площадь размещения, парковочное место, высокий уровень безопасности и конфиденциальности данных и многие другие.

Отели без звезд (бюджетный, эконом-вариант) будут включать минимум услуг и комфорта, зачастую это просто место, где человек останавливается переночевать.

Такие понятия, как рейтинг, градация и «категория» часто используют для определения одного и того же понятия – категоризации отелей. Отели без категории – это распространенная категория отелей. Такими отелями могут быть хостелы и гостиницы. Хостел представляет собой небольшую гостиницу, предлагающую недорогое размещение в небольших номерах [2].

Отель с категорией «три звезды». Категория трехзвездочных отелей наиболее популярна и пользуется наибольшим спросом, но ее состав сильно различается. Внутри номера отеля «три звезды» будет отдельный туалет, душ или ванна, кондиционер, туалетный столик с письменными принадлежностями, телевизор, мини-холодильник и, возможно, телефон. В холле такого отеля, несомненно, должна находиться основная бизнес-техника: компьютер, позволяющий при необходимости воспользоваться интернетом, факс, принтер.

Обслуживание номеров происходит днем. В «трехзвездочных» отелях должны быть услуги «обмена валюты», бронирование билетов.

Отель с категорией «четыре звезды». В четырехзвездочный отель входит все, что и в отель три звезды, но с существенной разницей. Каждый день тут меняется постельное белье, полотенца, более того, гостям должны предоставить услуги прачечной, глажки и уборки, в течении 24 часов. Размер комнаты на каждого гостя должен приходиться не менее 13 м<sup>2</sup>.

Отель с категорией «пять звезд». Отличие пятизвездочного отеля от четырехзвездочного состоит в том, что номер больше, минимальная площадь на одного человека – 16 м<sup>2</sup>, данные отели имеют хороший вид, более насыщенное и разнообразное ресторанное меню. Имеется место для ведения переговоров, а также необходимая для таких случаев техника и многое другое.

В определенных странах применяется опыт категоризации отелей по классам (например, в США, Германии), по количеству корон и ключей, черных, красных и золотых звезд (Великобритания), по алфавиту (Греция), по категориям (Италия), по категориям (Израиль и Испания) и др. Например, в Греции отели имеют четыре категории комфортности, они используют алфавитную систему: А, В, С, D. В Великобритании применяют для обозначения категории отеля «короны». Для того чтобы сравнить соответствие английских корон с более привычными нам звездами, достаточно от общего количества корон отнять одну. В Индии существует балловая система гостиниц. Она распространяется на отели и гостиницы, всех 5 категорий. При этом низшая категория имеет в сумме 150 баллов, а самые комфортабельные гостиницы – почти 300 баллов.

Можно сделать вывод, что во многих странах мира, включая Россию, функционирует пятизвездочная система классификации отелей, от которой зависит степень комфортного проживания и количество предоставляемых услуг гостю. В настоящее время индустрия гостиничного сервиса может предложить различные варианты средств размещения. Высокий уровень конкуренции на рынке гостиничных услуг побуждает предпринимателей к созданию новых стратегий, предполагающих ведение бизнеса и выполнение пожеланий гостей, таких как, повышение качества обслуживания, введение абонементов или дополнительных бесплатных услуг.

**Выводы.** Таким образом, можно сделать вывод, что туристы сегодня выбирают высокий уровень сервиса и комфортное пребывание в отеле – эти условия гостиницы должны предоставить своим клиентам, чтобы полностью удовлетворить их пожелания, для того чтобы гости захотели вернуться именно в эту гостиницу еще раз. На сегодняшний день гостиничный бизнес является быстро развивающейся частью туристической отрасли, где создаются успешные концепции и условия для удовлетворения растущих запросов потребителей.

#### **Список использованных источников:**

1. Леушина, О.В. Корпоративная культура как инструмент повышения конкурентоустойчивости гостиничного предприятия / О.В. Леушина, С.П. Киселев, Т.П. Приходько // Актуальные тренды в экономике и финансах: Материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. – Омск : Омский филиал Финансового ун-та при Правительстве РФ, 2019. – С. 62-66. – Текст : непосредственный.
2. Нюренбергер, Л.Б. Особенности функционирования современной индустрии средств размещения / Л.Б. Нюренбергер, С.П. Киселев // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: Сборник научных статей 9-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В

3-х томах. Ответственный редактор А.А. Горохов. – Курск : Юго-Западный гос. ун-т, 2019. – С. 307-310. – Текст : непосредственный.

3. Севрюков, И.Ю. Влияние процессов глобализации на индустрию туризма и гостеприимства / И.Ю. Севрюков, Т.П. Приходько, Р.А. Якшигулов // Экономика и управление предприятиями, отраслями, комплексами на современном этапе глобализации: Сборник научных трудов V Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Под общей редакцией О.М. Дюжиловой, Г.Г. Скворцовой. – Тверь : Изд-во Тверского гос. техн. ун-та, 2020. – С. 21-26. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, гостеприимство, отель, услуга, турист, категория, гостиница, комфорт, сервис.

**Keywords:** tourism, hospitality, hotel, service, tourist, category, hotel, comfort, service.

УДК 379.85

**Садрисламова В.А.,**  
лаборант Кунгурской лаборатории-стационара,  
Горный институт УрО РАН,  
г. Пермь, Россия

### **АГРОТУРИЗМ НА ТЕРРИТОРИИ КУНГУРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОКРУГА**

**Агротуризм на территории Кунгурского муниципального округа.** В современных реалиях санкционного давления и ограничения всё больше россиян выбирают отдых внутри страны, и на запросы внутреннего туризма начинает откликаться местный бизнес, но не все субъекты РФ могут похвастаться благоприятными климатическими условиями, наличием природных объектов. Альтернативные виды туризма начинают набирать популярность. Самым массовым видом туризма может стать сельский (аграрный или экологический), который доступен во всех уголках нашей необъятной Родины. В статье предлагается территория для развития аграрного туризма в Кунгурском муниципальном округе. Выбранная территория расположена у парка отдыха «Белогорье», недалеко от Белогорского Свято-Никольского мужского монастыря. Агропарк будет способствовать развлечению и досугу гостей парка отдыха и туристов, которые приехали на Кунгурскую землю для посещения двух главных достопримечательностей: Кунгурской ледяной пещеры и Белогорского монастыря.

**Agrotourism on the territory of the Kungursky municipal district.** In the modern realities of sanctions pressure and restrictions, more and more Russians are choosing to rest inside the country, and local businesses are beginning to respond to the requests of domestic tourism, but not all subjects of the Russian Federation can boast of favorable climatic conditions, the presence of natural objects. Alternative types of tourism are beginning to gain popularity. The most popular type of tourism can be rural (agricultural or ecological), which is available in all corners of our vast Homeland. The article proposes a territory for the development of agricultural tourism in the Kungur municipal district. The selected territory is located near the recreation park «Belogorye», not far from the Belogorsky St. Nicholas Monastery. The agropark will contribute to the entertainment and leisure of the guests of the recreation park and tourists who came to the Kungur land to visit the two main attractions: Kungur Ice Cave and Belogorsky Monastery.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Агротуризм в России еще только начинается развиваться и является самым перспективным видом туризма. Данную тему поднимает Е.В. Ельникова [4], говоря о необходимости закрепления в общем классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) аграрного туризма. Агротуризм рассматривается как отдельный вид сельского туризма.

**Выделение нерешенной проблемы.** В условиях санкционной политики недружественных стран всё больше россиян предпочитают отдых внутри страны. Традиционные маршруты не справляются с таким внушительным наплывом туристов и многие предпочитают выбирать альтернативный отдых. Одним из современных и популярных видов отдыха стал сельский, аграрный или экологический туризм.

**Цель статьи.** Целью данной статьи является создание агропарка для развития агротуризма в Кунгурском муниципальном округе.

**Изложение основного материала.** На гербе Кунгурского муниципального округа изображен серебряный рог изобилия, наклонённый вниз, из которого сыплются золотые колосья разного хлеба [3], что символизирует богатый урожай, плодородные земли и разнообразие крупного рогатого скота.

Округ богат агропредприятиями: СПК «Колхоз им. Чапаева», ООО «Агрофирма «Труд», ООО «Агрофирма «Ранний Рассвет», СПК «Кинделино», ООО «Агропредприятие «Заря», ООО «Родник», КФХ Хавыев Алмаз Альбертович, КФХ Хавыев Айнур Альбертович, ООО «Кылосовское», КФХ Бахаев Хасан Тимурович, ООО «Новая жизнь», ООО «ТорАгро», АО «Кунгурская по племенной работе», КФХ Хамидуллин Айбулат Рашитович и КФХ Заборских Денис Викторович [9]. Агропредприятия производят широкий ассортимент продукции, который продается в краевой столице и в южных муниципалитетах края.

Крупнейшим сельскохозяйственным предприятием в Пермском крае является агрохолдинг «Труд». Холдинг основан в 1993 году и в его состав входят 5 заводов: семенной, рапсовый, комбикормовый, молочный, мясоперерабатывающий, а также инновационные подразделения, осуществляющие деятельность по направлениям племенного животноводства КРС и растениеводства [9]. Агрохолдинг расположен в селе Троельга, в 37 км от парка отдыха «Белогорье».

Кунгурский округ является самым густонаселённым в Пермском крае, плотность населения вдоль автомобильной трассы федерального значения Екатеринбург – Пермь и Свердловской железнодорожной магистрали составляет от 15 до 25 чел. на 1 кв. км [3].

В округе находятся две самые узнаваемые и достопримечательности Прикамья – Кунгурская ледяная пещера и Белогорский Свято-Николаевский мужской монастырь.

На сегодняшний день в нормативно-правовых актах отсутствует определение «агротуризм», его обычно заменяют сельским или экологическим туризмом. Согласно Федеральному закону № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. (ред. от 28.05.2022) сельский туризм – это туризм, предусматривающий посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до тридцати тысяч человек, в целях отдыха, приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомления с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения материальной выгоды с возможностью предоставления услуг по временному размещению, организации досуга, экскурсионных и иных услуг. Деятельность по оказанию услуг в сфере сельского туризма осуществляется сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с требованиями, установленными Правительством Российской Федерации [1].

Министерством сельского хозяйства Российской Федерации ежегодно проводится отбор проектов развития сельского туризма в рамках реализации федерального проекта «Развитие сельского туризма» Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, утверждённой постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г № 717 [8]. Средства можно направить на создание инфраструктуры для гостей, благоустройство территории, покупку оборудования и другие цели.

Депутатам Законодательного Собрания Пермского края в 2022 г. представили стратегию развития агропромышленного комплекса Прикамья. Разработчики стратегии предлагали создать пермский агропарк на территории Куединского района или села Лобаново. На территории парка могут проводиться ярмарки, выставки и мероприятия регионального и национального уровней [6].

Предлагаем для реализации этого проекта использовать территорию Кунгурского муниципального округа по двум причинам:

1) Кунгурский муниципальный округ уже имеет опыт в реализации туристической агродеревни «Степаново городище» в Ленском сельском поселении. Агродеревня открылась летом 2014 года. В туристический комплекс входят деревянные избы, баня, музейная комната «Старинная утварь», зооферма. На фермерском подворье раньше содержались кони, коровы, козы, бараны, куры и гуси. Предполагалось, что туристы могут подоить корову, поухаживать за животными, вскопать грядки. На сегодняшний день поголовье снижается и остаются неприхотливые домашние животные (гуси, утки, куры и кони), из экзотических – енот и волнистые попугаи. В агродеревне часто проходят экскурсии для школьников, они могут погладить и покормить животных.

2) Успешным частным бизнес-проектом в области экотуризма в Кунгурском муниципальном округе является ООО «Парк отдыха «Белогорье» у подножия Белой горы. За два года создана вся инфраструктура, динамично развивается и преобразуется территория у культурно-исторической достопримечательности Пермского края. Создана единственная в округе экологическая тропа, протяжённостью 2,1 км. Парк отдыха работает круглогодично, в зимний период активно функционирует горнолыжный комплекс.

Для развития сельского, гастрономического, этнического, событийного, аграрного, рекреационного и экологического туризма был создан портал «Росагротуризм.РФ» (<https://росагротуризм.рф/>). Задача портала помочь жителям российских городов найти себе место отдыха в родной стране, а сельским предпринимателям продвигать свои услуги для населения, сохраняя деревни и сёла [5]. На портале ежедневно публикуются новости сферы сельского туризма России и мира.

На территории Пермского края можно выделить 6 основных зооферм, которые предлагаются для выездного посещения:

- 1) Нытвинский район, с. Сергино. Конный клуб «Слобода».
- 2) Пермский район, д. Качка. Страусиная ферма «Страус Парк».
- 3) Пермский район, д. Фомичи. Хаски-центр «Уральский олимп».
- 4) Пермский район, д. Заосиново. Страусиная ферма «Красавинский хуторок».
- 5) Пермский район, п. Ферма. Конноспортивный комплекс.
- 6) Добрянский район, д. Залесная. Конноспортивный клуб «Престиж».
- 7) Оханский район, с. Беляевка. Мараловая ферма «Оленья застава».

Все вышеперечисленные зоофермы в основном расположены у краевой столицы и поездки связаны лишь с посещением одного объекта. Предлагаем создание агропарка в Кунгурском муниципальном округе, так как округ имеет постоянный туристический поток, благодаря двум главным достопримечательностям – Кунгурская ледяная пещера и Белогорский Свято-Николаевский мужской монастырь.

Проанализировав всю информацию, рекомендуем создать агропарк на территории экокорта «Белогорье». Автором составлена картосхема предлагаемого участка для агропарка (Рисунок 1). Самым главным фактором создания тут агропарка является уже существующая современная инфраструктура. Агропарк разместится на противоположной стороне от туристического комплекса, что не будет доставлять неудобств туристам, которые желают отдохнуть от городской суеты.

В агропарке можно будет сделать великолепные фотографии (стилизованные локации), заглянуть в ремесленные и творческие мастерские, покормить животных и птиц, побродить в кукурузном лабиринте и приобрести натуральную продукцию местных фермеров, а также провести различные праздники и обряды русской деревни.

Агропарк будет привлекать как организованные группы, которые приехали в округ для посещения двух главных туристических объектов, так и для отдыхающих экокорта «Белогорье», станет приятным времяпрепровождением.

**Выводы.** В создании агропарка как места отдыха в Кунгурском округе есть все предпосылки:

- 1) Стимулом для развития внутреннего туризма являются санкционная политика недружественных стран.
- 2) Возможность ежегодно участвовать в гранте «Агротуризм», проводимый Министерством сельского хозяйства Российской Федерации.
- 3) Для продвижения сельской местности создан сервис бронирования объектов – портал «Росагротуризм.РФ».
- 4) Транспортная доступность автомобильным и железнодорожным транспортом (автомобильная дорога федерального значения Р-242 Пермь – Екатеринбург и участок Пермь – Кунгур – Екатеринбург железной дороги – часть Транссибирской железнодорожной магистрали).
- 5) Выгодное географическое положение у подножия Белой горы выбранного объекта, что будет способствовать постоянному притоку туристов.
- 6) Благодаря близости агрохолдинга «Труд», не будет трудностей в квалифицированных кадрах для создания агропарка. В летний период можно организовать производственные практики для студентов кунгурского колледжа (ГБПОУ «Кунгурский колледж агротехнологий и управления») и летнее трудоустройство подростков.

7) Создание новых рабочих мест, что сократит отток трудоспособного населения из сельской местности.

8) Агропарк может стать отличным местом для проведения выходных всей семьей. Так как подрастающее поколение, растущее в городской среде, изучает многие процессы лишь по социальным сетям и видеохостингам, школьники смогут поучаствовать в процессе наблюдения за дикими животными, в уходе за домашними животными, а также в обработке земли, сборе лесных ягод и др.

9) На территории агропарка возможны изготовление и продажа различной сувенирной продукции. Кунгурский край богат мастерами камнерезных, гончарных и кузнечных дел.

10) Возрождение местных традиций и обрядов русской деревни (празднования, связанные со сменой времён года и датами православного календаря).

В обобщении сказанного, хочется отметить, что развитие агротуризма положительно скажется на общем благосостоянии сельской местности и Кунгурского муниципального округа.

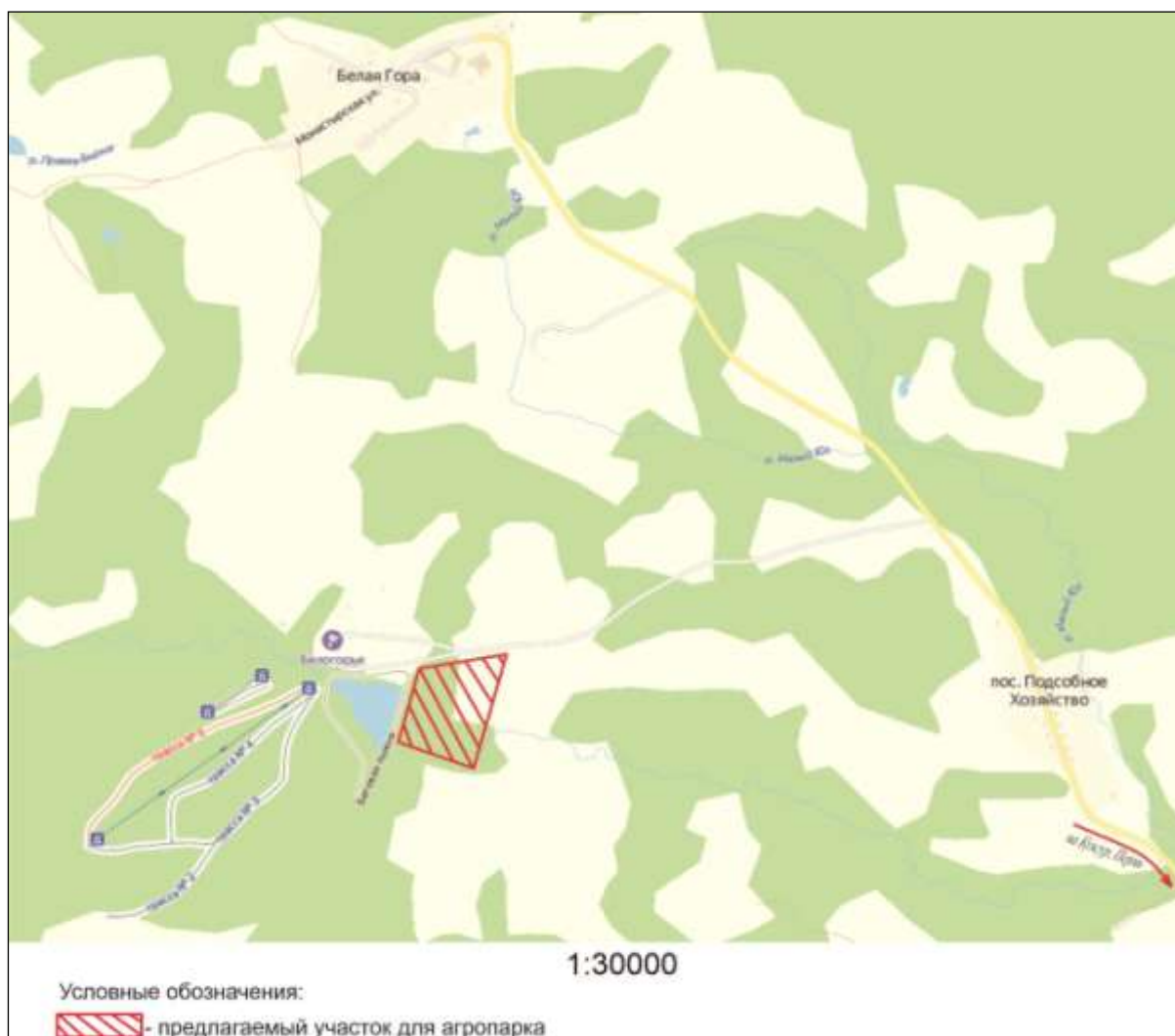


Рисунок 1 – Картосхема предлагаемого участка для агропарка (составлено автором)

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс». – Текст: электронный // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (дата обращения: 21.09.2023).
2. Решение Кунгурской городской Думы от 9 июня 1995 г. № 72 «О гербе города Кунгура». – Текст: электронный // URL: <https://zakon-region2.ru/1/152730/>.



3. Атлас География Пермского края: учебное-справочное пособие / под ред. А.А. Зайцева, С.В. Пьянкова, Н.В. Бажуковой; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020. – 49 с. – Текст : непосредственный.
4. Ельникова, Е.В. Агротуризм как вид деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей / Е.В. Ельникова // Аграрное и земельное право. – 2023. – № 4 (220). – С. 136-140. – Текст : непосредственный.
5. Росагротуризм.РФ: Официальный сайт портала бронирования. – Текст: электронный // URL: <https://росагротуризм.рф/about-us/> (дата обращения: 05.10.2023).
6. Законодательное Собрание Пермского края: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://zsperm.ru/s1/archive/news/detail.php?ID=117391> (дата обращения: 05.10.2023).
7. Кунгурский муниципальный округ: Официальный сайт администрации. – Текст: электронный // URL: <https://kungurregion.ru/> (дата обращения: 21.09.2023).
8. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://mcx.gov.ru/ministry/departments/departament-razvitiya-selskikh-territoriy/industry-information/info-federalnyu-proekt-razvitie-selskogo-turizma/> (дата обращения: 02.10.2023).
9. ООО «Агрофирма «Труд»: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://oootrud.ru/> (дата обращения: 11.10.2023).

**Ключевые слова:** агротуризм, агропарк, Кунгурский муниципальный округ, сельский туризм.

**Keywords:** agrotourism, agropark, Kungur municipal district, rural tourism.

УДК 338.48

**Стельмах Е.А.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,

**Масимова А.Н.,**

обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризмование»,  
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, Россия

## **ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

**Оценка структуры и динамики внутреннего туризма Краснодарского края.** В данной статье рассматриваются оценка структуры и динамики внутреннего туризма Краснодарского края с целью создания привлекательного турпродукта для всех возрастных групп туристов. Главным направлением оценки структуры и динамики внутреннего туризма Краснодарского края является нахождение баланса между сохранением природной среды и социально-экономическими потребностями населения.

Рассмотрены Законы Краснодарского края: «О государственной поддержке санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края», «О туристской деятельности в Краснодарском крае», «Об особо охраняемых природных территориях Краснодарского края», «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Краснодарского края», «О перечне объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), расположенных на территории Краснодарского края»; представлена динамика туристского потока в Краснодарском крае с 2016 по 2022 год. Дана оценка туристскому потоку Краснодарского края в сравнении с Южным федеральным округом и Российской Федерацией. Проанализировано число коллективных средств размещения в Краснодарском крае. Систематизированы основные санаторно-курортные города и районы Краснодарского края (Анапа, Геленджик, Темрюкский район, Горячий Ключ, Ейский район, Сочи).

**Assessment of the structure and dynamics of domestic tourism in the Krasnodar region.** This article discusses the assessment of the structure and dynamics of domestic tourism in the Krasnodar Territory with the aim of creating an attractive tourism product for all age groups of tourists. The main direction of assessing the structure and dynamics of domestic tourism in the Krasnodar Territory is to find a balance between preserving the natural environment and the socio-economic needs of the population.

The laws of the Krasnodar Territory are considered: «On state support of the sanatorium-resort and tourist complex of the Krasnodar Territory», «On tourism activities in the Krasnodar Territory», «On specially protected natural areas of the Krasnodar Territory», «On natural healing resources, medical and recreational areas and resorts of the Krasnodar Territory region», «On the list of cultural heritage sites (historical and cultural monuments) located on the territory of the Krasnodar Territory»; The dynamics of the tourist flow in the Krasnodar region from 2016 to 2022 is presented. An assessment is made of the tourist flow of the Krasnodar Territory in comparison with the Southern Federal District and the Russian Federation. The number of collective accommodation facilities in the Krasnodar region is analyzed. The main sanatorium-resort cities and districts of the Krasnodar Territory (Anapa, Gelendzhik, Temryuk district, Goryachiy Klyuch, Yeisk district, Sochi) are systematized.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Научная проблематика развития внутреннего туризма Краснодарского края освещается в трудах таких авторов, как Антошкина А.В. [3], Куделя А.О. [1], Максимова Д.В. [2], Погорелов А.В. [1], и др.

Основным содержанием их работ являются современное состояние, перспективы развития данного вида туризма, а также рассматриваются основные направления оценки структуры и динамики внутреннего туризма Краснодарского края.

**Выделение нерешенной проблемы.** Учитывая научные достижения указанных авторов, необходимо отметить, то, что, несмотря на глубину современных разработок данной темы, необходимы новые подходы к созданию эффективных стратегий и планов по совершенствованию туристической отрасли региона, а также меры по решению многих проблем.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в оценке структуры и динамики внутреннего туризма Краснодарского края.

**Изложение основного материала.** Туристско-рекреационная деятельность в Краснодарском крае регламентируется следующими региональными нормативно-правовыми актами [8]:

- Закон Краснодарского края от 15.07.2005 № 888-КЗ «О государственной поддержке санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края»;
- Закон Краснодарского края от 25.10.2005 № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае»;
- Закон Краснодарского края от 31.12.2003 № 656-КЗ «Об особо охраняемых природных территориях Краснодарского края»;
- Закон Краснодарского края от 07.08.1996 № 41-КЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Краснодарского края»;
- Закон Краснодарского края от 17 августа 2000 г. № 313-КЗ «О перечне объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), расположенных на территории Краснодарского края».

Краснодарский край считается всесезонным санаторно-курортным и туристским центром. Кроме того, регион является конкурентоспособным, инновационным и играет важную роль в развитии российского туристического рынка.

Туристический поток на курорты Краснодарского края в 2022 году увеличился по сравнению с докарантинным 2019 годом: по итогам на Кубань совершили больше 20 млн. туристических поездок (Рисунок 1) [4].

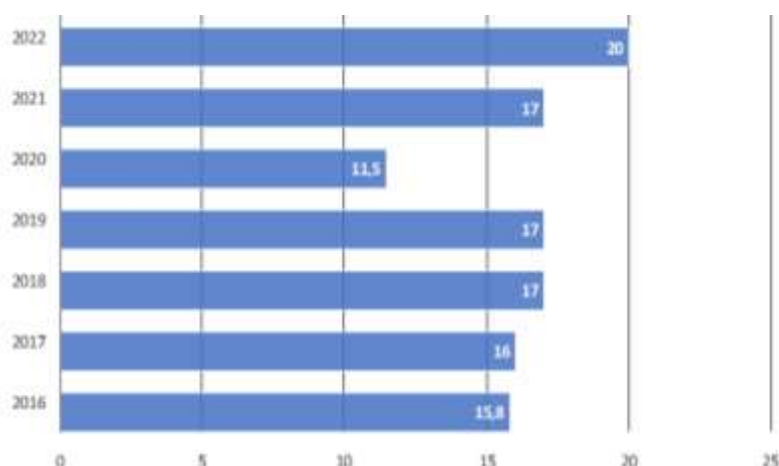


Рисунок 1 – Динамика туристского потока в Краснодарском крае с 2016 по 2022 год

Туристский поток в Краснодарском крае ежегодно остается стабильным и в последнее время имеет тенденцию к повышению. Рассмотрим подробнее туристский поток в 2022 году (Таблица 1) [7].

Можем заметить, что туристический поток Краснодарского края составил около 14% от всего турпотока Российской Федерации. При этом направление региона является приоритетным по туризму среди остальных субъектов Южного федерального округа страны.

Сегодня гостиничный бизнес в Краснодаре является мощной экономической системой и важной частью экономики туризма. В туристических городах Краснодарского края наблюдается тенденция к расширению спектра услуг, предлагаемых гостиницами различного назначения. Наряду с традиционными гостиницами существуют гостиницы, предлагающие широкий спектр услуг, и специализированные отели. На Черноморском побережье расположено наибольшее количество гостиниц, 65% из которых составляют средние и малые гостиницы [3].

Таблица 1 – Оценка туристского потока Краснодарского края в сравнении с ЮФО и РФ (составлено авторами)

Месяц	Турпоток Краснодарского края (чел.)	Турпоток Южного федерального округа (чел.)	Турпоток Российской Федерации (чел.)
Январь	646352	930841	8318513
Февраль	556966	786453	6919088
Март	707728	946614	8304384
Апрель	2136057	2731144	12736085
Май	2097945	2815150	13188320
Июнь	2198900	3101895	15434164
Июль	3323878	4831535	20639939
Август	2719880	4209560	17957454
Сентябрь	1896952	2846025	12356146
Октябрь	1654833	2100549	9173331
Ноябрь	1243708	1811579	8342665
Декабрь	937754	1341580	7904495
Всего за год	20121753	28452925	141274584

Число коллективных средств размещения Краснодарского края за последние годы представлено на рисунке 2 [6].

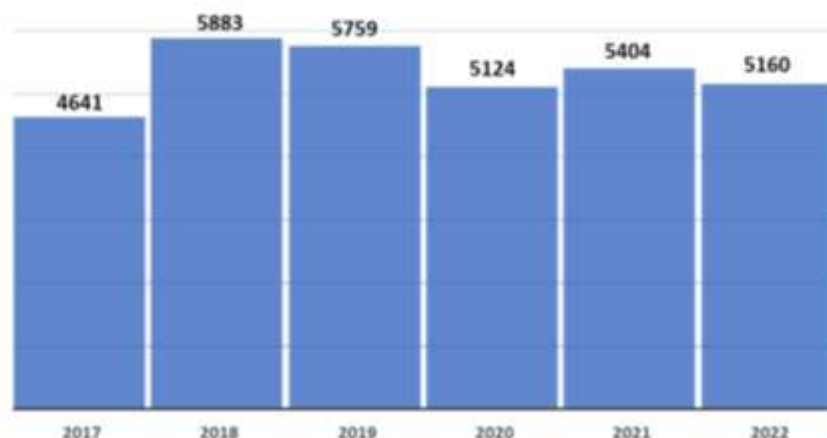


Рисунок 2 – Число коллективных средств размещения в Краснодарском крае

В Краснодарском крае в 2022 году осуществляли деятельность 5160 коллективных средств размещения. Из них 1966 функционировали круглый год, 3194 – сезонно. За этот период было размещено 9 706 600 человек, из них 9 611 900 – граждане России и 94 700 – иностранцы [6].

По продолжительности пребывания около 50% составляет краткосрочное пребывание гостей длительностью 1-4 суток, 30% гостей останавливались в гостиницах на 5-7 дней, 20% – на 8-14 дней, меньшую часть составляет проживание более 15 дней.

Номерной фонд коллективных средств размещения в 2022 году составил 206 тысяч номеров, число ночевков – 60,7 млн., а доход от предоставления услуг – 163,5 млрд. рублей [6].

Таким образом, инфраструктура коллективного размещения в регионе развивается достаточно хорошо, присутствует сбалансированный подход к формированию гостиничной инфраструктуры по территории региона.

Краснодарский край является одним из тех субъектов РФ, который может похвастаться развитием большинства видов туризма и их всесезонностью [2].

Благодаря сочетанию благоприятных климатических условий и наличию месторождений минеральных вод и лечебных грязей, Краснодарский край по праву считается здравницей России, фактически единственным приморским бальнеологическим и курортно-рекреационным центром, привлекающим туристов не только со всей страны, но и с ближнего и дальнего зарубежья.

В Краснодарском крае работает почти 200 здравниц. Санатории и пансионаты с лечением предлагают своим гостям более 500 оздоровительных программ, включающих профилактику и лечение практически всех известных современной медицине заболеваний [5]. Города и районы Краснодарского края, пользующиеся наибольшим спросом в лечебных и оздоровительных целях, рассмотрены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные санаторно-курортные города и районы Краснодарского края (систематизировано автором)

Город/район	Лечебные возможности	Санаторно-курортные организации
Анапа	На территории города находятся 6 месторождений минеральных вод и 2 месторождения лечебной грязи	ООО «Лесное озеро», ОАО Санаторий «Анапа-Океан»
Геленджик	Отличается своим исключительным воздухом, состоящим из аэроионов, которые могут оказывать благоприятное воздействие на организм человека. Здесь настоящий морской воздух с запахом хвои сосен, произрастающих у самого берега моря. Хорошо действует на сердечно-сосудистую систему человека, очищает легкие и способствует скорейшему восстановлению сил.	ООО ЛОК «Горизонт», ОАО «Красная Галка», Пансионат отдыха «Кавказ», Санаторий «Солнечный», ЗАО Пансионат «Кабардинка»

Продолжение Таблицы 2

Темрюкский район	Около 40 вулканов расположено на Таманском полуострове. Вулканическая грязь содержит множество биологических веществ и важных микроэлементов. Если грязь регулярно применять, то она будет служить вспомогательным методом лечения радикулитных заболеваний.	Пансионат «Надежда», Пансионат «Лада», Гостевой дом «Виноградная лоза»
Горячий Ключ	Обладает 4 месторождениями минеральных вод, 1 общедоступным питьевым бюветом, воды которых применяются для ванн и питьевого лечения радикулитных заболеваний.	ЗАО Санаторий «Горячий Ключ», ООО Санаторий «Изумрудный»
Ейский район	Один из наилучших бальнеологических и грязевых курортов на Азовском море. В этом районе открыты 2 месторождения лечебных грязей, а также 2 месторождения минеральных вод.	Санаторий «Ейск»
Сочи	Имеется Имеретинское месторождение лечебной грязи, а также 6 месторождений минеральных вод.	ЗАО Санаторий «Известия»

Пляжные курорты привлекают любителей спокойного времяпрепровождения и размеренного отдыха. При общей площади пляжей в 1 246 035 кв. м. в среднем приходится 3,38 человека на один кв. м. [1]. Туристическая привлекательность пляжного отдыха в Краснодарском крае высокая в силу разнообразия выбора и качества курортов (Сочи, Анапа, Ейск, Темрюк, Геленджик и др.).

Благодаря Олимпийским играм 2014 года в горной части Сочи были построены современные горноклиматические курорты «Красная Поляна», «Горки Город», горно-туристический центр «Газпром» общей вместимостью более 6 тысяч номеров. Одновременно эти курорты могут принять более 13 000 гостей, а всего горные курорты Сочи могут принять около 30 000 гостей.

Для тех, кто любит новые впечатления, в регионе хорошо развит круизный туризм. Например, единственный в России черноморский круизный лайнер «Князь Владимир» ходит по маршруту Сочи – Сухум (Абхазия) и возвращается в порт приписки Сочи. Это полноценный плавучий отель, где есть все необходимое для безопасного и комфортного отдыха: 337 кают различных категорий (эконом, стандарт и люкс), 2 ресторана, 4 бара, SPA-зона, 4 открытых бассейна, концертная площадка, дискотека, кинотеатр, детская игровая комната и многое другое [1].

**Выводы.** Таким образом, рассмотрены основные региональные нормативно-правовые акты регулирования туристической деятельности на территории Краснодарского края. Проведено исследование динамики развития внутреннего туризма в регионе с помощью изучения статистики туристского потока и сравнения с предыдущими годами, целей туристов, посещающих Краснодарский край, подробно изучено развитие коллективных средств размещения. Дана характеристика видов туризма, наиболее развитых в регионе: пляжного, лечебно-оздоровительного, горнолыжного, пешеходного, гастрономического, винного, экологического, этнотуризма, круизного, а также активных видов отдыха.

#### **Список использованных источников:**

1. Погорелов, А.В. Проблемы развития территорий Азово-Черноморского побережья Краснодарского края. Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы / А.В. Погорелов, А.О. Куделя. – Краснодар, 2017. – № 1. – С. 229-232. – Текст : непосредственный.
2. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край: Монография / коллектив авторов; под ред. Д.В. Максимова. – Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2016. – 309 с. – Текст : непосредственный.
3. Антошкина, А.В. Анализ и тенденции развития гостиничной индустрии Краснодарского края // А.В. Антошкина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 3 (45). – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-tendentsii-razvitiya-gostinichnoy-industrii-krasnodarskogo-kraya>.
4. Ассоциация Туроператоров России: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://www.atorus.ru/node/50839>.

5. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/informatsiya/prioritetnye-napravleniya-turizma/balneologiya>.
6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://23.rosstat.gov.ru>.
7. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.
8. Электронный фонд более 70 000 000 актуальных правовых и нормативно-технических документов. – Текст: электронный // URL: <https://docs.cntd.ru/>.

**Ключевые слова:** туризм, внутренний туризм, туризм в Краснодарском крае, туристический потенциал, гостиничная инфраструктура, перспективные виды туризма, туристическая инфраструктура.

**Keywords:** tourism, domestic tourism, tourism in the Krasnodar region, tourism potential, hotel infrastructure, promising types of tourism, tourism infrastructure.

УДК 338.48

Удалых С.К.,  
кандидат экономических наук, доцент,  
заместитель руководителя,  
Иркутское региональное отделение,  
Российская академия естественных наук,  
г. Иркутск, Россия

### **СОЗДАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ФОНДА КАК ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ РАЗНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

**Создание гостиничного фонда как основы развития разных видов туризма: региональный аспект.** В данной статье рассматриваются проблемы создания гостиниц и других мест размещения на примере Байкальской природной территории (БПТ). Эта территория постепенно входит в перечень ведущих российских туристских зон, основой каждой из них выступает гостиничная сфера. В советский период создание гостиничного хозяйства происходило по остаточному принципу; в результате чего номерного фонда в стране катастрофически повсеместно не хватало, и размещение на временное проживание командированных лиц, туристов и других граждан почти всегда было большой проблемой.

Особенностями российской туристской индустрии в последние годы является взрывной характер развития ее важнейшей составляющей – гостиничного хозяйства. Этому способствовали объективные и субъективные факторы. К объективным факторам относятся те, которые полностью закрыли или резко ограничили выезд туристов из России в другие страны (пандемия, иностранные санкции); такая ситуация привела к необходимости срочного развития внутреннего туризма и еще более срочного создания соответствующей индустрии гостеприимства. Субъективным же фактором можно считать личное участие в ускоренном развитии туризма и его гостиничной инфраструктуры Президента России В.В. Путина и Председателя Правительства РФ М.В. Мишустина, которые за относительно короткий период времени предложили исполнительной власти разных уровней пакеты прямых поручений и конкретных организационно-распорядительных документов по формированию современной российской туристской индустрии. Подобный таргетированный подход позволил впервые в практике России развивать туристическую индустрию – одну из социальных отраслей экономики темпами, превышающими средние темпы роста хозяйства страны и ряда ведущих отраслей материального сектора.

**Creation of a hotel fund as a basis for the development of various types of tourism: regional aspect.** This article discusses the problems of creating hotels and other places of accommodation on the example of the Baikal Natural Territory (BPT). This territory is gradually included in the list of leading Russian tourist zones, the basis of each of them is the hotel sector. In the Soviet period, the creation of a hotel economy was carried out on a residual basis; as a result, there was a catastrophic shortage of rooms

everywhere in the country, and temporary accommodation for business travelers, tourists and other citizens was almost always a big problem.

The peculiarities of the Russian tourism industry in recent years are the explosive nature of the development of its most important component – the hotel industry. Objective and subjective factors contributed to this. Objective factors include those that have completely closed or sharply restricted the departure of tourists from Russia to other countries (pandemic, foreign sanctions); this situation has led to the need for urgent development of domestic tourism and even more urgent creation of an appropriate hospitality industry. A subjective factor can be considered the personal participation in the accelerated development of tourism and its hotel infrastructure of the President of Russia V.V. Putin and Prime Minister of the Russian Federation M.V. Mishustin, who in a relatively short period of time offered the executive authorities of different levels packages of direct instructions and specific organizational and administrative documents for the formation of the modern Russian tourism industry. Such a targeted approach made it possible for the first time in the practice of Russia to develop the tourism industry – one of the social sectors of the economy at a rate exceeding the average growth rates of the country's economy and a number of leading sectors of the material sector.

**Анализ последних исследований.** Различные исследования в области эффективного развития российского гостиничного хозяйства в последнее время успешно ведутся учеными и специалистами ряда университетов страны, в т.ч. в гг. Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Краснодар, Казань, Рязань, Белгород, Нижневартовск, Новосибирск, Иркутск, Улан-Удэ, Чита, Владивосток и др. Существенным продвижением являются современные научно-практические разработки госкорпораций «ВЭБ.РФ» и «Туризм.РФ», а также «Сбербанк» по туристскому освоению Байкальской природной территории (БПТ). Важный вклад в развитие теории туризма и индустрии гостеприимства вносят комплексный проект «Мастер-план Байкальска» (разработан компанией «Байкал-Центр»), проект «Байкал: Великое озеро Великой страны» (разработан Аналитическим центром при Правительстве РФ) [4], мастер-план туристической территории «Байкальская слобода» на берегу Ангары (разработан Правительством Иркутской области).

**Выделение нерешенной проблемы.** Наблюдается хаотичное и некомплексное развитие гостиничной сферы; гостиницы и места размещения создаются без учета специфики отдельных видов туризма; вводятся весьма высокие тарифы на услуги гостеприимства; медленно повышается качество этих услуг и т.д.

**Цель исследования** – способствовать формированию общественного понимания того, что гостиничное хозяйство является основой для развития разных видов туризма. Каждый вид туризма имеет свои специфические организационные и технологические особенности, но общим для всех видов туризма нужно считать достойное состояние и эффективная организация мест размещения путешественников.

#### **Изложение основного материала.**

1. Для прорывного развития туризма в России, в т.ч. на БПТ была впервые применена, по нашему мнению, технология комплексного таргетирования. Содержание подобного подхода состояло в заблаговременном формировании административной, законодательной, стратегической, финансовой и информационной основы; в такую основу входят следующие основные элементы:

– создание государственного административно-регулирующего центра (Федеральное агентство по туризму - «Ростуризм»), функции которого позже были существенно усилены путем их передачи в Минэкономразвития РФ;

– создание законодательной базы (Федеральный закон о туристской деятельности и проект нового более совершенного Федерального закона развития этой отрасли);

– принятие пакета государственных стратегических документов (национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», «Стратегия развития туризма до 2035 года», Государственная программа «Развитие туризма до 2030 года», региональные программы развития туризма);

– создание инвестиционно-финансовых и организационных федеральных центров (госкорпорации «Туризм.РФ» и «ВЭБ.РФ»);

– формирование комплексной информационно-цифровой базы (Единые федеральные реестры туроператоров и турагентств, экскурсоводов-гидов и гидов-переводчиков; Единая информационная система «Электронная путевка»);

– организация поддержки делового сообщества (Комиссии по развитию туристской деятельности в Торгово-промышленной палате России, Российском союзе промышленников и предпринимателей, объединении «Опора России»);

– назначение особого куратора, ответственного за развитие туристской индустрии в стране из числа заместителей Председателя Правительства РФ.

В итоге такого комплексного таргетирования в этой сфере отмечается ускоренное устранение системных проблем и наблюдаются серьезные подвижки и положительные изменения. Рассмотренная технология таргетирования эффективного развития туристской индустрии может быть использована и для других индустриальных отраслей.

2. В соответствии с потребностями российских граждан и иностранных туристов и с учетом природных, исторических, культурных и производственных условий на территории БПТ реально развиваются разные виды туризма: культурно-познавательный, научно-популярный, деловой, экологический, сельский, промышленный, горнолыжный, медицинский, молодежный, детский, гастрономический, круизный, яхтенный, БАМ-туризм и др. [5]. Для каждого из этих видов туризма должна быть создана соответствующая индустрия гостеприимства.

3. Гостиничное хозяйство БПТ в общем виде характеризуется следующими показателями:

– по данным Агентства по туризму Иркутской области на начало 2023 г. на территории этой области функционировало 667 коллективных и иных средств размещения (КСР). Из 667 КСР классифицировано 304, из них: категорию «пять звезд» имели только 3 КСР, категорию «четыре звезды» только 20, категорию «три звезды» – 43, категорию «две звезды» – 40, категорию «1 звезда» – 21, категорию «без звезд» – 177 КСР. Общие услуги гостиниц и аналогичных средств размещения в 2022 г. составили 2610,4 млн. рублей, т.е. выросли на 15% по сравнению с 2021 г. [2]. Основная индустрия гостеприимства Приангарья размещается в г. Иркутске, где можно выделить несколько ведущих гостиниц: «Иркутск» (163 номера), «БайкалБизнесЦентр» (58), «Русь» (58), «Солнце» (58), «Ангара» (280), «History» (40), «Отель Courtyard Marriott» (208), «Европа» (68), «Империя» (49), «Irkutsk City Center (90), «Ibis Иркутск Центр» (128). В Иркутской области (в г. Иркутске, Ольхонском и Слюдянском районах) с лета 2023 г. начали действовать 10 модульных отелей для временного размещения путешественников;

– индустрия гостеприимства интенсивно развивается: к 2025 г. номерной фонд, например, г. Иркутска увеличится на 1800 номеров. Так, уже возводятся конкретные гостиницы, или практически решены вопросы их возведения, или находятся на разных стадиях разрешения проекты ряда современных гостиниц: отель сети Azimut Hotels, модульный отель «Байкал-Аляска» (24 отдельных модуля, отель «Родина» (в здании Востсибуголь), отель рядом с усадьбой Сухачева, отель на месте Курбатовских бань, два отеля в районе Чертугеевского залива (Иркутское водохранилище), отель на углу улиц Марата и Чкалова, межвузовский кампус и др. На территории особой экономической турзоны «Ворота Байкала» также решаются вопросы создания нескольких отелей разных категорий и кемпингов.

4. Основные виды туризма, развиваемые на БПТ и требующие должной организации индустрии гостеприимства, следующие:

– культурно-познавательный туризм. Этот обширный вид туризма можно считать одним из самых массовых увлечений отечественных и иностранных путешественников. БПТ – огромная земля, на которой расположено множество привлекательных природных, исторических и культурных объектов, что можно проиллюстрировать на примере Иркутской области. Основу туристско-рекреационного потенциала составляют озеро Байкал, особо охраняемые территории (ООТ) и памятники природы; на территории региона учтено 47 ООТ и 824 памятника природы. Туристские ресурсы неравномерно распределены по территории области; наиболее перспективной зоной является южное Прибайкалье – в эту зону входят Слюдянский, Иркутский и Ольхонский районы. На территории области действуют 26 санаториев, 180 баз отдыха и домов отдыха, 10 горнолыжных баз, 43 музея, 6 театров, международный выставочный комплекс, до 100 медицинских учреждений, 10 крупных деловых центров и др. Эти объекты интересны в основном двум группам путешественников: для молодежи с целью первоначального познания мира и людям старшего поколения, которые уже многое повидали, но все еще желают больше познать и увидеть. Первая группа туристов (молодежь) размещается, как правило, в недорогих гостиницах (категории «1 звезда» и «без звезд»), а также в студенческих кампусах и кемпингах; туристы же старшего поколения требуют поселения в более комфортабельных гостиницах;



– научно-популярный туризм. Считается новым видом туризма, который развивается ускоренными темпами, т.к. реализуется соответствующее поручение Президента РФ [3]. Научно-популярный туризм – это временные путешествия граждан от 18 до 35 лет в познавательных и профессионально-деловых целях по утверждённым маршрутам. Во время поездки происходит посещение объектов инфраструктуры организаций, которые сопряжены с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью; такие поездки способствуют популяризации достижений российской науки и технологий. Цели научно-популярного туризма: ознакомление широкой аудитории граждан с атмосферой научных исследований, приобретение ими ясного представления о работе ученого; популяризация науки; привлечение молодежи в науку, увеличение количества молодых ученых и внесение ими нового вклада в научно-технологическое развитие страны. Целевая аудитория следующая: студенты, молодые ученые; молодые специалисты, молодые преподаватели, семьи с детьми, иностранные граждане. Можно считать этот вид туризма массовым и молодежным, поэтому необходимы недорогие места для размещения туристов на временное проживание. БПТ располагает огромными ресурсами для успешного развития научно-популярного туризма; эти ресурсы существенно возрастают в связи с созданием на территориях Иркутской области и Республики Бурятия единого научно-образовательного центра (НОЦ) мирового уровня «Байкал». НОЦ – это поддерживаемое регионом объединение вузов, научных организаций с организациями и предприятиями, действующими в реальном секторе экономики. Цель создания центра – это построение современной модели образования, исследований и разработок, основанной на научно-образовательной и производственной кооперации в цепочке «наука-университеты-бизнес». В состав НОЦ «Байкал» по состоянию на 01.10.2023 г. входят 9 университетов, 16 научно-исследовательских и проектных институтов и 18 организаций и предприятий реального сектора экономики;

– деловой туризм. Этот вид туризма интересен, в первую очередь, людям, которые активно занимаются бизнесом и реальным производством товаров и услуг; эти люди заняты поиском прогрессивных идей и новых технологий как в своей стране, так и в других государствах. Инновации чаще всего обсуждаются и демонстрируются на различных форумах, конгрессах, симпозиумах, выставочных и ярмарочных мероприятиях. Российские примеры крупного делового туризма – это Восточный экономический форум, Петербургский международный экономический форум, Красноярский экономический форум, Байкальский экономический форум и др. Кроме того, во многих индустриальных городах России, в т.ч. в регионах БПТ проводятся различные отраслевые форумы, сессии, конференции, симпозиумы и семинары с участием представителей бизнеса страны и иностранных государств. Деловой туризм растет, когда развиваются международные отношения и устанавливаются партнерские связи между компаниями из разных стран. Бизнес-туризм создает рабочие места, развивает экономику и расширяет деловые возможности, налаживает обмен знаниями и опытом, передает технологии между странами и отраслями. Важно отметить, что сфера делового туризма не ограничивается поездками по работе: путешественники в течение поездки знакомятся с историей городов и стран, осматривают достопримечательности и приобщаются к местной культуре. Деловой туризм объединяет бизнес, международные взаимоотношения и культурный обмен, обогащает профессиональный и личностный опыт, превращает поездку в некоторое приключение. Участниками делового туризма являются, как правило, состоятельные люди, поэтому их размещение на проживание происходит в лучших гостиницах (т.е. в местах, удовлетворяющих необходимым критерием и высокому уровню сервиса); при этом выбор места проживания может быть как небольшой местный отель, так и крупная сетевая гостиница;

– промышленный туризм. Промышленный туризм – это специальное направление в турбизнесе, приобретающее все большую популярность. Основная цель такого туризма заключается в посещении производственных объектов разных отраслей экономики. В результате для показа отечественным и иностранным туристам открывается масса зрелищных промышленных объектов. Развитие этого сегмента туристической отрасли способствует повышению престижа российской промышленности, привлечению молодых специалистов, сохранению рабочих мест и популяризации рабочих профессий, развитию региона и его привлекательности. БПТ является мощным крупным индустриальным регионом. На ее территории созданы и далее будут создаваться современные предприятия различных отраслей экономики, использующих отечественное высокопроизводительное оборудование, новейшую технологию, эффективные средства охраны труда и окружающей среды, передовые методы менеджмента. Многие байкальские предприятия и компании при правильной

подготовительной работе смогут стать успешными объектами для развития промышленного туризма. В Иркутской области, например, уже формируются первые элементы промышленного туризма. Так, ведущие крупные предприятия (Иркутский алюминиевый завод, Иркутский авиационный завод, Иркутская нефтяная компания) проводят экскурсии студентов и школьников в рамках профориентационной работы. В Приангарье уже есть организации, почти готовые развивать полноформатный промтуризм. К ним относятся такие 6 компаний: Иркутская нефтяная компания (г. Усть-Кут), компания «Азия Мьюзик Компани» (Иркутский район), швейная фабрика «Усольские узоры» (г. Усолье-Сибирское), Иркутская ГЭС (г. Иркутск), компания «Элит Трейд» (г. Иркутск), компания «Байкалкварцсамоцветы» (Иркутский район). Далее для развития промтуризма можно ориентироваться на предприятия и организации столицы региона – города Иркутск, на отдельные города, находящиеся вблизи, – Шелехов, Ангарск, Усолье-Сибирское и некоторые другие поселения. Например, в двух соседних городах – Иркутске и Шелехове – успешно действующих предприятий и организаций для целей промышленного туризма можно насчитать, как минимум, десять. Участниками этого вида туризма может стать многочисленная российская молодежь в целях ознакомления с существующими профессиями, а также специалисты разных возрастов, интересующиеся особенностями организации и технологии современного промышленного производства. Туристы-молодежь могут размещаться в гостиницах «без звезд» и студенческих кампусах; туристам-специалистам должно быть предложено размещение в отелях «1 звезда» и выше;

– сельский туризм. Сельский туризм – это новый и особый вид туризма для регионов БПТ, объединяющий отдых путешественников в сельской местности в целях приобщения к природе, знакомства с сельским образом жизни, с традициями ведения хозяйства. Приток туристов в сельскую местность объясняется их желанием провести свободное время на лоне природы, почувствовать специфику сельского быта и организации досуга, научиться общаться и даже работать вместе с сельскими жителями. Так, в Иркутской области популярными центрами и объектами сельского туризма стали: деревня Бугульдейка, белорусская деревня Тургеневка, пос. Усть-Ордынский, усадьба Тюрюминых в пос. Листвянка, гостевые дома в поселках Большие Коты, Большое Голоустное, Хужир, деревни голендров Дагники и Пихтинск. В Республике Бурятия к центрам и объектам сельского туризма отнесены: семейские села Тарбагатай, Большой Куналей, Десятниково, Ягодное, этнокультурный комплекс «Степной кочевник» в с. Ацагат, гостевые дома в Тункинском (Аршан), Баргузинском, Прибайкальском районах. Как показали исследования иркутских ученых, в ряде сельских поселений имеются важные факторы туристской привлекательности: культовые объекты (храмы и церкви), услуги по охоте и рыбалке, памятники участникам Великой Отечественной войны, минеральные источники, священные и аномальные места, ценные лесные участки (плантации ягод, грибов, дикоросов) [1]. К целевым группам «сельских» туристов можно отнести следующие: семейные группы; семьи с детьми; люди с ограниченными физическими возможностями; пожилые люди; пожилые люди с внуками; компании молодых людей; люди, любящие природу и стремящиеся сохранять окружающую среду. В связи с таким многообразием туристов возможны разные схемы их размещения на проживание. При небольших расстояниях до сельских поселений туристы устраиваются в любых городских отелях; кроме того, туристы могут размещаться в сельских мини-гостиницах, усадьбах-коттеджах, усадьбах на базе деревенских домов, на дачах, в летних домах отдыха в деревнях, в специальных сельских гостевых домах.

#### **Выводы.**

1. В составе Стратегий и Программ развития туризма в стране и отдельных регионах выделять раздел с развитием гостиниц и других объектов мест размещения туристов; при этом использовать балансовый метод, содержащий соизмерение динамики «мощности» мест размещения с «размерами» ожидаемых туристских потоков.

2. Разрабатывать перспективные схемы развития гостиничного хозяйства на территории байкальских регионов, в которых определять города размещения объектов индустрии гостеприимства, сроки ввода в действие, их площади, «мощность» и «звездность», объем инвестиций, состав основных услуг, численность персонала и др.

3. Рекомендуются отдельные пути создания в регионах современного гостиничного фонда:

– организация производственной базы строительной отрасли (т.е. местных предприятий строительных материалов и конструкций) для интенсивного, т.е. скоростного и качественного возведения объектов индустрии гостеприимства;

– введение упрощенного порядка предоставления инвесторам земельных участков под

инфраструктуру для туризма, в т.ч. для возведения гостиничного хозяйства;

– расширение и качественное улучшение подготовки и переподготовки кадров для туризма и индустрии гостеприимства в местных университетах;

– устранение существующих ограничений законодательного характера для создания на БПТ достойной и современной индустрии гостеприимства (эксперты отмечают «правовую байкальскую аномалию»: действующий федеральный закон о Байкале делает пока невозможным строительство ряда объектов, в т.ч. гостиниц и мест размещения, очистных сооружений, водопроводов и иных объектов коммунальной инфраструктуры).

#### **Список использованных источников:**

1. Динцевич, Б.Н. Ресурсы для развития агротуризма в Прибайкалье. – Иркутск: Иркутская государственная сельскохозяйственная академия, 2015. – 21 с. – Текст: электронный // URL: <http://900igr.net/prezentacija/obshestvoznanie/resursy-dlja-razvitija-agroturizma-v-pribalkale-docladchik-ditsevich-b.n.> (дата обращения: 18.10.2023).
2. Отчет о результатах деятельности Агентства по туризму Иркутской области за 2022 год. – Текст: электронный // – URL: <http://tour.irkobl.ru> (дата обращения: 18.10.2023).
3. Поручение Президента РФ Пр-290, п.46 о развитии научно-популярного туризма. – Текст: электронный // URL: <http://clck.ru/35TStm> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Проектное предложение по приоритетному направлению «Великое озеро Великой страны» / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – Текст: электронный // М., 2016. – Текст: электронный // URL: <http://ac.gov.ru/files/content/10043/baikal-2-4-pdf> (дата обращения: 18.10.2023).
5. Туризм и индустрия гостеприимства. Национальный проект. – Текст: электронный // URL: <http://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 18.10.2023).

**Ключевые слова:** туризм, гостиничный фонд, таргетирование, Байкальская природная территория, культурно-познавательный туризм, научно-популярный туризм, деловой туризм, промышленный туризм, сельский туризм.

**Keywords:** tourism, hotel fund, targeting, Baikal natural territory, cultural and educational tourism, popular science tourism, business tourism, industrial tourism, rural tourism.

**УДК 379.851**

**Хисамутдинова А.Ф.,**

старший преподаватель кафедры

«Туризм, гостиничный и ресторанный сервис»,

**Ахметова А.Н.,**

обучающаяся 4 курса направления подготовки «Гостиничное дело»,

**Хабибуллина М.И.,**

обучающаяся 4 курса направления подготовки «Гостиничное дело»,

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»,

г. Уфа, Россия

### **ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРМАТ ТРАДИЦИОННЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ: ОПЫТ ГОРОДА УФЫ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

**Инновационный формат традиционных экскурсионных программ: опыт города Уфы Республики Башкортостан.** В статье рассматривается инновационный метод проведения традиционной экскурсии. В соответствии с новым методическим приемом в проведении экскурсии могут быть задействованы другие организации, способствующие «разбавлению» экскурсионной деятельности. Наряду с обычными классическими методами показа и рассказа авторами предлагается новый метод «погружения» при проведении экскурсий.

**Innovative format of traditional excursion programs: the experience of the city of Ufa of the Republic of Bashkortostan.** The article discusses an innovative method of conducting a traditional excursion. In accordance with the new methodological technique, other organizations may be involved in

conducting the excursion, contributing to the «dilution» of excursion activities. Along with the usual classical methods of showing and telling, the authors propose a new method of «immersion» during excursions.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы организации и развития экскурсионной деятельности в городе Уфа Республики Башкортостан освещены в работах Н.Э. Хайретдиновой, О.А. Хайретдиновой [4], Д.В. Абрарова, А.В. Мисюля, А.Ф. Хисамутдиновой [1], Г.И. Аслямовой, Д.Ф. Веселовой [2].

**Выделение нерешенной проблемы.** Внутренний туризм в городе Уфа стремительно развивается и на рынке экскурсионных услуг требуется все больше качественных конкурентоспособных продуктов с инновационным форматом их проведения.

**Цель статьи** – разработка качественной экскурсионной программы по городскому центру «Арт-квадрат» с инновационным форматом проведения.

**Изложение основного материала.** Уфа сегодня – это современный мегаполис, туристический потенциал которого все больше и больше открывается для жителей и гостей столицы. Здесь историко-культурный потенциал города очень удачно сочетается с современными креативными пространствами. В последние несколько лет одним из излюбленных мест уфимцев и туристов является квартал исторической застройки в самом центре, где сегодня расположилось современное креативное пространство городской центр «Арт-квадрат». «Арт-квадрат» расположен в прогулочной зоне исторической части Уфы.

Рядом с городским центром располагаются три университета и другие учебные заведения, крупные городские бизнес-центры, торговые комплексы, улицы с кафе, ресторанами, барами, а также живописные парки. Месторасположение «Арт-квадрата» удобно для автомобилистов: в непосредственной близости есть большие подземные, выделенные наземные и уличные парковки.

На территории городского центра «Арт-квадрат» долгие годы жили и трудились уфимцы, происходили важные для города события. Здесь работал чаеразвесочный заводик «Вогау и Ко», открылся первый в губернии кинотеатр, располагалась обувная фабрика. В Аксаковском народном доме (ныне Башкирский государственный театр оперы и балета), построенном на деньги горожан, пел Федор Шаляпин и танцевал Рудольф Нуриев. Расположенный в самом сердце города, «Арт-квадрат» стал наследником культурных традиций Уфы [4].

Сегодня «Арт-квадрат» – это место притяжения творческих идей, здесь постоянно происходят самые различные мероприятия, гуляет молодежь, семьи с детьми, люди среднего и старшего возраста и каждый находит для себя что-то интересное, потому что здесь располагаются музеи, театры, шоу-румы, клубы, дизайнерские кафе и креативный стрит-фуд, открытые крыши и уютные скверы, граффити и скульптуры, уличный кинотеатр [5].

Так как это место популярно как среди жителей города, так и среди гостей Уфы, здесь сегодня проходит большое количество экскурсий – тематических, авторских и др. Соответственно, для того, чтобы повысить конкурентоспособность экскурсионного продукта необходимо выделить его в ряду других, в частности инновационным форматом проведения.

Именно это и натолкнуло авторов проекта разработать и провести здесь экскурсию, которая будет заканчиваться мастер-классом по рисованию в студии «Микеланджело», где у всех экскурсантов будет возможность выразить все полученные эмоции и впечатления на бумаге.

Экскурсия «Об Арт-квадрате, архитектуре, улицах центра города» актуальна тем, что в настоящее время все меньше остается старинных и значимых зданий, которые не тронуты и сохранились в своем первоизданном виде. Возрастная категория – для молодежи и людей среднего возраста. Отличие данной экскурсии в том, что затронута максимальное количество архитектуры в центре, а также в конце экскурсии будет проведен мастер-класс.

Экскурсия начинается на углу пересечений улицы Мустая Карима и Чернышевского.

Первый объект – улица Мустая Карима. До революции называлась Бекетовской в честь богатой помещицы и заводчицы Ирины Ивановны Бекетовой, построившей на свои средства после большого пожара 1821 года целую слободу для погорельцев. В советское время улица была переименована в Социалистическую. Историческое название улице было возвращено 24 мая 2006 года депутатами Уфимского городского совета на внеочередной сессии.

Второй объект – Хакимовская мечеть. Восемнадцатиметровая Хакимовская мечеть – единственная в Уфимской губернии, которая имела два минарета и была четвертой из шести

уфимских мечетей. История мечети берет свое начало в 1904 году, когда в Уфимское губернское правление было подано прошение о ее строительстве. Построена мечеть была в 1908 году [6].

Третий объект – дом А.К. Смирнова. В начале XX века этот дом принадлежал Алексею Корниловичу Смирнову – уфимскому купцу, члену уфимской городской управы. Построен в начале XX века. Является жилым. Этот дом в комплексе с соседними зданиями стоит на госохране как памятник истории и архитектуры.

Четвертый объект – кинотеатр «Фурор». Первый постоянный «электротееатр» в Уфе под названием «Фурор» по улице Бекетовской (ныне Мустая Карима, 4) был открыт в 1908 г. (с 1925 г. – «Горн», с 1936 г. – «Салават», ныне – «Башкирское бистро»). Инициатором его создания стала супруга купца Попова. Вход в электротееатр с обеих сторон украшали фигуры в стиле модерн, изображающие муз – покровительниц искусств [7].

Пятый объект – доходный дом С.Л. Сахарова. Купец 1-й гильдии Сергей Львович Сахаров был одним из отцов-основателей системы почтово-ямской связи в Уфимской губернии, строителем здания уфимского почтамта и телеграфа. В плане здание представляет квадратное каре. Внутри его в парадном подъезде, выходящем на улицу Успенскую, сохранилась чугунная лестница из узорных плит с чугунными же балясинами. В конце XIX века во втором этаже здания разместилась гостиница «Россия», которая была здесь, вероятно, до 1930-х гг.

Шестой объект – усадьба Попова. Богатые уфимские купцы Поповы владели почти целым кварталом в самом центре города. К 1866 году по красной линии улицы Б. Успенской уже стояли два кирпичных двухэтажных дома, соединенных кирпичной же аркой. Архитектор спроектировал для Поповых одни из самых первых каменных двухэтажных домов в Уфе, во многом следуя традициям классицизма.

Седьмой объект – улица Коммунистическая. Верхняя часть современной Коммунистической улицы называлась вначале Сенной, нижняя — Кладбищенской, поскольку на северо-западной окраине Уфы, пролегавшей по улице, располагалось городское православное кладбище.

Восьмой объект – городская Управа. Построено в 1897-1898 годах для нужд города: банка и управы. Признано объектом культурного наследия регионального значения. В конце XIX века это здание, возведенное по проекту городского архитектора Петра Ланевского, считалось одним из красивейших в Уфе. Оно во многом определило облик центральной части города и прекрасно вписалось в архитектурный ансамбль построек, окружающих площадь. Здание выглядело поистине величественным благодаря высоким арочным окнам, изящной лепнине и использованию кованых элементов.

Девятый объект – Дом связи (Главпочтамт). Проект пятиэтажного здания был утверждён в 1932 году. Московский архитектор Николай Сергеевич Зарубин предложил с учётом рельефа местности сделать парадным фасадом торцевую его часть. Возведение Дома связи продолжалось в 1935-1937 годы. В двухэтажном пристрое работала первая в нашем городе автоматическая телефонная станция. С началом Великой Отечественной войны в здании Дома связи разместилась радиостудия Коминтерна. Отсюда велось регулярное радиовещание для жителей оккупированных фашистами европейских стран [1].

Десятый объект – улица Ленина. Улица является одной из старейших в Уфе. Она возникла на рубеже XVIII-XIX вв. как окраинная улица, когда город начал расширяться. Первоначально улица состояла из двух разных улиц. Южная часть – от Ушаковского парка до Большой Успенской (ныне – Коммунистическая улица) носила название Базилевской в честь благодетителя Ивана Фёдоровича Базилевского.

Одиннадцатый объект – мемориальная доска Р.Ш. Файзуллину. В этом доме в 1959-1971 гг. жил народный артист БАССР Файзуллин Рафгат Шакирянович, актёр Башкирского государственного академического театра драмы им. М. Гафури.

Двенадцатый объект – памятник Городовому. 9 ноября 2018 г. состоялось открытие памятника уфимскому городовому. Это событие приурочено к 300-летию российской полиции и Дню сотрудника органов внутренних дел Российской Федерации. В церемонии открытия принял участие Глава Башкортостана Радий Хабиров [3].

Тринадцатый объект – кинотеатр «Родина». В мае 1938 г. утверждается решение о возведении двухзального кинотеатра на 600 мест в историческом центре Уфы. Но лишь летом 1949 года был утвержден проект рассчитанного на 700 мест двухзального кинотеатра архитектора Семёна Якшина.

Одновременно принимается решение, что в новое здание будет перемещён коллектив кинотеатра «Октябрь».

Четырнадцатый объект – улица Чернышевского. Первоначальное название улицы – Кузнецкая, поскольку в её конце, ближе к Сутолоке, располагались многочисленные кузницы. В 1860-е гг. улицу переименовали в Колмацкую в честь местных купцов-старожилов Колмацких, у которых был кожевенный завод в Нижегородке и лавки в Гостином дворе.

Пятнадцатый объект – Торговый дом Вогау. Вогау – одна из самых богатых семей России конца XIX – начала XX века. В 1893 году торговый дом «Вогау и К<sup>о</sup>» учредил дочернее предприятие «Караванъ» и открыл чаеразвесочную фабрику в Уфе.

Шестнадцатый объект – дом Попечительства о детском приюте. В 1889 году, в ознаменование «чудесного избавления их Императорских величеств и Августейших детей от угрожавшей опасности во время крушения императорского поезда 17 октября 1888 г.» Устим Устинов пожертвовал свой каменный дом стоимостью десять тысяч рублей в пользу детских приютов.

Семнадцатый объект – дом Хакимова. Из рекламного объявления 1917 г. следует, что Абдуллатиф Хакимов работал сразу по многим направлениям: «Торговля мануфактурными товарами, чаем, сахаром – оптом и в розницу. В 1908-м на противоположной стороне улицы А. Хакимов построил четвёртую по счёту мечеть города Уфы. В своём доме он тоже устроил небольшую мечеть [2].

Восемнадцатый объект – студия рисования «Микеланджело». В завершение экскурсии группа направляется в студию рисования на мастер-класс. Преподаватели объяснят, как правильно рисовать здания. Экскурсантам нужно будет нарисовать здание, которое они видели на экскурсии.

**Выводы.** В заключение хотим отметить, что разработку экскурсии «Об Арт-квадрате, архитектуре, улицах центра города – «Центр Уфы, которого не было» можно считать успешным. Была собрана необходимая информация об объектах, отобраны самые привлекательные и популярные экскурсионные объекты, которые помогут гостям города познакомиться поближе с историей и архитектурой. Также была составлена технологическая карта экскурсии, разработан маршрут и подготовлен индивидуальный текст. Такая экскурсия будет пользоваться популярностью у туристов – ведь объекты экскурсий являются интересными, а рассказ увлекательным.

#### **Список использованных источников:**

1. Абраров, Д.В. Экскурсии по объектам наследия Великой Отечественной войны в городе Уфе как фактор историко-патриотического воспитания молодежи / Д.В. Абраров, А.В. Мисюля, А.Ф. Хисамутдинова // Молодежь – науке – VIII. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса: Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Ответственный редактор К.Г. Томилин. – 2017. – С. 586-589. – Текст : непосредственный.
2. Аслямова, Г.И. Анализ деятельности предприятий, предоставляющих экскурсионные услуги на территории города Уфы / Г.И. Аслямова, Д.Ф. Веселова // Наука сегодня: теория и практика: Сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2020. – С. 16-20. – Текст : непосредственный.
3. Егоров, П. Путеводитель по исторической части Уфы / П. Егоров, А. Чечуха. – Уфа: Белая река, 2017. – 208 с. – Текст : непосредственный.
4. Хайретдинова, Н.Э. Инновационные технологии в туристско-экскурсионной деятельности / Н.Э. Хайретдинова, О.А. Хайретдинова // Актуальные вопросы современной науки: Сборник научных статей студенческой международной научно-практической заочной конференции. – Уфа: Уфимский гос. ун-т экономики и сервиса, 2016. – С. 191-198. – Текст : непосредственный.
5. Официальный сайт «АРТ-квадрат. – Текст : электронный // URL: <https://www.art-kvadrat.com/vogau?ysclid=lhntpcso23231318610> (дата обращения: 20.10.2023).
6. Официальный сайт «АРТ-квадрат». Хакимовская мечеть. – Текст : электронный // URL: [https://www.art-kvadrat.com/hakimovskaya\\_mechet?ysclid=lhmqokl91n728712240](https://www.art-kvadrat.com/hakimovskaya_mechet?ysclid=lhmqokl91n728712240) (дата обращения: 20.10.2023).
7. Посреди России. Сергей Синенко Уфа от А до Я. – Текст : электронный // URL: [https://posredi.ru/enc\\_k\\_kinoteatri\\_gor.html?ysclid=lhnrwlhm6d252745504](https://posredi.ru/enc_k_kinoteatri_gor.html?ysclid=lhnrwlhm6d252745504) (дата обращения: 20.10.2023).

**Ключевые слова:** экскурсия, туризм, город, рисование, достопримечательности.

**Keywords:** excursion, tourism, city, drawing, sights.

УДК 911.3:338.48

**Чеглазова М.Е.,**

кандидат географических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,

**Никонов К.А.,**

обучающийся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»,  
г. Симферополь, Россия

## **ГЛЭМПИНГ КАК ТРЕНД ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**Глэмпинг как тренд индустрии туризма и гостеприимства.** Глэмпинг – относительно новая концепция. Термин «глэмпинг» впервые появился в 2005 году в Великобритании и был добавлен в Оксфордский словарь только в 2016 году.

Глэмпинг бывает разных форм: от палаток для сафари до юрт, домиков для кемпинга и домиков на деревьях. Удобства меняются в зависимости от типа жилья, но это могут быть настоящие кровати, мини-кухни, электричество, водопровод и многое другое – всего этого туристы не ждут от обычных кемпингов. Глэмпинг – это способ получить уникальные впечатления от природы с комфортом отеля.

Глэмпинг – инновационный способ соприкоснуться с природой через комфорт, это устойчивый способ заниматься туризмом и жить туризмом как опытом, а не продуктом, это экономический рост, который рассматривает природу как ценность, которую нужно ценить, а не эксплуатировать.

**Glamping as a trend in the tourism and hospitality industry.** Glamping is a relatively new concept. The term «glamping» first appeared in 2005 in the UK and was added to the Oxford Dictionary only in 2016.

Glamping comes in many forms: from safari tents to yurts, camping houses and treehouses. Amenities vary depending on the type of accommodation, but it can be real beds, mini-kitchens, electricity, running water and much more – tourists do not expect all this from ordinary campsites. Glamping is a way to get a unique experience of nature with the comfort of a hotel.

Glamping is an innovative way to get in touch with nature through comfort, it is a sustainable way to engage in tourism and live tourism as an experience, not a product, it is economic growth that considers nature as a value that needs to be valued, not exploited.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Необходимо отметить, что среди отечественных ученых вопросами развития глэмпинга в нашей стране занимались Солдаткина М.А. и Шарипова Э.Р. в работе «Этнографический глэмпинг как элемент популяризации традиций гостеприимства народов Российской Федерации», Драчева Е.Л. и Николаева А.В. в работе «Глэмпинг как новая концепция отдыха и развития в России», Безрукова Н.Л. в работе «Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России», а также Духовная Л.Л., Гончарова О.В., Красноженова Г. Ф., Воротников А.М., Тарасов Б.А., Паньшина В.А. и другие.

**Цель статьи** – раскрыть потенциал глэмпинга в сфере активного и оздоровительного туризма, изучить глэмпинг как тренд индустрии туризма и гостеприимства с учетом целевой аудитории и особенностей этого направления.

**Изложение основного материала.** Несмотря на то, что сегодня большинство людей проживают в городах, мегаполисах, или городских агломерациях, они стремятся чаще и в большей степени познавать природу, следуя новым формам туризма. Устойчивое возвращение к природе позволяет жителям как городов, так и сельской местности найти более дифференцированные способы побыть наедине с собой и восстановить свои физические и духовные силы [2, с. 49]. Палатка на природе – мечта многих туристов. Новшества в этом виде отдыха являются толчком для будущих любителей глэмпинга. Глэмпинг, по-прежнему неологизм для лингвистов, больше не является неизвестным термином для туристской практики. Быть новым типом роскошного кемпинга и

возродить старомодную походную жизнь означает привлекать новичков. Глэмпинг – это также своего рода бутик-кемпинг. Это тенденция, которая объединяет комфорт отеля, природу и свободу кемпинга. Современные удобства могут выйти далеко за рамки обычных палаток для отдыхающих, сочетая в себе новые и старые тенденции.

Кемпинг является частью индустрии гостеприимства на открытом воздухе. Это популярная деятельность и развивающийся сектор в туризме и гостеприимстве. Кемпинг превратился из недорогой формы путешествия в настоящий отдых на свежем воздухе. Путешествия с палаткой популярны, но транспортные средства для отдыха и караваны также популярны. Спрос на более комфортабельные и большие караваны также растет. Спрос на оздоровительные и спортивные сооружения, которые когда-то были в основном в гостиничном бизнесе, теперь присутствует и в кемпингах. Этот тренд называется «глэмпинг» – сочетание слов «гламурный» и «кемпинг» [4, с. 181]. Как следует из названия, комфорт и роскошь являются неотъемлемыми характеристиками глэмпинга. Глэмпинг сочетает в себе отдых на свежем воздухе с комфортом отеля и является новым сегментом в индустрии туризма и гостеприимства. Коронавирусный кризис, в частности, показал, что кемпинг и глэмпинг являются альтернативными видами внутреннего туризма, которые дают возможность генерировать новые сегменты клиентов.

Глэмпинг – это новый вид размещения, который часто сочетается с особыми локациями в сельской местности, вдали от большого количества туристов [1, с. 29]. Номера предлагают высокий уровень комфорта и обслуживания, которые часто сопровождаются такими мероприятиями, как сафари или пешие прогулки. При организации глэмпинга тип размещения важнее, чем фактическое местоположение. Важен ночлег в необычном месте. Кроме того эта деятельность, как правило, соответствует высоким стандартам.

Концепция глэмпинга является гибкой – он может быть адаптирован к различным реалиям, ландшафтам и бюджетам. Важно понимать, что общая идея глэмпинга заключается в том, чтобы сочетать отдых, комфорт и уважение к окружающей среде. Концепция глэмпинга всегда объединяет комфорт с необычными местами [5, с. 29].

Глэмпинг – это новый способ отправиться в отпуск. Широко распространенный в мире и в России, он позволяет провести несколько дней в непосредственном контакте с природой, не жертвуя комфортом. Экологичное жилье, построенное по архитектурным моделям, не оказывающим никакого воздействия на окружающую среду. Люди, которые предпочитают проводить свой отпуск в глэмпинге, являются любителями природы и пейзажей, которые хотят попробовать типичные местные продукты и оставаться в тесном контакте с местными традициями; в отпуске они любят заниматься такими видами спорта, как трекинг или катание на горных велосипедах; они избегают массового туризма и предпочитают проводить время, открывая для себя нетронутую природу, но не жертвуя услугами и комфортом.

Современный турист является опытным, требовательным, искушенным и все более критичным к туристским предложениям. По этой причине мы сталкиваемся с более информированным, внимательным и интеллектуальным спросом, который постоянно меняется – так называемым спросом на впечатления. Этот турист, называемый современным или постмодернистским туристом, нуждается в опыте, чтобы пережить этот опыт. Опыт запоминается, потому что турист все чаще ищет аутентичность и эмоции.

Самым важным фактором для глэмперов является времяпрепровождение с семьей или друзьями. Они любят проводить время вместе. Еще одним подталкивающим фактором является потребность в отдыхе, расслаблении и покое. Глэмперы хотят расслабиться и насладиться умиротворяющим окружением. Они хотят убежать от повседневной жизни, а также испытывают сильную потребность в уединении. Наиболее важным эффектом притяжения, который влияет на то, куда путешествуют глэмперы (по месту назначения), является желание глэмпера познакомиться с природой и увидеть красивые места.

Факторы, влияющие на развитие глэмпинга:

- необходимость быть ближе к природе;
- потребность в уединении;
- интерес к нестандартному отдыху на свежем воздухе;
- потребность в роскоши и качественном сервисе.

Людей, которые отдыхают в глэмпинге, называют глэмперами. Выделяют две основные группы глэмперов: курортные глэмперы и караванные глэмперы.



Курортные глэмперы являются клиентами роскошных глэмпинг-курортов, в то время как караванные глэмперы используют свои персонализированные караваны во время отпуска. Обе группы хотят быть ближе к природе, но не хотят отказываться от комфорта, к которому привыкли дома.

Курортные глэмперы в основном мотивированы роскошью, которая видна в каждой детали их глэмпинга. Еда и напитки необычны и подаются в стиле пятизвездочного ресторана. Комнаты или палатки оборудованы всем, что только может придумать человек, и ванная комната не исключение. Это очень привлекательно для курортных глэмперов, и, следовательно, они готовы заплатить высокую цену, чтобы удовлетворить потребность быть на природе, но не бороться с дискомфортом. Они обычно используют этот вид отдыха, чтобы отвлечься от своей реальной жизни и расслабиться в спокойной атмосфере. Курортные глэмперы хотят воссоединиться с природой, поэтому они предпочитают активный отдых, который должен быть организован для них. Тем не менее, наиболее важной частью их отпуска, по-видимому, является связующий элемент опыта при полной конфиденциальности.

Караванные глэмперы сильно отличаются от курортных глэмперов. Для караванных глэмперов характерно то, что они берут с собой дома, где бы они ни хотели провести свой отпуск. Эти дома имеют форму караванов или палаток, которые настроены так, чтобы удовлетворить все потребности и пожелания владельца. Роскошь связана не с высокой ценой, а с возможностью взять с собой все удобства дома. Караваны, как правило, полностью меняются с точки зрения цвета, украшений и аксессуаров, чтобы соответствовать мечтам конкретного глэмпера каравана. Эти глэмперы создают особый кусочек мира внутри каравана, который принадлежит только им. Они чувствуют себя полностью оторванными от внешнего мира, и это помогает им расслабиться. Караванные глэмперы очень креативны и любят делиться своими идеями с другими глэмперами. Поэтому у них есть онлайн-сообщества, и они организуют групповые праздники в глэмпинге. Очень важной мотивацией для них является общение с другими глэмперами. Караванные глэмперы ценят свободу и возможность исследовать местность в ее естественной обстановке. Необходимость убежать от повседневной жизни для караванных глэмперов также является фактором притяжения. Это вызвано тем, что караванные глэмперы чувствуют себя в своих караванах уже как в другом месте. Караванные глэмперы любят общаться, но они также хотят иметь уединение и пространство.

На наш взгляд, будущие тенденции в индустрии глэмпинга следующие:

1. С ростом конкуренции на рынке глэмпинг-структуры становятся все более интересными для привлечения бронирований.
2. Гость ожидает более высоких стандартов, поэтому владелец глэмпинг-бизнеса растет как в профессиональном плане, так и в плане предоставляемых услуг.
3. Все дело в впечатлениях от пребывания в глэмпинге, поэтому правильное понимание этого вопроса имеет важное значение для успеха отпуска на свежем воздухе.
4. Варианты устойчивого развития становятся все более привлекательными для экологов и молодого поколения, которое больше осознает необходимость выбора экологически чистых вариантов.
5. По мере роста популярности и качества глэмпинг-структур сезон становится длиннее, поскольку гость может оставаться на природе дольше, чем в традиционный сезон кемпинга.

Популярность глэмпинга выросла вместе с популярностью внутреннего туризма и событийных путешествий. По данным Российской ассоциации глэмпинга, к середине 2023 года в стране будет работать 386 таких объектов, а к концу третьего квартала их число может увеличиться как минимум на 50 объектов. Аналитики Commonwealth Partnership дают довольно оптимистичный прогноз роста этого сегмента – до 30% ежегодно. Туристический спрос на глэмпинги стабильно растет: по данным Twil.ru, еще до начала летнего туристического сезона 2023 года количество бронирований таких объектов выросло в 2,5 раза по сравнению с прошлым годом. Российская ассоциация глэмпинга сообщает, что более половины (55%) этих объектов работают круглый год. Отсутствие экстремальных погодных условий (например, морозной зимы) позволяет обеспечить стабильный поток туристов в течение всего года.

Отдельно стоит отметить, что динамичному развитию сегмента глэмпинга могут способствовать меры государственной поддержки. В частности, Президент России Владимир Путин поручил в мае 2023 года разработать концепцию развития автомобильного туризма. Наряду с

масштабным дорожным строительством это улучшит доступность некоторых уникальных мест и привлечет к ним новых туристов.

Еще одной ценной мерой поддержки является возможный государственный грант в рамках Национального проекта «Индустрия туризма и гостеприимства». В 2023 году в программе примут участие 48 регионов по сравнению с 13 в 2022 году. Общий объем финансирования мероприятий составит 5,3 млрд рублей.

Важным аспектом является создание туристического бренда конкретного региона. Глэмпинг – один из самых востребованных форматов размещения и один из инструментов достижения цели. Более того, оператор глэмпинга может подобрать дизайн здания с учетом национальных и культурных особенностей локации: например, на Алтае популярны глэмпинги с юртами.

Следует помнить о выгодах экономического развития для сообщества, в котором расположен глэмпинг. Это создаст новые рабочие места, наймет местных подрядчиков и увеличит налоговые поступления в местные и региональные бюджеты [3, с. 70].

В результате строительство новых и модернизация существующих объектов глэмпинга оказывают положительное влияние на жизнь региона по нескольким направлениям: создают туристический бренд и повышают привлекательность территории для путешественников, а также способствуют экономическому развитию общин. Поэтому можно с уверенностью говорить о мультипликативном влиянии глэмпинга на развитие территорий.

С 12 по 14 сентября 2023 года в Экспоцентре на Красной Пресне состоялась Вторая профессиональная выставка глэмпинга в России «МИР ГЛЭМПИНГА». Выставка прошла при поддержке Правительства Ярославской области, Агентства по развитию туризма Калужской области, Росзаповедцентра.

Выставка вызвала большой интерес со стороны посетителей. За три дня работы «МИР ГЛЭМПИНГА» посетило, более тысячи человек из Белоруссии и 80 регионов России – это отельеры и инвесторы, а также туристы, желающие разнообразить свой отдых современным и комфортным отдыхом на природе.

Участники выставки отметили большой поток целевых посетителей уровня ТОП-менеджеров.

Согласно статистике, на каждую компанию приходилось порядка 40 целевых клиентов, из которых 48% – владельцы собственного бизнеса и ТОП-менеджеры (управляющие отелями, генеральные директора, коммерческие директора и директора по развитию бизнеса), 22% – менеджеры по закупкам и продажам, 14% – руководители среднего звена (начальники департаментов и отделов), 10% – туристы, 5% – технические специалисты (арт-директора, дизайнеры, администраторы, архитекторы).

Бизнес-мероприятие состоялось в ЦВК «Экспоцентр» – в непосредственной близости от сердца деловой активности столицы – Москва-Сити.

Глэмпинг станет одним из драйверов роста туристического сегмента в ближайшие 2-3 года. Востребованность этого направления подтверждает статистика МПТТ-2023: этим разделом заинтересовались 3284 эксперта (22%).

Именно поэтому на МПТТ-2024 будет специальная секция, посвященная глэмпингу, соорганизатором которой является Российская Ассоциация глэмпинга. Ожидается участие проектных организаций, девелоперов, поставщиков домокомплектов и дизайнеров интерьеров глэмпинг-отелей. Экспоненты представят свои проекты и предложения целевой аудитории и смогут прямо на месте провести переговоры с новыми партнерами.

Глэмпинг может иметь высокую динамику развития в Российской Федерации, в частности на юге Республики Крым. Критических аспектов, характеризующих нынешнюю ситуацию в индустрии туризма, связанных с морем и, в частности, с морем в Республике Крым, много: сильная конкуренция со стороны недорогих развивающихся направлений, неконкурентоспособность соотношения цены и качества, потребность в новых и более крупных услугах для населения, низкая рентабельность, сильная сезонность, плохая диверсификация поставок и интеграция с другими продуктами, привлечение рынков со средне-низкой склонностью к расходам. Среди всех этих факторов и элементов заметная сезонность приморской туристической деятельности, безусловно, является одной из самых ограничивающих и ставит самое тяжелое условие на общую прибыльность системы снабжения.

Вместе с тем, в настоящее время глэмпинг становится все более популярным в индустрии путешествий и туризма. Спрос на глэмпинг связан с тем, что люди хотят уйти от шумного городского

образа жизни и воссоединиться с природой. В 2021 году недавний образ жизни с удаленной работой побудил людей больше ценить природу и исследовать различные экзотические места и достопримечательности.

**Выводы.** Оздоровительный туризм, подразумевающий путешествия с целью поддержания или улучшения личного благополучия, является движущей силой рынка. Это можно объяснить растущим стремлением к здоровому образу жизни, профилактике заболеваний, снижению стресса, борьбе с вредными привычками и поиску подлинного опыта. Поскольку число туристов во всем мире продолжает расти, растет спрос на различные оздоровительные услуги, что положительно влияет на рынок глэмпинга. Глэмпинг, сочетающий в себе современные удобства и услуги курортного типа с природной средой, становится все более популярным. Кроме того, путешественники предпочитают общаться с местными жителями и погружаться в их культуру и окружающую среду, чтобы поддерживать здоровый образ жизни, снизить стресс, предотвратить болезни и улучшить общее самочувствие. Эта тенденция приводит к увеличению числа таких путешественников, стимулируя рост рынка глэмпинга.

#### **Список использованных источников:**

1. Безрукова, Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России / Н.Л. Безрукова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14, № 2. – С. 28-37. – Текст : непосредственный.
2. Воротников, А.М. Глэмпинг как специфическая форма экологического туризма: к развитию в Российской Арктике / А.М. Воротников, Б.А. Тарасов, В. А Панышина // Российский экономический журнал. – 2019. – № 5. – С. 48-55. – Текст : непосредственный.
3. Драчева, Е.Л. Глэмпинг как новая концепция отдыха и перспективы его развития в России / Е.Л. Драчева, А.В. Николаева // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2021. – Т. 8, № 2. – С. 69-83. – Текст : непосредственный.
4. Никонов, К.А. Теоретические основы глэмпинга как экологического подхода к формированию нового турпродукта / К.А. Никонов // Искусство и наука третьего тысячелетия: материалы XI Международной научно-творческой конференции, 16-17 ноября 2022 г. – Симферополь: ООО «Антиква», 2022. – С. 179-184. – Текст : непосредственный.
5. Чеглазова, М.Е. Мировой опыт малых гостиничных форм развития туризма (на примере глэмпинга) / М.Е. Чеглазова, К.А. Загуменная, К.А. Никонов // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма, Республика Крым, (г. Ялта, пгт Форос, 12-13 мая 2023 г.). – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2023. – С. 28-33. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** кемпинг, глэмпинг, внутренний туризм, природный туризм, индустрия гостеприимства на открытом воздухе, устойчивый туризм, экология, опыт.

**Keywords:** camping, glamping, domestic tourism, nature tourism, outdoor hospitality industry, sustainable tourism, ecology, experience.

УДК 338.484

**Шепилова В.Г.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
заведующая кафедрой туризма,

**Писаненко Е.Р.,**

обучающаяся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм»,  
ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы»,  
г. Донецк, Россия

#### **НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ТУРИЗМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**Научно-популярный туризм: теоретические аспекты и перспективы развития в  
Донецкой Народной Республике.** В работе рассмотрены теоретические аспекты развития научно-

популярного туризма как одного из актуальных и приоритетных направлений повышения престижа научного сектора, направленного на формирование кадрового научного резерва из числа молодежи. Выявлены особенности, условия и преимущества становления научно-популярного туризма в Донецкой Народной Республике.

**Popular scientific tourism: theoretical aspects and prospects of development in the Donetsk People's Republic.** The paper considers the theoretical aspects of the development of popular science tourism as one of the relevant and priority areas of increasing the prestige of the scientific sector, aimed at forming a scientific reserve of young people. The features, conditions and advantages of the formation of popular science tourism in the Donetsk People's Republic are revealed.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Анализ зарубежных и российских источников свидетельствует о различных подходах в определении и организации научно-популярного туризма в отечественной и зарубежной практике [1-5]. Научные исследования авторов [4] посвящены изучению сущности научно-популярного туризма, типологии форм организации и классификации научно-популярного туризма. По мнению авторов [5], «управление сферой научно-популярного туризма должно осуществляться на принципах системного подхода, что позволяет наиболее точно очертить круг основных стейкхолдеров данного сегмента туристского рынка и обеспечить эффективное развитие этого вида туризма». Основным содержанием работы [2] является определение роли науки в развитии научно-популярного туризма, исследование основных форм взаимодействия туризма и науки данного направления развития.

**Выделение нерешенной проблемы.** В условиях интеграции Донецкой Народной Республики в Российскую Федерацию важным и актуальным является развитие сферы туризма в соответствии с требованиями российских стандартов качества, законов, указов, постановлений. Совершенствование туристской отрасли является важной задачей, поскольку туризм является средой для осуществления деятельности предприятий малого бизнеса. Кроме того, процесс развития сферы туризма стимулирует развитие других смежных отраслей, что является значимым как для государства в целом, так и для общества. Экономические, политические, социальные проблемы, военные действия на территории ДНР в настоящее время оказывают отрицательное воздействие на развитие туризма в регионе. Поскольку в России общепризнанной является концепция переориентации туризма на региональный уровень, в ближайшем будущем после окончания военных действий Донецкая Народная Республика станет одним из значимых туристских регионов. Повышение социально-экономической значимости туризма обуславливает необходимость поиска новых возможностей для его развития в регионе. Одним из актуальных и приоритетных направлений в Российской Федерации в настоящее время является научно-популярный туризм, развитие которого обусловлено необходимостью повышения популярности научных исследований в различных отраслях деятельности, а также формирования кадрового потенциала из числа молодежи.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании теоретических основ и перспектив развития научно-популярного туризма в Донецкой Народной Республике.

**Изложение основного материала.** В условиях нестабильных международных отношений, экономических санкций со стороны западных стран важное значение приобретает развитие туризма, направленного на формирование и реализацию новых турпродуктов. Принимая во внимание огромный научно-образовательный и туристический потенциал, можно сделать вывод о необходимости интенсивно развивать и научно-популярный туризм как отдельное направление на пересечении туристического бизнеса и науки. Создание новых туристических маршрутов и туристического продукта даст импульс для последующего развития как для внутреннего, так и для въездного туризма.

Вопросам научно-популярного туризма в настоящее время уделяется достаточно внимания со стороны государства. Для отечественной теории и сферы туристской деятельности это понятие и направление развития является сравнительно новым. В рамках организации профориентационной работы при формировании и реализации экскурсий и туров на научные объекты, транспортные компании, промышленные предприятия можно ознакомиться с особенностями производства отдельных товаров и предоставления услуг, изучить опыт исследований с целью повышения туристической активности в целях обучения, при этом туристы демонстрируют запрос на необычный опыт и впечатления.

Как отмечено в работе [1] «...Научно-популярный туризм (далее – НПТ) – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее –

лица) с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий».

В этой же работе указано, что туризм по маршрутам научно-познавательного туризма туристами в возрасте от 18 до 35 лет относится к молодежному научно-популярному туризму.

В соответствии с Концепцией предусматривается также развитие детского научно-популярного туризма, который определяется как «...форма организации образовательной и просветительской деятельности с детьми, реализуемая преимущественно путем посещения объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, проведением мероприятий в экспедиционном формате, а также организация научных смен в детских оздоровительных лагерях и создание сетевых образовательных модулей» [1].

«Научно-популярный туризм включен в программу Десятилетия науки и технологий (2022-2031), направленную на привлечение талантливой молодежи в науку и популяризацию актуальных научных исследований. Действительно, сегодняшний турист завтра может стать ученым. Однако такое направление туризма привлекает и более широкую аудиторию – от школьников и студентов до любителей научно-популярных мероприятий» [5].

В работе [2] по результатам анализа литературных источников в зависимости от роли и места, отводимого науке, и вовлеченности туристов в процесс научных исследований рассмотрены возможные формы научно-популярного туризма (Таблица 1).

Таблица 1 – Формы научно-популярного туризма (составлено по материалам [2])

Основные формы научно-популярного туризма	Характеристика форм научного туризма
Приключенческий туризм с научной составляющей	Эта форма представляет собой поездки в дикие, неосвоенные районы с использованием нетрадиционных видов транспорта, в которых проводятся географические наблюдения и которые становятся способом продвижения посещённых территорий, при этом сочетаются приключенческие виды спорта, такие как ледниковый альпинизм, спелеология и пещерный дайвинг, с исследованиями уникальных, недоступных неподготовленным туристам и учёным, экосистем.
Культурный туризм с научной составляющей	В этом виде туризма культурное и природное наследие выступает основным аттрактором, при этом в туристическую деятельность вовлекаются в качестве сопровождающих научные работники, а в туристической активности используется наблюдение, посредничество, анимация и/или научная интерпретация.
Научное эковолонтерство	Этот вид выступает за более активное участие туристов в рамках природоохранного или исследовательского проекта.
Научно-исследовательский туризм	Данный формат заключается в туристской мобильности исследователей с целью проведения полевых наблюдений, участием в конференциях, симпозиумах и других научных деловых мероприятиях.

Научно-популярный туризм как отдельное направление развивается на основе желания и стремления туристов попробовать себя в роли научного исследователя.

Основные виды объектов научно-популярного туризма, которые осуществляют научно-исследовательскую, просветительскую, образовательную или высокотехнологичную производственную деятельность, включенную в маршруты научно-популярного туризма, представлены на рисунке 1.

В состав системы управления НПТ кроме объектов, представленных на рисунке, предлагается включать туристские объекты с научными составляющимися, такими как планетарии, зоопарки, питомники и т.п.; а также специализированных туроператоров и турагентства, а также туроператоров и турагентства широкого профиля, обслуживающие сегмент НПТ.

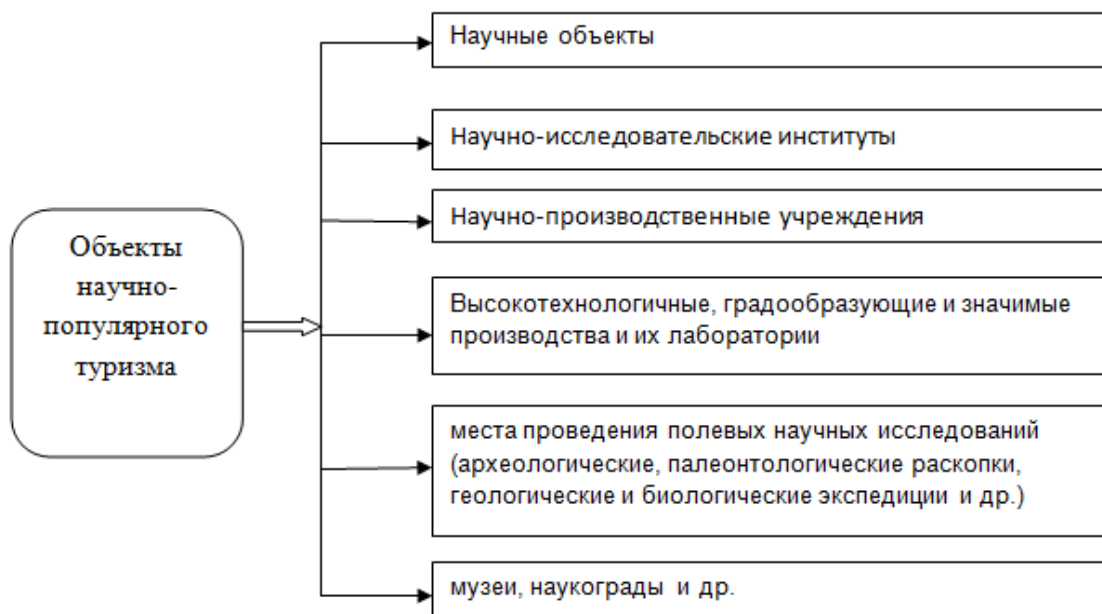


Рисунок 1 – Объекты научно-популярного туризма [1]

Развитие научно-популярного туризма, по мнению Крыловой Е.А., «...может заключаться в продуктивном взаимодействии частного и государственного секторов. Научно-популярные туры в России могут разрабатываться совместно с институтами РАН, университетами и другими учреждениями, тем самым внося вклад в развитие региональной экономики. Масштабы и перспективы развития научно-популярного туризма как нового направления туристического бизнеса вполне очевидны» [3].

Рассматривая научно-исследовательские и образовательные организации в структуре объектов научно-популярного туризма, следует обратить внимание на то, что институты, университеты, работающие на территории Донецкой Народной Республики, должны формировать взаимоотношения с потенциальным кадровым резервом. Поскольку образовательные учреждения ведут научно-исследовательскую деятельность, у них уже выработана профориентационная направленность работы со школьниками, которая может стать механизмом, влияющим на организацию туризма. Кроме того, «...в организацию научно-популярного туризма может включаться и база практической подготовки учащихся» [4].

Сфера научно-популярного туризма с учетом имеющегося потенциала Донецкой Народной Республики (научные организации, ландшафтно-рекреационные парки (ЛРП) «Зуевский» и «Донецкий кряж»), биосферная особо охраняемая природная территория (БООПТ) «Хомутовская степь – Меотида», «Донецкий ботанический сад» и др.) может развиваться по разным направлениям, при этом главным аспектом в этом развитии является объединение интересов туристов и научных исследователей, обмен навыками в части формирования новых сценариев развития территории.

Преимуществом формирования научно-популярного туризма в регионе для туристов является возможность их профессионального развития в области управления в сфере туризма на основе выбора и исследования новых и интересных турпродуктов. Для туроператоров, турагентов и туристической индустрии в целом преимуществом взаимодействия в сегменте научно-популярного туризма является создание условий для формирования престижных маркетинговых брендов туристических направлений.

В целях формирования дополнительных стимулов для молодежи при выборе профессионально-образовательных ориентиров развития в рамках имеющихся объектов НПТ на территории ДНР необходимо сформировать сеть приоритетных маршрутов, которая позволит запустить научно-популярный туризм в регионе. Участниками туров могут стать школьники, обучающиеся вузов, победители и финалисты всероссийских конкурсов и олимпиад. Положительный результат развития научно-популярного туризма создается на основе пересечения туризма, науки и волонтерской деятельности. При этом взаимодействии для туристического бизнеса и молодежи есть

возможность получения государственной поддержки, а общество выиграет за счет вовлечения заинтересованной и талантливой молодежи в национальную экономику.

**Выводы.** Научно-популярный туризм представляет одно из новых направлений развития туристического бизнеса на стыке сферы туризма и научной деятельности. Для реализации задач научно-популярного туризма туристы могут познакомиться с научно-исследовательскими лабораториями, производственными комплексами, принимать участие в наблюдениях за природой, местным или коренным населением с целью в дальнейшем проведения собственного научного исследования по выбранному направлению деятельности. Концепция научно-популярного туризма концепция может иметь большое значение для развития туризма в Донецкой Народной Республике.

#### **Список использованных источников:**

1. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – Текст : электронный // URL: [https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT\\_ID=63453](https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT_ID=63453).
2. Афанасьева, А.В. Методологические основы научно-популярного туризма / А.В. Афанасьева, Е.В. Логвина, Т.Т. Христов // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т.17. – № 2. – С. 5-25. – DOI: 10.5281/zenodo.8104849. – Текст : непосредственный
3. Крылова, Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России /Е.А. Крылова // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 5. – С. 1829-1848. – doi: 10.18334/ce.16.5.114638. – Текст : непосредственный.
4. Савельева, Н.А. Системный подход к управлению научно-популярным туризмом / Н.А. Савельева, Е.Н. Плиева // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 6. – С. 2261-2276. – doi: 10.18334/ce.17.6.118263. – Текст : непосредственный.
5. Чем интересен научно-популярный туризм в России? – Текст : электронный // URL: <https://travel.rambler.ru/local/48917476-chem-interesen-nauchno-populyarnyy-turizm-v-rossii/>.

**Ключевые слова:** туризм, научно-популярный туризм, формы научно-популярного туризма, объекты, Донецкая Народная Республика.

**Keywords:** tourism, popular scientific tourism, forms of popular scientific tourism, objects, Donetsk People's Republic.

УДК 004.339

**Шнорр Ж.П.,**

доктор экономических наук, доцент,  
профессор кафедры бизнеса в сфере услуг,  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
университет экономики и управления «НИНХ»»,  
г. Новосибирск, Россия

### **РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ**

**Рейтинговая оценка уровня развития гостиничной инфраструктуры туризма в регионах.** Цель статьи – выполнить рейтинговую оценку уровня развития туризма на региональном уровне. В статье выполнен обзор методических подходов к составлению рейтингов уровня развития туризма, туристской привлекательности регионов. Обоснована необходимость и актуальность проведения рейтинга уровня развития гостиничной инфраструктуры в контексте туристской деятельности для внутреннего туристского рынка в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Рекомендована методика рейтинговой оценки уровня развития гостеприимства, обоснованы этапы и алгоритм расчетов, индикаторы и показатели-факторы развития средств размещения и гостиничной инфраструктуры на региональном уровне.

В качестве объекта наблюдения выбраны субъекты Сибирского федерального округа как территорий, отдаленные от столичных регионов, имеющие во многом схожие территориально-географические и природно-климатические условия развития туризма и гостеприимства. Представлены полученные результаты.

**Rating assessment of the level of development of hotel tourism infrastructure in the regions.**

The purpose of the article is to perform a rating assessment of the level of tourism development at the regional level. The article provides a review of methodological approaches to ranking the level of tourism development and the tourist attractiveness of regions. The necessity and relevance of conducting a rating of the level of development of hotel infrastructure in the context of tourism activities for the domestic tourism market within the framework of the implementation of the national project «Tourism and Hospitality Industry» is substantiated. A methodology for rating the level of development of hospitality is recommended, the stages and algorithm of calculations, indicators and indicators-factors for the development of accommodation facilities and hotel infrastructure at the regional level are substantiated.

The subjects of the Siberian Federal District were selected as the object of observation as territories remote from the capital regions, having largely similar territorial-geographical and natural-climatic conditions for the development of tourism and hospitality. The results obtained are presented.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема разработки методических подходов и комплексной оценки развития туризма и гостеприимства рассмотрена в научных работах А.А. Федулина, Н.А. Платоновой, О.И. Вапнярской, Л.И. Скабеевой, Н.Л. Даниловой и других авторов [1;3;4]. Основным содержанием работ ученых является проблематика многомерной сравнительной оценки развития туризма в регионах с учетом совокупности показателей-факторов туристско-рекреационного потенциала и туристской привлекательности дестинаций.

**Выделение нерешенной проблемы.** В научной литературе недостаточное освещение получили вопросы, связанные с изучением достигнутого уровня развития гостиничной инфраструктуры – системообразующего элемента индустрии гостеприимства и материально-технической базы туризма, они характеризуются фрагментарностью и мозаичностью методических подходов к рейтинговым оценкам регионов по уровню развития рынка гостиничных услуг, что обуславливает актуальность темы исследования.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в изучении уровня развития гостиничной инфраструктуры регионов, которая основана на многомерном критериальном анализе, позволяющем дать объективную рейтинговую оценку состояния и экономических результатов использования гостиничной инфраструктуры на региональном уровне. Результаты рейтинга рекомендуются нами для совершенствования информационного обеспечения поддержки проектов по обновлению и развитию коллективных средств размещения, повышению доступности гостиничных услуг на тех или иных территориях в контексте развития внутреннего туристского рынка в современных условиях. Сравнительная оценка гостиничной инфраструктуры выполнена на материалах субъектов Сибирского федерального округа как территорий, отдаленных от столичных регионов, имеющих во многом схожие территориально-географические и природно-климатические условия развития туризма и гостеприимства.

**Изложение основного материала.** Гостиничная отрасль относится к стремительно развивающемуся сегменту рынка услуг размещения, вызванного, во многом, активной государственной поддержкой субъектов отраслевой индустрии. Так, гостиничный бизнес вошел в перечень отраслей, наиболее пострадавших от международных экономических санкций 2022 года. Это обусловило ряд льгот и преференций: «применение нулевой ставки НДС гостиницами и аналогичными предприятиями; упрощенный порядок возмещения НДС из бюджета; мораторий на проверки гостиничного бизнеса; комиссия за эквайринг в размере 1% для гостиничного бизнеса; льготные кредиты под 3-5% на открытие новых гостиниц и реконструкцию объектов размещения гостей; поддержка местных инициатив по созданию быстровозводимых модульных гостиниц» [9].

Меры государственной поддержки направлены на развитие внутреннего туризма, увеличение количества современных гостиниц и отелей, обновление гостиничной инфраструктуры, поддержку конкуренции на рынке услуг средств размещения. По данным экспертов, качественные и современные гостиницы составляют пока около 10% от всего номерного фонда, при этом сконцентрированы в крупных городах России [9], что оказывает отрицательное влияние не только на превращение территорий с выраженным туристско-рекреационным потенциалом в полноценные туристские дестинации, формирование конкурентоспособных туристских продуктов, но и на решение вопросов региональной экономической повестки по диверсификации экономики и социально-экономическому развитию.

В контексте сказанного в целях государственного регулирования и повышения обоснованности принимаемых решений по развитию индустрии туризма и гостеприимства, при



прочих равных условиях, представляет интерес ранжирование состояния и использования гостиничной инфраструктуры на региональном уровне. Следует отметить, что ранжирование регионов активно применяется для исследования туристского рынка и различных пользователей. Так, ежегодно Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» и журналом «Отдых в России» проводится Национальный туристский рейтинг регионов, методика составления и результаты которого публикуются в открытых Интернет-источниках [8]. Рейтинговое агентство RAEX («РАЭК-Аналитика») ежегодно публикует рейтинг регионов по туристическому потенциалу во взаимосвязи с инвестиционным развитием территорий [5]. Среди авторских методик отечественных исследователей заслуживают внимание методические подходы рейтинговой оценки регионов по уровню развития туризма, разработанные учеными Российского государственного университета туризма и сервиса; методика ранжирования развития туризма в регионах на основе расчета индекса туристской привлекательности, предложенная учеными Сибирского федерального университета [2;3].

Не отрицая ни одного из методических подходов и положительно оценивая методические разработки, отметим, что существующие методики содержат блоки и индикаторы развития туризма и туристской привлекательности регионов в целом, показатели развития гостиничных услуг и гостиничной инфраструктуры имеют соподчиненное значение по отношению к туристскому рынку, что не совсем достаточно с точки зрения полноты информационного обеспечения управленческих решений и практики регулирования. Существует необходимость разработки методики ранжирования регионов на основе индекса гостеприимства [1], активно инициируемая Общенациональным союзом индустрии гостеприимства [6]. По нашему мнению, подобная инициатива подчеркивает актуальность сравнительной оценки развития гостиничной инфраструктуры в регионах, результаты которой могут иметь как самостоятельное значение, так и быть интегрированы в рейтинговые оценки развития туризма и гостеприимства.

В качестве методологической основы использован подход к бальной оценке показателей и обоснования рейтинга регионов ученых А.А. Федулина, Н.А. Платоновой, О.И. Вапнярской [3], который адаптирован нами применительно к рейтинговой оценке развития гостиничной инфраструктуры. Последовательность методики рейтинговой оценки уровня развития гостиничной инфраструктуры в регионах приведена на рисунке 1.

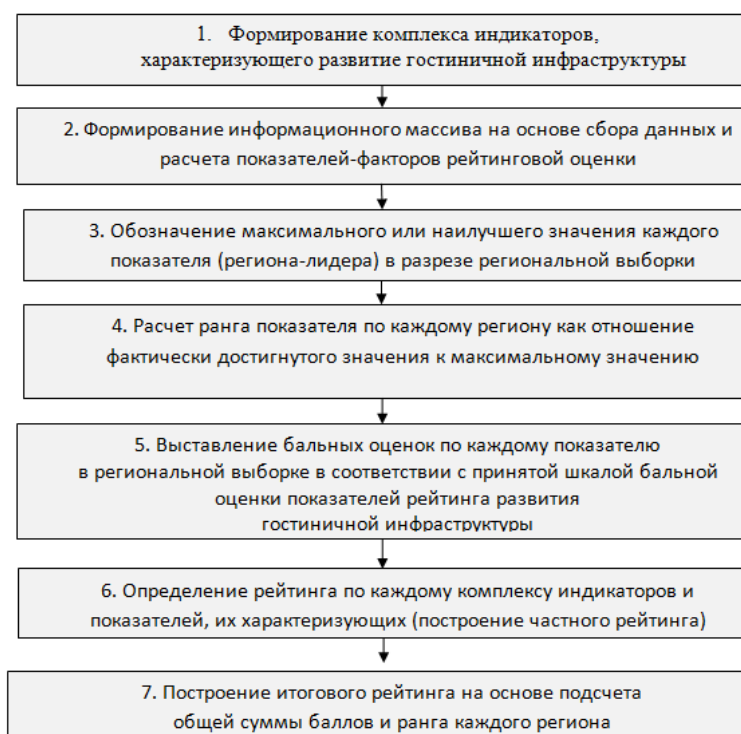


Рисунок 1 – Последовательность методики рейтинговой оценки уровня развития гостиничной инфраструктуры в регионах

При разработке рейтинга в комплексе индикаторов, характеризующих развитие гостиничной инфраструктуры, нами выделены индикаторы обеспеченности и динамики объектов гостиничной инфраструктуры, и индикаторы экономической результативности объектов гостиничной инфраструктуры. Для каждого блока индикаторов отобраны показатели-факторы, являющиеся наиболее значимыми и актуальными для рейтинговой оценки. Следует отметить, что показатели являются относительными, имеют более высокую аналитическую ценность по сравнению с абсолютными величинами и могут быть на основе доступной статистической информации, опубликованной на сайтах Росстата и ЕМИСС [7;10].

Перечень основных показателей по блокам индикаторов представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели-факторы рейтинговой оценки уровня развития гостиничной инфраструктуры в регионах

Блок экономических индикаторов	Показатель
Индикаторы обеспеченности и динамики объектов гостиничной инфраструктуры	Обеспеченность населения региона номерным фондом (плотность номерного фонда)
	Обеспеченность населения региона наличными местами (плотность наличных мест)
	Доля номеров высшей категории в гостиницах и аналогичных средствах размещения в номерном фонде
	Динамика количества коллективных средств размещения
	Динамика количества гостиниц и аналогичных средств размещения
	Коэффициент единовременной вместимости гостиниц и аналогичных средств размещения
Индикаторы экономической результативности объектов гостиничной инфраструктуры	Коэффициент единовременной вместимости коллективных средств размещения
	Численность размещенных лиц (туристов) в расчете на коллективное средство размещения
	Численность размещенных лиц (туристов) в расчете на гостиницу и аналогичное средство размещения
	Коэффициент загрузки средств размещения
	Доходы, приходящиеся в среднем на средство размещения
	Число ночевков в расчете на 100 чел. населения региона
	Численность размещенных лиц (туристов) в расчете на единицу вместимости коллективных средств размещения

Результаты рейтинга регионов Сибирского федерального округа по уровню гостиничной инфраструктуры, рассчитанные по количеству коллективных средств размещения и плотности туристского потока, представлены таблице 2.

Таблица 2 – Рейтинг регионов Сибирского федерального округа по уровню развития гостиничной инфраструктуры

Субъект Сибирского федерального округа	Оценка обеспеченности и динамики объектов гостиничной инфраструктуры	Рейтинг по обеспеченности и динамики объектов гостиничной инфраструктуры	Оценка экономической результативности объектов гостиничной инфраструктуры	Рейтинг по результативности объектов гостиничной инфраструктуры	Общая сумма баллов	Ранг
Республика Алтай	95	2	103,6	10	12	6
Республика Тыва	56	10	641,5	9	19	8
Республика Хакасия	58	9	1467,7	7	16	7
Алтайский край	104	1	1544,5	5	6	2
Красноярский край	88	5	2306,6	2	7	3

Продолжение Таблицы 2

Иркутская область	92	3	1881,0	6	9	4
Кемеровская область	85	6	2104,6	3	9	4
Новосибирская область	91	4	3415,6	1	5	1
Омская область	83	7	2085,0	4	11	5
Томская область	82	8	1325,0	8	16	7

**Вывод.** Таким образом, разработка рейтинга регионов по уровню развития гостиничной инфраструктуры имеет важное значение для обоснования принимаемых управленческих решений в сфере развития индустрии и туризма. Вместе с тем, очевидна проблема несовершенства и относительной ограниченности исходной информации, которая не позволяет оценить качественное состояние и развитие средств размещения, что является крайне важным при исследовании качества обслуживания и комфортности пребывания гостей во время туристских прибытий и нуждается в дальнейших исследованиях.

**Список использованных источников:**

1. Скабеева, Л.И. Индекс гостеприимства как оценка эффективности развития индустрии туризма и гостеприимства в регионах России / Л.И. Скабеева, Н.Л. Авилова // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17 № 1 (103). – С. 192-201. – Текст : непосредственный.
2. Сулова, Ю.Ю. Социально-экономическое развитие региона с позиций инвестиционной и туристской привлекательности / Ю.Ю. Сулова, В.В. Тельных // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 2. – С. 435-439. – Текст : непосредственный.
3. Федудин, А.А. Разработка рейтинга регионов Российской Федерации по уровню развития туризма / А.А. Федудин, Н.А. Платонова, О.И. Вапнярская // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 41(272). – С. 2-13. – Текст : непосредственный.
4. Шнорр, Ж.П. Совершенствование методических подходов к оценке развития регионального рынка гостиничных услуг / Ж.П. Шнорр // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 3 (100). – С. 48-61. – Текст : непосредственный.
5. RAEX: опубликован рейтинг регионов России с максимальным туристическим потенциалом. – Текст: электронный // URL: [https://raex-rr.com/news/press-reliz/2019\\_Feb05/](https://raex-rr.com/news/press-reliz/2019_Feb05/).
6. В России разрабатывают индекс гостеприимства. – Текст: электронный // URL: <https://hotel.report/novosti/v-rossii-razrabatyvayut-indeks-gostepriimstva>.
7. Единой межведомственной информационно-справочной системы ЕМИСС: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://www.fedstat.ru/organizations/>.
8. Национальный туристический рейтинг-2022. – Текст: электронный // URL: <https://russia-rating.ru/info/21283.html>.
9. Рачкова, С. Льготы гостиничного бизнеса в 2022 году. – Текст: электронный // URL: <https://www.gd.ru/articles/12291-lyoty-gostinichnogo-biznesa>.
10. Росстат: Официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.

**Ключевые слова:** гостеприимство, рейтинг, регионы, средства размещения, рейтинг.

**Key words:** hospitality, rating, regions, accommodation facilities, rating.

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И Г. СЕВАСТОПОЛЕ**

УДК 908

Джакаева Т.В.,  
заведующий отделом  
«Музей А.С. Пушкина в Гурзуфе»,  
ГБУК РК «Крымский литературно-художественный  
мемориальный музей заповедник»,  
г. Ялта, Россия

**САДОВО-ПАРКОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ XIX – НАЧАЛА XX ВЕКА.  
ПАРК ИМЕНИЯ РИШЕЛЬЁ В ГУРЗУФЕ**

**Садово-парковые комплексы XIX – начала XX вв. Парк имени Ришельё.** Статья знакомит читателя с парковой зоной Южного берега Крыма, на примере парка, заложенного в начале XIX века в имении Гурзуф. Автор описал растения, произрастающие на территории парка ГБУК РК «Крымский мемориальный литературно-художественный музей-заповедник», отдел «Музей А.С. Пушкина в Гурзуфе» и историю их появления в южной части Крыма. Автор уточняет представление о видовом разнообразии растительного мира парков современного Южного берега и делает вывод о необходимости проведения дополнительных исследований.

**Garden and park complexes of the XIX-early XX centuries. Richelieu Estate Park in Gurzuf.** This article introduces the reader to the park area of the Southern coast of Crimea, using the example of a park laid out at the beginning of the XIX century in the estate of Gurzuf. The author described the plants growing on the territory of the park of the SBIC of the RC «Crimean Memorial Literary and Art Museum-Reserve», the department «Pushkin Museum in Gurzuf» and the history of their appearance in the southern part of the Crimea. The author clarifies the idea of the species diversity of the flora of the parks of the modern South coast and concludes that additional research is necessary.

**Анализ последних исследований и публикаций.** За последнее десятилетие вырос интерес исследователей к истории Крыма. Особое внимание привлекает тема освоения и развития Южного берега и дворцово-парковых ансамблей. Одним из старейших дворцов и парков на юге Крыма считается дом Дюка де Ришельё в Гурзуфе, где находится музей А.С. Пушкина. Анализ истории имения в Гурзуфе и его развитию посвящены работы А.Г. Головачёвой [1], А.И. Колесник [3]; одно из наиболее полных изданий об истории современного парка выполнено Н.М. Макарухиной [5]. Данные работы демонстрируют историю создания парка, историю владельцев имения в Гурзуфе на протяжении XIX – начала XX веков. В работе А.И. Колесника дан наиболее полный анализ первичного видового состава растительного мира.

**Выделение нерешенной проблемы.** Растения, произрастающие на куртинах музея и соседних территориях парка «Гурзуфский», высаживались на протяжении последних двухсот лет – местами посадки носили спорадический и произвольный характер. Знакомство с ассортиментом растений позволяет предположить богатство и разнообразие флоры, но не дает полного целостного представления о видовом составе всей парковой территории.

**Цель статьи** – составить общее представление о видовом разнообразии растительного мира парков современного Южного берега путем проведения краткого анализа истории развития парковой территории и флоры на примере Музея А.С. Пушкина в Гурзуфе.

**Изложение основного материала.** Современная территория данного парка – это парк-памятник садово-паркового искусства регионального значения «Гурзуфский» площадью 12 га. В его границах находятся: ФГБУ «Санаторий «Гурзуфский» Управления Делами Президента Российской Федерации; ООО «Гурзуф Центр» санаторий «Пушкино»; ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», отдел «Музей А.С. Пушкина в Гурзуфе». Живописное расположение в долине реки Авунда, богатая история и разнообразие растений делают данный парк интересным и привлекательным.

Парк заложен во время строительства имения А. Ришельё в Гурзуфе 1808-1811 гг., и является самым старым памятником садово-паркового искусства на Южном берегу Крыма. Первый полный

анализ истории создания парка и видового состава растений был дан в 1949 г. А.И. Колесниковым в работе «Архитектура парков Кавказа и Крыма». Автор отмечает, что Пушкинский парк в своем развитии пережил несколько периодов:

– первый период – это постройка дома (1808-1812 гг.), когда парк был разбит скромно без применения какого-либо стиля и оформления около самого дома, отсутствовали архитектурные элементы малых форм;

– второй период – это развитие (1835-1840 гг.), когда насаждения парка были значительно пополнены новыми породами. А.И. Колесников ссылается на архивные данные Никитского ботанического сада.

Расширение границ и наиболее интенсивное развитие озеленения данной территории пришлось на 80-90 гг. XIX века при строительстве курорта Петром Ионовичем Губониным в Гурзуфе. Парк был расширен с запада на восток, увеличен видовой состав растений: «Губонин умел удивлять и завораживать людей. Особой изюминкой губонинского курорта был, конечно, великолепный парк, где в разное время было высажено и произрастало более 140 видов и форм растений: кипарисы и пальмы, секвойя и магнолия, маслина и банан, тис ягодный и земляничник мелкоплодный, самшит, можжевельник, лавр, кедр и многие другие экзотические виды растений. Главной достопримечательностью парка были многочисленные фонтаны, настоящие авторские произведения искусства, привезенные Губониным с европейских и российских технических выставок...» [2].

Последующие посадки, по-видимому, не имели определённого плана, а со временем многие растения распространились самосевом. Поэтому, как и все парки ЮБК, парк «Гурзуфский» не требует дополнительного озеленения и расширения – необходимо лишь содержать в порядке уже имеющиеся парковые зоны.

Рассмотрим некоторых представителей флоры, произрастающих на куртинах музея А.С. Пушкина в Гурзуфе.

**Аукуба японская, золотое («колбасное») дерево. Родина – Япония.** Декоративнолиственный вечнозелёный двудомный кустарник с яркими кожистыми, блестящими, красочными листьями длиной до 20 см, отличительная черта листьев – это пятна желтого цвета. Край листа сильно зазубрен. Цветы этого растения распускаются весной, невзрачны. Осенью женские растения эффектно ядовитыми ярко-красными ягодами, образующимися, если рядом растёт мужское растение.

**Береза. Родина – Россия.** Латинское родовое название растения происходит от кельтского «бету». Крупное дерево, достигающее 28 м высоты. Кора гладкая, легко отслаивающаяся. Ветви повислые, с простыми, цельными, мелкими, яйцевидными листьями. Цветы ветроопыляемые, однополые, собранные в плотные многоцветковые соцветия – серёжки. Растение однодомное. Плоды – орешки с двумя перепончатыми крыльями. Цветёт в апреле-мае. Древесина берёзы белая, с лёгким желтоватым или красноватым оттенком, сравнительно тяжёлая.

**Кипарис вечнозеленый, или обыкновенный (пирамидальный). Родина – Средиземноморье, острова Кипр и Крит.** Дерево до 25 м высотой. Крона пирамидальной формы, узкоконусовидная (колонновидная), с короткими, восходящими ветвями, плотно прижатыми к стволу. Хвоя мелкая, чешуевидная, расположена крестообразно и плотно прижата к побегам. На коротких веточках свисают серовато-коричневые округлые шишки до 3 см в диаметре. Древесина плотная, красно-бурая, ароматная, отличается стойкостью против гниения и повреждения насекомыми. Кипарис долголечен, доживает до 2000 лет. Быстро растёт. Хорошо стрижется.

**Лавр благородный. Родина – Средиземноморье.** Лавр – вечнозелёное дерево или кустарник высотой до 20 м с гладкой бурой корой. Листья кожистые, продолговатые или ланцетные, 8-10 см длиной. Цветы в пазушных зонтичных соцветиях. Плод – односеменная черная костянка. Теневынослив. Переселяясь на южный берег Крыма двадцать пять веков назад, древние греки вывезли растение с побережья Средиземного моря. Благодаря мягкому приморскому климату лавр обрёл здесь вторую родину.

**Пальма китайская (вееролистная), Трахикарпус форчуна. Родина – субтропические районы Китая и Японии.** Растение до 10 м. высоты, со стройным стволом, укутанным в мохнатый войлок, образовавшийся из остатков оснований опавших листьев. Ствол венчает крона из огромных веерообразных листьев (длиной до 1 метра) на длинных черешках, отчего листья напоминают старинные восточные опахала. В естественных условиях живёт до 150 лет.

Это двудомное растение. В апреле на мужских экземплярах появляются светло-желтые метелки цветов. На женских – мелкие, невзрачные цветочки, похожие на крупу, собранные в плотные, ветвистые, до полуметра длиной, тяжелые, ярко-желтые соцветия. Осенью пальмы украшены гигантскими кистями несъедобных плодов, которые напоминают мелкий черный виноград. Вид этой пальмы зимостойкий: выдерживает кратковременные морозы до  $-14^{\circ}\text{C}$ .

**Платан восточный, чинар. Родина – Балканы, Малая и Западная Азия.** Древнее растение, название произошло от греческого «platys» – «широкий», что указывает на широко отстоящие друг от друга ветви или на крупные листья. Относится к красивейшим листопадным деревьям, достигающим 30-50 м высоты и до 18 м в окружности, с широкой, раскидистой кроной. Листья оригинальные, крупные пальчатолопастные. Цветы мелкие, невзрачные, в головчатых соцветиях. Плоды в шаровидных соплодиях, по 2-3 на длинных (до 18 см), густоволосистых или шерстистых плодоносах, часто сохраняются на деревьях всю зиму до следующего сезона вегетации. Ствол гладкий, зеленовато-серо-бурый. Кора на стволе и ветвях отслаивается крупными пластинами, отчего ствол имеет мозаичную, пятнистую расцветку. Живёт до 2000 лет. Светолюбив. Выдерживает понижение температуры до  $-25^{\circ}\text{C}$ .

**Плющ крымский. Родина – Крым.** Вечнозелёная лиана, листву которой можно принять за крону дерева. У старых экземпляров плюща стебель в нижней части бывает очень толстым – до 15-20 см и больше. Плющ обвивает древесный ствол с помощью воздушных корней – присосок. Через 30-50 лет крона дерева целиком сменится вечнозелёной листвой этого лазящего кустарника, и дерево погибнет от недостатка света и воздуха. Пока плющ растёт в тени, его воздушные присоски нуждаются в опоре. В этот период листья имеют матовый цвет и являются пяти- или семилопастными, с белыми жилками. Как только плющ выбивается к солнцу, стебель его делается прямым, крепким, без всяких воздушных корней, листья приобретают округлую форму. Цветёт в сентябре-октябре. В плодоношение вступает не раньше, чем через двадцать лет после посадки. Плоды – небольшие зеленовато-синеватые ягоды шаровидной формы. Ядовитое растение.

**Самшит вечнозелёный, или обыкновенный. Родина – Средиземноморье.** Дерево 6-10 м высотой, с густой кроной. Отличается крайне медленным ростом. Не боится ветра. Цветы мелкие, зеленоватые. Плод – мелкая, шаровидная коробочка с выростами, раскрывающаяся по созреванию семян створками. Листья самшита небольшие, овальные, плотные, похожие на листья брусники, располагаются на листьях супротивно, парами. Хорошо перенося частую обрезку, это растение идеально подходит для создания ширм и фигурной стрижки. Исключительная теневыносливость. Устойчив к вредителям и болезням, ядовит. Древесина необыкновенно твёрдая, однородная, хорошо полируется, красивая по рисунку и цвету, очень тяжёлая, плотная (тонет в воде).

**Тис ягодный. Родина – Крым, Кавказ, Западная Европа, запад Украины, Прибалтика.** Дерево 20-25 м высотой, с диаметром ствола более 1 метра. Достигает возраста 2000-3000 лет. Ствол ребристый, сильно сбежистый; крона часто многовершинная. Хвоя тёмно-зелёная, линейно-ланцетная, мягкая, плоская, живёт до 8-10 лет. Плоды ягодавидные, сочные, с малиново-красными присемянниками, или околоплодниками, с погруженным в них твердым, округлым семенем (отсюда и название – «ягодный»). Кора красно-коричневая, слоистая. Все части растения и семена, кроме околоплодника, ядовиты и содержат алкалоид токсин. Древесина тиса тонкослойная, очень прочная и твёрдая. Тис занесен в Красную книгу и находится под охраной.

**Юкка мечелистная. Родина – Мексика.** Медленнорастущее экзотическое декоративное древесное растение с укороченными стеблями, розеткой очень острых, длинных (до 60 см), похожих на кинжалы листьев, с толстым стволом, который может достигать 8 м высоты.

Вершину растения в летний период венчает огромное, высотой в 1-1,5 метра, метельчатое соцветие с многочисленными крупными цветами, распускающимися одновременно. Цветёт два раза в год: в конце июня – начале июля и в октябре-ноябре, выбрасывая огромные султаны кремово-белых, с зеленоватым оттенком, колокольчатой формы цветов. Плоды образуются только при искусственном опылении и похожи на маленькие зеленые огурчики.

**Выводы.** Информации о видовом составе, количестве растений и возрасте наиболее ярких представителей флоры недостаточно. Для целостного описания современного состояния растительного мира парка «Гурзуфский» необходимо проведение дополнительного исследования не только территории музея, но и территории граничащих с ним соседних учреждений.

**Список использованных источников:**

1. Головачёва, А.Г. «Все эти гурзуфы, массандры и кедры...» А.П. Чехов в Гурзуфе / А.Г. Головачёва. – Симферополь: Н.Орианда, 2018. – 80 с., ил. – Текст : непосредственный.
2. Кеня, И.А. Петр Губонин: портрет на фоне эпохи. Монография / И.А. Кеня, И.Н. Слепнев. – Брянск: ООО «Автограф», 2020. – 136 с. – Текст : непосредственный.
3. Колесников, А.И. Архитектура парков Кавказа и Крыма / А.И. Колесников. – М.: Государственное архитектурное издательство, 1949. – 175 с. – Текст : непосредственный.
4. Коляда, Е.М. Дворцы и парки Крыма XIX-начала XX вв., история создания и стилистическая характеристика. Канд. дисс. / Е.М. Коляда. – СПб., 2002. – 181 с. – Текст : непосредственный.
5. Макарухина, Н.М. Гурзуф – первая жемчужина Южного берега Крыма. Книга первая / Н.М. Макарухина. – Симферополь: Бизнес-Информ, 2012. – 296 с., цв. илл. – Текст : непосредственный.
6. Чернова, Н.М. Путеводитель по Никитскому ботаническому саду имени Молотова / Н.М. Чернова. – Симферополь : Крымгосиздат, 1938. – 167 с. – Текст : непосредственный.
7. Вергунов, А.П. Русские сады и парки / А.П. Вергунов, В.А. Горохов. – М. : Издательство «Наука», 1987. – Текст: электронный // URL: [https://landscape.totalarch.com/russian\\_gardens/crimea](https://landscape.totalarch.com/russian_gardens/crimea).
8. Растительный мир Крыма: названия, фото и характеристика. – Текст: электронный // URL: <https://rosobrnauka.ru/rasteniya/rastitelnii-mir-krima-nazvaniya-foto-i-kharakteristika.html>.

**Ключевые слова:** Гурзуф, парк, А.С. Пушкин, А.-Э. дю Плесси де Ришельё, видовой состав.  
**Key words:** Gurzuf, park, A.S. Pushkin, A.-E. du plessis de Richelieu, species composition.

УДК 338(48)

**Калинкина С.А.,**

кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры туризма,

**Дикая А.В.,**

обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**Специфика организации лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым.** В статье затронуты отдельные вопросы развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым. В том числе выделены основные направления деятельности учреждений лечебно-оздоровительного туризма. Дана характеристика ресурсной базы данного вида туризма. Выявлены факторы, сдерживающие развитие лечебно-оздоровительного туризма на полуострове.

**The specifics of the organization of health tourism in the Republic of Crimea.** The article touches upon certain issues of the development of health tourism in the Republic of Crimea. In particular, the main areas of activity of medical and health tourism institutions are highlighted. The characteristic of the resource base of this type of tourism is given. The factors hindering the development of health tourism on the peninsula have been identified.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Сохранение здоровья своего народа является приоритетной задачей любого государства. В условиях экологической, напряженной социально-экономической и внешнеполитической обстановки, возрастает роль оздоровления и отдыха нации.

Вопросы организации лечебно-оздоровительного туризма в Крыму рассматриваются в ряде работ отечественных ученых: Е.М. Андроповой [5], Ф.Р. Вааповой [6], Е.К Ланковской [7], Рындач М. [2; 8].

**Выделение нерешенной проблемы.** Наряду с тем, что ученые говорят о растущей роли лечебно-оздоровительного туризма в Крыму, существует ряд сдерживающих его развитие факторов, которые тормозят данный процесс.

**Цель статьи** заключается в выявлении специфики развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым в рамках современного ее состояния.

**Изложение основного материала.** На протяжении многих веков не угасает потребность человечества в путешествиях с целью воссоздания физических сил и здоровья. В современном мире роль лечебно-оздоровительного туризма усиливается еще больше, привлекая внимание туристов по всему миру. Согласно утверждениям Всемирной туристской организации (UNWTO), лечение и оздоровление относится к числу важнейших туристических мотиваций.

Сегодня лечебно-оздоровительный туризм приобрел, глобальные масштабы и не ограничивается какой-то одной территорией или континентом, в России он представляет одну из самых распространенных форм рекреации, что касается Крымского полуострова, то этот вид туризма является одной из важных составляющих развития туризма региона в целом.

Сущность лечебно-оздоровительного туризма не сводится к какому-то конкретному определению, ученые рассматривают данный вид туризма с двух позиций – в широком и узком смысле. При этом в итоге, приходят к единому мнению, что лечебно-оздоровительный туризм представляет собой посещение курортов и подобных объектов с целью получения лечебно-оздоровительного эффекта.

Лечебно-оздоровительный туризм можно разделить на лечебный и оздоровительный, которые создают своеобразный симбиоз медицинского, санаторно-курортного и оздоровительного туризма (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Составляющие лечебно-оздоровительного туризма [9]

Основой развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым являются природные рекреационные ресурсы, которые включают климатические, орографические (геоморфологические), бальнеологические и грязелечебные, водные (гидрологические), ландшафтные, растительные ресурсы и ресурсы животного мира. На территории республики расположено более 40 соляных озер, донные отложения которых сформированы грязевыми залежами. В качестве перспективных месторождений грязевых залежей для использования в санаторно-курортном лечении правительством Республики Крым рассматривается использование ресурсов 5 объектов: Сакского, Чокракского, Кояшского, Джарылгачского озер и Булганакского сопочного поля. В настоящее время на территории республики единственным разрабатываемым месторождением является Сакское озеро [1].

Кроме того, наряду с лечебными грязями и благоприятным климатом используются ресурсы минеральных вод. На сегодня известно более 100 минеральных источников, к ним относятся: хлоридные, кальциево-натриевые, термальные хлоридно-натриевые и другие. На сегодня эксплуатируется около 20 источников минеральных вод, которые находятся в Саках, Евпатории, Ялте, Бахчисарайском и Красногвардейском районе [1].

По оценке экспертного жюри Всероссийской туристской премии Russian Travel Awards – 2022, Республика Крым заняла первое место как территория с уникальным климатом, богатыми



традициями курортолечения, которые успешно сочетаются с современными технологиями, став лучшей территорией санаторного и оздоровительного туризма в России [9].

По оценкам Министерства курортов и туризма Республики Крым, на территории полуострова в 2023 году функционируют 1098 средств размещения (Рисунок 2) общей вместимостью более 160 тыс. мест, в том числе 122 организации представляют услуги санаторно-курортного лечения, 153 предприятия оздоровительного характера [1].



Рисунок 2 – Доля предприятий санаторно-курортного и оздоровительного характера Республики Крым (по данным [1])

Согласно данным Министерства, 65 санаторно-курортных организаций работают круглогодично, предлагая гостям широкий спектр услуг по лечению, оздоровлению и профилактике всевозможных заболеваний, основываясь на опыте и традициях отечественной курортологии. Кроме того, на территории Республики Крым располагается 41 организация детского отдыха и оздоровления емкостью 5400 номеров на 19300 койко-мест [9].

Основная концентрация лечебно-оздоровительных предприятий полуострова сосредоточены в районе Большой Ялты и Сакско-Евпаторийском курортном массиве, пансионаты в основной своей массе расположены в районе Алушты, Ялты, Судака, Феодосии, на побережье Симферопольского и Бахчисарайского районов [8].

Специфическим критерием территориального расположения специализированных санаториев является то, что их наибольшая концентрация наблюдается в районе Большой Ялты – 33%, при этом 70% детских санаториев сосредоточены в Евпатории [9].

Курорты Республики Крым по лечебному ресурсу можно разделить на климатические, в которых основным лечебным фактором выступает биоклимат; бальнеологические, где лечение основано на использовании минеральных вод, и грязевые. Возможно также сочетание на курортах различных природных ресурсов. Отличительной чертой лечебно-оздоровительного туризма Крыма является применение на практике целебных свойств морской воды, водорослей, ароматерапии, солнечных ванн, грязелечение.

К спектру заболеваний, которые лечатся в Крыму относятся:

- астма, бронхиты, трахеиты, отиты, тугоухость;
- язвы, колиты, гастриты, панкреатиты;
- детский церебральный паралич, полиомиелит, рахит;
- переломы, разрывы связок, межкостные грыжи, бурситы, тендиниты, переломы позвоночника;
- пороки сердца, ишемическая болезнь сердца, аритмия, артериальная гипертензия;
- параличи, миозиты, атеросклерозы;
- нефриты, простатиты, циститы, мочекаменная болезнь;
- дерматиты, фимозы, кондиломы [5].

Сегодня в Крыму продолжается процесс формирования рынка медицинского туризма со всей его инфраструктурой. При этом следует отметить, что даже в условиях кризиса лечебно-оздоровительный туризм будет развиваться, хотя в значительной степени переориентирован на социальный туризм.

Следует отметить, что на развитие лечебно-оздоровительного туризма влияют факторы, которые препятствуют развитию данного вида отдыха (Рисунок 3).

<b>Факторы, влияющие на развитие лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым</b>	необходимость полного обновления материально-технической базы лечебно-оздоровительных учреждений;
	несоответствие цены за проживание и качества предоставляемых услуг;
	отсутствие доступной и качественной транспортной инфраструктуры в регионе;
	перебои в водоснабжении;
	необходимость полной или частичной реконструкция и модернизация учреждений;
	качество предоставляемых лечебно-профилактических услуг;
	низкий уровень профессионализма менеджерских кадров.

Рисунок 3. – Факторы, сдерживающие развитие лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым (составлено по данным [8])

Кроме того, следует отметить, что развитие лечебно-оздоровительной инфраструктуры необходимо, в первую очередь, для соответствия качества обслуживания мировым стандартами, а соответственно и повышению спроса на данный вид туризма у лиц среднего и пожилого возрастов, разных социальных групп.

**Выводы.** Таким образом, подводя итоги можно отметить, что лечебно-оздоровительный потенциал Республики Крым достаточно разнообразен. Для полноценного функционирования данной сферы туристской деятельности необходимы совместные усилия республиканской и государственной власти, санаториев, пансионатов, гостиниц, туроператоров и перевозчиков. Решение всех существующих проблем в лечебно-оздоровительном туризме позволит Крымскому полуострову стать конкурентоспособным лечебно-оздоровительным туристским курортом не только на внутреннем, но на международном рынке туристической индустрии.

#### **Список использованных источников:**

1. Постановление Совета министров Республики Крым «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым и о признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Крым» № 419 от 20.06.2023. – Текст: электронный // URL: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwikl97U8uz\\_AhUiBhAIHSMGDykQFnoECckQAQ&url=http%3A%2F%2Fpublication.pravo.gov.ru%2Ffile%2Fpdf%3Fnumber%3D9100202306210002&usg=AOvVaw1zsk1bpmv-aaaQIAhECUWT&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwikl97U8uz_AhUiBhAIHSMGDykQFnoECckQAQ&url=http%3A%2F%2Fpublication.pravo.gov.ru%2Ffile%2Fpdf%3Fnumber%3D9100202306210002&usg=AOvVaw1zsk1bpmv-aaaQIAhECUWT&opi=89978449).
2. Рындач, М.А. Проблемы и факторы развития лечебно-оздоровительного туризма в рамках сельского туризма (на примере Крыма) / М.А. Рындач // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – Том 6. – № 10В. – С. 378-389. – Текст : непосредственный.
3. Смирнов, Д.В. О некоторых проблемах и перспективах развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму / Д.В. Смирнов, Е.В. Затолокина // Проблемы развития индустрии туризма: Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Ответственные редакторы О.А. Лях, С.А. Батоева. – Чита : Издательство: Забайкальский государственный университет, 2022. – С. 278-285. – Текст : непосредственный.
4. Щербакова, А.А. Индустрия лечебно-оздоровительного туризма и направления ее модернизации / А.А. Щербакова // Проблемы развития территории. – 2014. – № 2 (70). – С. 37-48. – Текст : непосредственный.

5. Андропова, Е.М. Анализ проблем и перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Крыму / Е.М. Андропова. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problem-i-perspektiv-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-krymu/viewer>.
6. Ваапова, Ф.Р. Проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым / Ф.Р. Ваапова. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-respublike-krym>.
7. Ланковская, Е.К. Тенденции развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым / Е.К. Ланковская. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-respublike-krym/viewer>.
8. Рындач, М.А. Проблемы качества предоставляемых услуг в сфере медицинского и доступного туризма в Крыму / М.А. Рындач. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-kachestva-predostavlyaemyh-uslug-v-sfere-meditsinskogo-i-dostupnogo-turizma-v-krymu/viewer>.
9. Статистические данные о развитии туристской отрасли Республики Крым за 2022 год. – Текст: электронный // URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>.

**Ключевые слова:** лечебно-оздоровительный туризм, грязелечение, бальнеология, климатолечение, санаторно-курортные предприятия и учреждения.

**Keywords:** medical and health tourism, mud treatment, balneology, climatotherapy, sanatorium-resort enterprises and institutions.

УДК 379.85

**Мартьянова Е.Г.,**

кандидат философских наук, старший научный сотрудник  
научно-исследовательской лаборатории по социологии, культурному туризму  
и прикладной этике при кафедре философии и культурологии,

**Чеснова Е.Н.,**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры философии и культурологии,  
ФГБОУ ВО «Тульский государственный  
педагогический университет им. Л.Н. Толстого»,  
г. Тула, Россия

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**Современное состояние, проблемы и перспективы развития культурного туризма в Республике Крым.** В данной статье дается обзорное рассмотрение современного состояния культурного туризма в Республике Крым, имеющихся проблем и возможных перспектив для их решения при реализации культурного туризма и его видов. Авторы статьи дают анализ существующих направлений исследования и публикаций по современному состоянию, проблемам и перспективам туризма в Республике Крым. Отдельно обращается внимание на исследования в области видов туризма, в том числе видов культурного туризма, которые реализуются на территории Республики Крым. Аналитический обзор последних исследований и публикаций включает двадцать три вида туризма, многие из которых являются подвидами культурного туризма, либо связаны с ним. В рамках изложения основного материала уделяется внимание наиболее перспективному виду туризма – культурному туризму и его видам (подвидам) в Республике Крым, объектам, которые могут представлять наибольший интерес, в первую очередь, для религиозного туризма, паломнического туризма, эзотерического туризма, мистического туризма. Уделяется внимание в рамках статьи специфике и проблемам развития туризма в Республике Крым, перспективам и факторам, которые могут способствовать, либо препятствовать развитию туризма, туристической деятельности в Республике Крым, созданию конкурентоспособного туристического продукта, рекреационного комплекса, соответствовать государственной культурной политике (федеральный,

региональный уровень), имиджевой стратегии, созданному туристическому бренду Республики Крым.

**The current state, problems and prospects of cultural tourism development in the Republic of Crimea.** This article provides an overview of the current state of cultural tourism in the Republic of Crimea, the existing problems and possible prospects for their solution in the implementation of cultural tourism and its types. The authors of the article provide an analysis of existing research directions and publications on the current state, problems and prospects of tourism in the Republic of Crimea. Special attention is paid to research in the field of types of tourism, including types of cultural tourism, which are implemented on the territory of the Republic of Crimea. The analytical review of recent studies and publications includes twenty-three types of tourism, many of which are subspecies of cultural tourism, or are associated with it. As part of the presentation of the main material, attention is paid to the most promising type of tourism – cultural tourism and its types (subspecies) in the Republic of Crimea, objects that may be of the greatest interest, primarily for religious tourism, pilgrimage tourism, esoteric tourism, mystical tourism. The article pays attention to the specifics and problems of tourism development in the Republic of Crimea, prospects and factors that can contribute to or hinder the development of tourism, tourism activities in the Republic of Crimea, the creation of a competitive tourist product, recreational complex, comply with the state cultural policy (federal, regional level), image strategy, created tourism brand of the Republic of Crimea.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Республика Крым как часть Российской Федерации является в настоящее время одним из наиболее популярных и перспективных направлений внутреннего туризма. Это связано с тем, что Крым занимает выгодное географическое положение, имеет благоприятные природные и климатические условия, водные и земельные ресурсы, богатейшее культурно-историческое наследие, что делает возможным развитие практически всех видов туризма.

Первое направление современных исследований в рамках данной темы связано, прежде всего, с анализом современного состояния, проблем и перспектив развития туризма в Крыму. Сюда можно отнести значительное количество публикаций таких авторов, как Цимбал А.В., Одаренко Т.Е., Хаирова Э.А., Егина И.О., Веретенникова Е.П., Сайбель М.Ю., Потапова А.Е., Вершина А.В., Каплль О.И., Василенко Г.В., Кудряшов В.С., Корявко Р.А., Алиев А.И., Гутянюк Е.А., Абрамова Л.С., Троценко О.И., Пустовит А.В., Абдурешитова Э.Р., Лужниченко Н.В., Петренко С.В., Левчук К.С., Абрамова Л.С., Ибрагимов Э.Э., Ибрагимова Л.С., Верна В.В., Скараник С.С., Варенецова А.Г., Пензина Е.В. др.

Второе направление современных исследований связано с анализом различных аспектов того или иного вида туризма: событийного (Тимошина Ю.В., Щербак Е.Г., Гуров С.А., Евдокимов В.В. и др.), семейного (Сухарева И.А., Шевчук С.О., Ким К.Е. и др.), конного (Логвина Е.В. и др.), круизного (Дикарев В.В., Соловьев А.А., Храмшина Л.И., Лазицкая Н.Ф. и др.), водного (Баранов С.Д., Нубарян Н.Ю., Баранов С.Д. и др.), яхтенного (Колоскова Е.Г., Подсолонко Е.А. и др.), аграрного (Поддубная Т.Н., Мороз В.А. и др.), сельского (Гуров С.А. и др.), свадебного (Губская Д.О., Демидова Л.И. и др.), этнографического (Алалыкина И.А., Тимошина Ю.В., Логвина Е.В., Сеттарова Ф.Н. и др.), спортивно-оздоровительного (Боголюбова С.А., Пуштафиди В.Д., Андропова Е.М., Романенков А.И., Кутыин И.В. и др.), лечебно-оздоровительного (Андропова Е.М., Романенков А.И., Гржебина Л.М., Подкорытова Е.А., Кутыин И.В., Смирнов Д.В., Затолокина Е.В., Павлюк В.П., Приймак И.И., Фошина А.О. и др.), санаторно-оздоровительного (Шевельдина А.Б. и др.), этнического (Костюк В.О. и др.), экологического (Дворецкая А.А., Зубарева А.И., Толмачева К.В., Ушаков Р.Н., Леонова Н.О., Поддубная Т.Н., Заремба П.А., Охременко С.И. и др.), горнолыжного (Смирнов Д.В. и др.), автомобильного (Трегулова И.П., Сагайдачная М.А., Ромашкина К.Д., Дусенко С.В. и др.), винного (Аблязова С.А., Левчук К.С., Абрамова Л.С., Смирнов Д.В. и др.), литературного (Гуров С.А., Страчкова Н.В., Алексеенко М.А. и др.), гастрономического (Трегулова И.П., Гончарова Н.Ю., Майданевич Ю.П., Пегушина А.А., Тимошина Ю.В. и др.), фестивального (Страчкова Н.В., Хазова М.В. и др.), религиозно-познавательного (Куртсеитова Э.Р. и др.), военно-исторического (Арзуманян Л.М. и др.).

Третье направление современных исследований в плане публикаций является самым малочисленным. Оно связано с рассмотрением именно культурного туризма как социально, экономически, политически значимого направления туристской индустрии и фактора регионального развития Крыма. Сюда следует отнести работы Микитинец А.Ю., Микитинец О.И., Швецовой А.В., которые осуществляют «культурологическую оценку определений, признаков и основ культурного

туризма; анализ нормативно-правовой базы федерального и регионального уровня» [3, с. 148] в области культурного туризма в Российской Федерации, выявляют перспективы, условия, специфику развития культурного туризма, культурно-туристской индустрии в Республике Крым. Рассмотрению современного состояния, проблем и перспектив развития двух наиболее популярных, на наш взгляд, видов культурного туризма – культурно-познавательного [1; 4] и культурно-исторического [8] – посвящены исследования Эйдельман Б.М., Лойчик А.В., Ибрагимов Э.Э., Анохина В.С., Яковлевой И.С. и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Анализ современных исследований в области туризма в Республике Крым показал, что в настоящее время отсутствуют публикации, которые были бы посвящены рассмотрению культурного туризма и определению наиболее перспективных его видов для данного региона.

**Цель статьи** – анализ современного состояния, выявление проблем и перспектив развития культурного туризма в Республике Крым; определение отдельных наиболее перспективных видов культурного туризма.

**Изложение основного материала.** Каждое из направлений современных исследований имеет свою специфику и взаимосвязано с культурным наследием, природным своеобразием, историей Крыма, ролью государства в сохранении наследия и развития туризма в Крыму, государственной культурной политикой, имиджем (качественная имиджевая стратегия), устойчивым развитием и ресурсами региона и государства, самоидентификацией, социокультурной идентификацией личности и общества, социокультурным развитием региона и страны.

В Республике Крым культурная политика призвана найти бренды, обладающие потенциалом и транслирующие уникальность культурного наследия (на данный момент, как отмечают Микитинец О.И., Белкина С.В., «создан туристский бренд Республики Крым» [5]), формировать качественную имиджевую стратегию, направленную на повышение конкурентоспособности и привлекательности региона, создание «качественной культурной среды» [5]. Большое значение отводится выстраиванию отношений на вертикальном (федеральный уровень – дополнительные дотации для региона) и региональном уровне (местные органы власти, институты и учреждения культуры, иные заинтересованные участники – инвесторы, меценаты, благотворительные организации, местное население), созданию кластеров. Как отмечают Микитинец О.И. и Белкина С.В., «В Республике Крым к 2030 году предполагается создание 7 кластеров, в том числе и туристского, формирование которого предполагает объединение культурно-исторических элементов, к которым, в первую очередь, относятся объекты культурного наследия» [5]. Это мы находим и в Законе Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» от 28.12.2016 г. [7]. Развитие туризма, в том числе культурного туризма, в Республике Крым связано также с определением «духовного и идеологического вектора воспитания «новых поколений граждан страны и воспроизводства интеллигенции», но и использовании его как ресурсного основания экономики государства» [6]. Как отмечает Новосельская В.В., «в настоящее время сложилась неоднозначная ситуация вокруг объектов культурного наследия Республики Крым: «ЮНЕСКО прекратила все контакты с администрациями объектов культурного наследия в Крыму. <...> остановлена работа по приданию статуса всемирного наследия и другим объектам, расположенным на полуострове»» [6]. Это влияет на государственную культурную политику в сфере туризма и саму реализацию туристической деятельности. Большое значение имеют проблемы разработки конкурентоспособного туристического продукта в условиях сезонности, неразвитой инфраструктуры дестинаций, отсутствия достаточного уровня презентации и продвижения туристического продукта, сам уровень культуры поведения туристов и отношение к экологии, чистоте и бережному сохранению природы во время путешествий, уровень сферы обслуживания в отелях, хостелах, ресторанах, кафе и т.д. Кулик В.В., Лазицкая Н.Ф. считают, что решение этих проблем позволит развиваться и быть конкурентоспособным рекреационному комплексу Республики Крым и Севастополя в особенности при реализации культурно-познавательного туризма. Для этого они выделяют двенадцать факторов и перспектив, которые необходимо решить и реализовать. Каждый фактор и перспектива являются важными и необходимыми, они касаются как финансовой и организационной стороны вопроса, так и внедрения новых форм культурно-познавательного туризма и соответствующих им туров (в особенности это касается этнографического, гастрономического, театрального, фестивального, событийного, ностальгического, пешеходного, паломнического туризма), немаловажным является и внедрение краеведческих дисциплин, проведение конференций, экспедиций, семинаров, круглых

столов для исследования и популяризации культурно-познавательного туризма, повышения образовательного уровня, воздействия на менталитет населения.

Так как в основе культурного туризма лежит культура страны, региона и посещение объектов культурно-исторического наследия, то и выделяемые у Микитинец А.Ю., Микитинец О.И., Швецовой А.В. виды культурного туризма: «культурно-исторический, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-гастрономический, культурно-образовательный, культурно-религиозный (паломнический), культурно-научный, культурно-деловой, культурно-круизный, культурно-экологический, культурно-оздоровительный, культурно-событийный и т.п.» [3, с. 149] дают большой простор для создания соответствующих туров на территории Республики Крым.

Одним из центральных и перспективных видов культурного туризма в регионе мы видим культурно-познавательный туризм, представляющий собой «путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий» [1, с. 56]. Яковлева И.С. отмечает уникальность наследия древних культур и цивилизаций, мировых религий, политических образований, неповторимость архитектурно-градостроительного наследия Крымского полуострова [8]. Республика Крым на текущий момент насчитывает «218 объектов культурного наследия федерального значения, 1795 памятников регионального значения, 319 выявленных объектов и 2186 выявленных объектов археологического наследия» [1, с. 56]. Все это дает основания выделить в качестве еще одного из перспективных видов культурного туризма культурно-исторический туризм и военно-исторический туризм. Посещая объекты, связанные с историей военных лет, человек познает культуру, традиции, обычаи и быт другого народа, приобщается к культурной памяти поколений, осуществляется историко-культурная преемственность. Объектами туристского интереса могут являться не только историко-культурные, но и этнографические памятники, «различные культурные мероприятия и события, традиции, нравы, образ жизни, промыслы, трудовые функции и т.п. населения» [3, с. 149].

Поэтому культурно-этнографический туризм, связанный с посещением этнографического объекта и знакомством с культурой, архитектурой, бытом, обычаями и традициями другого народа, также является перспективным направлением культурного туризма в Крыму, так как регион характеризуется этническим и мультикультурным многообразием, на его территории проживают представители различных народов, такие как крымские татары, немцы, чехи, эстонцы, армяне и др. Более того, в Крыму насчитывается 77 культурно-этнографических центров. Многие религии связаны с историей и культурой Крыма, поэтому религиозный, паломнический, эзотерический, мистический туризм являются перспективными направлениями культурного туризма для Крыма. Интерес представляют христианские (православные, армянские, протестантские, католические), мусульманские, иудейские, языческие и мистические историко-культурные и религиозные объекты, среди которых много уникальных древних объектов дошедших до наших дней. Например, можно отметить: Бахчисарайский Свято-Успенский мужской монастырь, Комплекс Караимских кенас, Мечеть Джума-Джами, Храм Солнца, Алимова Балка, Долина Привидений, Пещеры Ени-Сала, Текие дервишей, Инкерманский Свято-Климентовский пещерный монастырь, Монастырь Сурб Хач, Храм-маяк Николая Чудотворца, Церковь Святой Екатерины, Малая ханская мечеть, Бисерный храм Анастасии Узорешительницы, Католическая церковь Непорочного зачатия Пресвятой Девы Марии, Костел Сердца Иисуса Христа, Церковь Константина и Елены, Мечеть Кебир-Джами, Синагогу Егия-Капай, Лютеранская кирха Святой Марии, Мечеть Юхары-Джами, Армянскую церковь Св. Акоба, Часовня Ливадия, Армянскую церковь Сурб Никогайос, Пещерный монастырь Челтер-Мармара, Пещерный монастырь Шулдан, Змеиную пещеру, Хор-дере, Куш-кая и т.д.

Культурный туризм и его подвиды дают возможность не только привлекать туристов в регион и страну, но и, как отмечают Микитинец О.И., Белкина С.В., компенсировать дефицит выделяемых на культуру средств из бюджета. Развитие культурного туризма связано с эффективным использованием ресурсов, культурного наследия с учетом «распределения функций между основными участниками сохранения и развития такого наследия: органами власти всех уровней, общественными и некоммерческими организациями, фондами, бизнесом, местными сообществами и частными лицами» [1, с. 99], с практикой «государственно-общественно-частного партнерства» [5], с кластерным подходом, созданием «целостной социокультурной среды территорий» [6]. На создание благоприятных условий для развития культурного туризма влияют проект международного

благотворительного фонда им. Д.С. Лихачева «Южный берег Крыма – территория Всемирного наследия» [5], туристический проект «Золотое кольцо Боспорского царства» [5].

**Выводы.** Республика Крым обладает огромным потенциалом для развития огромного спектра видов культурного туризма, которые в таком же многообразии в других регионах не могут быть реализованы из-за отсутствия соответствующего культурного наследия, уникальности и степени сохранности объектов. Решение имеющихся в сфере туризма проблем является основанием для создания конкурентоспособных туристических продуктов, привлекательности рекреационной базы и бренда Республики Крым.

#### **Список использованных источников:**

1. Ибрагимов, Э.Э. Культурно-познавательный туризм как направление использования и охраны культурного наследия Республики Крым / Э.Э. Ибрагимов, В.С. Анохин // *Russian Studies in Culture and Society*. – 2023. – Т. 7. – № 2. – С. 52-66. – Текст : непосредственный.
2. Королева, Г.А. Вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия: опыт и проблемы / Г.А. Королева, А.В. Титов // *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»*. – 2019. – № 1. – С. 93-110. – Текст : непосредственный.
3. Микитинец, А.Ю. Культурный туризм как фактор регионального развития Крыма / А.Ю. Микитинец, О.И. Микитинец, А.В. Швецова // *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология*. – 2020. – Т. 6 (72). – № 1. – С. 146-155. – Текст : непосредственный.
4. Эйдельман, Б.М. Проблемы и перспективы развития культурно-познавательного туризма при разработке нового маршрута на примере Республики Крым / Б.М. Эйдельман, А.В. Лойчик // *Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства. Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции*. – Казань : ООО Печать-Сервис-XXI век», 2019. – С. 235-239. – Текст : непосредственный.
5. Микитинец, О.И., Белкина С.В. Возможности культурного наследия на территории Республики Крым как универсальной сферы взаимодействия субъектов поступательного социально-экономического и социально-культурного развития на современном этапе // *Культурная жизнь Юга России*. – 2021. – № 1 (80). – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-kulturnogo-naslediya-na-territorii-respubliki-krym-kak-universalnoy-sfery-vzaimodeystviya-subektov-postupatel'nogo> (дата обращения: 20.10.2023).
6. Новосельская, В.В. Возможности и правовые основания актуализации культурного наследия как ресурса туристической отрасли Крыма / В.В. Новосельская // *Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение*. – 2021. – № 42. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-pravovye-osnovaniya-aktualizatsii-kulturnogo-naslediya-kak-resursa-turistskoj-otrasli-kryma> (дата обращения: 20.10.2023).
7. О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. – Текст: электронный // URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 17.02.2021).
8. Яковлева, И.С. Перспективы развития культурно-исторического туризма в Республике Крым / И.С. Яковлева // *Материалы X Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум»*. – Текст: электронный // URL: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018002863> (дата обращения: 20.10.2023).

**Ключевые слова:** Республика Крым, туризм, культурный туризм, культурное наследие, имидж региона, государственная культурная политика.

**Keywords:** Republic of Crimea, tourism, cultural tourism, cultural heritage, image of the region, state cultural policy.

УДК 338.48

Симонова Н.М.,  
старший преподаватель кафедры туризма,  
Листопад А.В.,  
обучающийся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ**

**Актуальность военно-патриотического туризма в Севастополе.** Крымский регион, как и Севастополь в частности, богат культурными и историческими достопримечательностями, которые высоко ценятся как в мировом сообществе, так и гражданами России. Потребность населения в организации досуга неоспорима, а возросший интерес россиян к получившему новый правовой статус региону способствует развитию военно-исторического туризма в Севастополе. Проанализировав объем ресурсов и потенциал возможностей города федерального значения Севастополя в развитии военно-исторического туризма, можно говорить о стремительном его развитии в недалеком будущем.

**Relevance of military-patriotic tourism in Sevastopol.** The Crimea region, as well as Sevastopol in particular, is rich in cultural and historical sights, which are highly valued both in the world community and by Russian citizens. The population's need for leisure activities is undeniable, and the increased interest of Russians in the region, which has received a new legal status, contributes to the development of military-historical tourism in Sevastopol. Having analyzed the volume of resources and the potential of opportunities of the federal city of Sevastopol in the development of military-historical tourism, we can talk about its rapid development in the near future.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема развития военно-патриотического туризма в Севастополе исследована недостаточно, а потому требует дополнительного изучения. Данный вопрос был исследован такими авторами, как Маношин И.С.[2], Россейкин Б.М. [3] и др. Возможности военно-исторического туризма в Севастополе в патриотическом воспитании молодежи освещены в работе Ю.В. Тимошиной и Д.В. Смирнова [4].

**Выделение нерешенной проблемы.** Город федерального значения Севастополь обладает уникальными туристско-рекреационными, природными и культурно-историческими ресурсами, а также богатой экосистемой. Существующий ресурсный потенциал для развития туризма и рекреации Севастополя используется не в достаточной мере, что актуализирует необходимость поиска действенных механизмов государственной и региональной политики в данном направлении. Кроме того, эффективное использование туристского потенциала территории создает возможности для обеспечения социально-экономического развития города, роста деловой активности и предпринимательской инициативы, развития туристического бизнеса, деловой и коммуникационной инфраструктуры, увеличения занятости местного населения, поступлений в местный бюджет, развития творческой, интеллектуальной и предпринимательской самореализации молодежи и, в конечном итоге, повышения уровня и качества жизни населения.

**Цель статьи.** Целью данной статьи является изучение актуальности и проблематики развития военно-исторического туризма в Севастополе.

**Изложение основного материала.** Важность туризма для города отражена в Постановлении Правительства Севастополя от 7 ноября 2016 года № 1050-ПП «Об утверждении государственной программы города Севастополя «Развитие культуры и туризма города Севастополя», основными целями и задачами которой в части развития туризма определены: содействие формированию на территории города Севастополя эффективной системы развития сферы туризма, способствующей социально-экономическому развитию города, а также становление города Севастополя как культурно-досугового и туристического центра. Для реализации указанной программы постановлением Правительства Севастополя от 16.05.2016 года №456-ПП создан Центр развития туризма, основной целью которого является реализация государственных программ в сфере туризма,



а также осуществление информационно-туристической деятельности по созданию и продвижению региональных туристских продуктов на внешний и внутренний рынки [1].

Севастополь неотделим от Черноморского Флота России. Много славных страниц героизма русских войск написано здесь. Севастополь всегда имел огромное, если не сказать сакральное, значение для всей России. Первая оборона города (17.10.1854 – 9.09.1855) и Вторая оборона города (30.10.1941 – 3.07.1942) вошли в страницы не только отечественной, но и мировой истории [3].

Одним из основных элементов туристского интереса людей, направляющихся в военно-исторические путешествия, является история военных лет. Те объекты, которые посещаются туристами в рамках военно-исторического туризма, безусловно, способствуют расширению кругозора и духовному обогащению. Посредством этого, человек познает культуру, обычаи другого народа, его быт и особенности жизни, сопрягая с военной историей страны в контексте аспектов военно-исторического туризма. В этом ключе, именно военно-исторический туризм является важнейшей ячейкой в создании культурных связей и международного сотрудничества.

Военно-исторический туризм получает развитие на территориях стран, где происходили масштабные боевые действия. Потоки туристов из разных стран мира стекаются к местам великих битв и сражений и по способу своей организации военно-исторический туризм может осуществляться как в индивидуальном порядке, так и в составе организованных групп. Поистине наибольшее распространение военно-исторический туризм получил в Западной Европе и странах бывшего постсоветского пространства, в т.ч. в Российской Федерации.

Сегодня любители военной истории со всего мира приезжают в Севастополь, чтобы своими глазами увидеть те места, где мужественно сражались люди за свой город и свою страну. В связи с этим власти города считают, что именно военно-исторический туризм может стать одним из векторов развития города Севастополя [1].

Музейный фонд является основной составляющей военно-патриотического туризма. Это совокупность памятников естественной истории, культуры и ментальности данной области и страны. Музейный фонд может быть основан как на территориальной принадлежности, так и на экспонатах, представленных на всеобщее обозрение. Музейный фонд Севастополя насчитывает огромное число музеев самой разнообразной тематики, при этом наиболее распространенными являются музеи исторического фонда и также военно-патриотического содержания. При этом во всех музеях города наблюдается ряд отрицательных черт, а именно: отсутствие аудиогидов, недостаточное число указателей для прохода к музею, отсутствие, в основном, оборудованных парковок для транспорта, не всегда организованные внешние и внутренние благоустройства как зданий, так и территории музея, возможность входа только в составе экскурсионной группы, отсутствие возможности фотосъемки, недостаточный сервис со стороны персонала. При этом следует отметить что в последние годы администрация города выделяет немалые средства на обустройство инфраструктуры военно-патриотического комплекса, проводя не только ремонтные работы, но и обучение персонала, цифровизацию многих исторических элементов, что многократно повышает заинтересованность как взрослой аудитории, так и более юных посетителей.

Туристская индустрия в Севастополе нуждается в улучшении качества ее инфраструктуры, слабое инвестирование и малый ассортимент предлагаемых программ, а также на сегодняшний день неразвитая транспортная доступность. В связи с вышесказанным, возникает необходимость создания новой стратегии развития Севастополя как центра военно-исторического туризма Крыма, а в дальнейшем и всего Юга России. В такую стратегию должны быть включены программы с развитием военно-исторических фестивалей, военно-исторических туров, маршрутов, экскурсионных программ, военно-исторических музеев, реконструкций сражений [7].

Основными объектами, которые предлагаются для посещения туристами, являются: Музей героической обороны и освобождения Севастополя», включающий в себя панораму «Оборона Севастополя 1854-1855 гг», диораму «Штурм Сапун-горы 7 мая 1944 г.», оборонительную башню Малахова кургана; историко-мемориальный комплекс героическим защитникам Севастополя «35 Береговая батарея»; военно-морской музей «Михайловская батарея» (Михайловский рavelин), ряд других музейных объектов [6].

При изучении существующих тенденций развития военно-исторического туризма в Севастополе можно выделить как ряд негативных тенденций, которые стали проблемами на сегодняшний день, так и положительных, которые являются перспективами для его развития.

Среди всех российских региональных направлений военно-патриотического туризма Крым и Севастополь имеют наибольшую ценность. На протяжении уже более 150 лет город имеет неповторимый облик. Патриотическая тема проходит через всю историю посещения города, включая советский и более современный период. Это нашло отклик в большом числе туристических и экскурсионных маршрутов, в выборе мест посещения для туристов и привлечении новых посетителей в город. Закрепляя культурную память об истории региона, эти направления решали ряд задач, таких как патриотическое и морально нравственное воспитание граждан. Севастополь является уникальной частью мемориальной культуры, где памятники и музейный комплексы, созданные в разные эпохи, создают неповторимую среду, которая способствует возникновению и развитию патриотических чувств.

**Выводы.** Одним из основных элементов туристского интереса людей, направляющихся в военно-исторические путешествия, является история военных лет. Те объекты, которые посещаются туристами в рамках военно-исторического туризма способствуют расширению кругозора и духовному обогащению. С помощью данных объектов человек познает культуру и менталитет жителей данной местности и страны в целом. Можно сказать, что не один год военно-патриотический туризм является связующим звеном между Россией и странами СНГ, а также помогает в образовании положительных эмоциональных связей между гражданами нашей страны, при этом увеличивая уровень образования и расширяя кругозор.

Главное преимущество военно-патриотического туризма на данный момент заключается в возросшей заинтересованности населения в изучении объектов данной инфраструктуры. Немалую роль в увеличении числа туристов оказывает ряд улучшений, которые были проведены на территории города в музеях города, что привлекает как жителей самого региона, так и граждан всей страны. Развитие музейных комплексов напрямую оказывает влияние на качество проведенного досуга, глубину получаемых знаний и интерес у взрослого и более молодого поколений.

Продолжая развивать положительные тенденции, Севастополь сможет обеспечить беспрепятственное существование военно-исторического туризма в России, выводя эту нишу на новую ступень развития по всей территории страны.

#### **Список использованных источников:**

1. Программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года». – Текст: электронный // URL: [fcp.economy.gov.ru/cgibin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2015/429](http://fcp.economy.gov.ru/cgibin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2015/429).
2. Маношин, И.С. Героическая трагедия. О последних днях обороны Севастополя 29 июня-12 июля 1942 года. Военно-историческое исследование / И.С. Маношин. – Симферополь: Таврида, 2001. – Текст : непосредственный.
3. Россейкин, Б.М. Панорама «Оборона Севастополя». Путеводитель. Изд. 3-е, дополн. / Б.М. Россейкин. – Симферополь: Крымиздат, 1960. – 96 с. – Текст : непосредственный.
4. Тимошина, Ю.В. Организация военно-патриотического туризма в городе федерального значения Севастополе как способ формирования любви к Отечеству у молодежи / Ю.В. Тимошина, Д.В. Смирнов // Севастополь-Сталинград: одна война, одна история. Посвящается Великой Победе: Материалы и доклады Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, аспирантов и молодых учёных (Севастополь, 27-28.04.2017). – Севастополь : Рибест, 2017. – С. 66-68. – Текст : непосредственный.
5. Шавшин, В.Г. Каменная летопись Севастополя. Издание второе. / В.Г. Шавшин. – Севастополь-Киев, 2004. – 384 с. – Текст : непосредственный.
6. Государственный музей героической обороны и освобождения Севастополя. – Текст: электронный // URL: <http://www.sev-museum-panorama.com/ru/aboutmuseum.html>.
7. Третья оборона Севастополя. – Текст: электронный // URL: <http://freepublish.ru/novosti/tretya-oborona-sevastopolya-3/>.

**Ключевые слова:** военно-исторический туризм, музей, оборона Севастополя, памятник, Севастополь.

**Keywords:** military-historical tourism, museum, defense of Sevastopol, monument, Sevastopol.

УДК 338.48

**Симонова Н.М.**,  
старший преподаватель кафедры туризма,  
**Себякина И.Н.**,  
обучающаяся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И ГОРОДЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ СЕВАСТОПОЛЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Приоритетные направления развития туризма в Республике Крым и городе федерального значения Севастополе: проблемы и перспективы.** В данной статье рассматриваются особенности и текущие проблемы туризма в городе Севастополе, анализируются возможные пути развития в данном направлении. Туристическая сфера для Севастополя является не основной, но одной из главных особенностей данного региона, являясь значимым двигателем для экономики города и ее жителей, а потому требует тщательного изучения и планирования ее развития.

Принимая во внимание изменившуюся в 2014 году геополитическую ситуацию, важным моментом является создание нормативно-правовой базы, поручение определенным органам власти города функции контроля за исполнением стратегии. Стереотипизированные места отдыха в Севастополе увеличивают общую привлекательность внутреннего туризма, что влечет за собой дополнительную ответственность, закрепленную за органами исполнительной власти, как, например, ответственность за качество предоставляемых услуг, за состояние туристских объектов, за создание новых рабочих мест и безопасность туристов.

**Priority directions of tourism development in the Republic of Crimea and the federal city of Sevastopol: problems and prospects.** This article considers the features and current problems of tourism in the city of Sevastopol, and analyzes possible points of development in this direction. The tourism sector for Sevastopol is not the main, but one of the main features of this region, being a significant engine for the economy of the city and its residents, and therefore requires careful study and planning of its development.

Taking into account the geopolitical situation that changed in 2014, an important point is the creation of a legal and regulatory framework, assigning certain city authorities the function of control over the implementation of the strategy. Stereotyped places of recreation in Sevastopol increase the overall attractiveness of domestic tourism, which entails additional responsibility assigned to the executive authorities, such as responsibility for the quality of services provided, for the condition of tourist facilities, for the creation of new jobs and the safety of tourists.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема приоритетных направлений развития туризма в Севастополе практически не исследована, а потому требует дополнительного изучения. Данный вопрос был исследован такими авторами, как Алтухова Н.В. и Шпырко О.А. [2], Белозерова Ю.М. и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Туристическая сфера Севастополя претерпела значительных изменений за последние 10 лет. Изменилось не только качество туристов, но и суть их отдыха. Произошел ряд кардинальных смен в законодательной базе, а геополитическая ситуация также ставит ряд задач, которые требуют от администрации и сотрудников туристического бизнеса оперативной реакции и вмешательства. Регулярные изменения ставят перед исследователями непростую задачу, которая характеризуется быстрым темпом устаревания информации и потребностью в ее регулярном обновлении и дополнительном изучении.

**Цель статьи.** Целью данной статьи является изучение особенностей туризма в городе Севастополь и исследования его актуальным проблем.

**Изложение основного материала.** Туризм – это процесс выезда людей в отличную от места проживания местность с любой целью, помимо трудоустройства. Внутренний же туризм – это перемещение граждан в рамках региона или страны с целью изучения местности и получения социальных и досуговых благ.

Туристические ресурсы – это все исторические, природно-климатические, социально-культурные и иные объекты, которые включают элементы туристского показа и другие объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, а также способствовать укреплению их здоровья, физических сил и поддержанию жизнедеятельности.

Туристическая инфраструктура – это совокупность коммуникационных сетей, зданий, сооружений, зон отдыха, отелей, дорог и иных объектов, которые используются в целях туризма и для обеспечения отдыха, а также жизнедеятельности предприятий туристского характера.

Ежегодно увеличивается доля сферы услуг во структуре экономики, при этом туристическая индустрия представляет собой целый комплекс отраслей и различных видов деятельности, которые необходимы для удовлетворения потребностей туристов. Туризм представляет собой сложное социальное и экономическое явление, которое предполагает целый ряд аспектов для обслуживания туристического потока.

Современный туризм в 2023-м году во многом обусловлен внутренними потребностями и своей целью должен представлять именно жителей своей страны. При этом внутренний туризм в России имеет большой потенциал и возможности для развития. В частности, это касается полуострова Крым и непосредственно города Севастополь. Имея культурные, социальные, исторические, природные возможности, Севастополь обладает огромным потенциалом для привлечения как внутренних туристов, так и в последующем международных посетителей. Быстрое развитие туризма, на самом деле, способствует также развитию других отраслей: торговли, транспорта, бытового обслуживания, производства товаров народного потребления, сельского хозяйства.

Сегодня туризм играет значительную роль не только в жизни каждого гражданина и общественности в целом, но также и в обеспечении жизнедеятельности региона. Крымский туризм является источником инвестиций, технологичных проектов и административных изменений. Много лет туристическая отрасль обеспечивает рабочими местами и досугом население региона, формируя экономическую и социальную повестку: повышает качество жизни местного населения, организовывает досуг, оздоравливает экономику, помогает в восстановлении здоровья и отдыхе.

При этом немалое влияние на туристическую сферу Крыма и Севастополя влияет государственная помощь – количество госзаказов и социальных путевок ежегодно растет, помогая в обеспечении благами как жителей Крыма, так и приезжающих туристов.

Говоря о проблемах, особое значение необходимо уделить рекреационным ресурсам региона и города, таким как, например, пресная вода, ограниченность которой наблюдается на всем полуострове, и транспортная емкость. В последние годы была сформулирована стратегия формирования сети туристических объектов, стратегия сохранения города и окружающей среды.

В летнем сезоне 2023 года наблюдалось снижение числа туристов по сравнению с 2014 годом примерно в два раза, одной из причин стало ухудшение физической транспортной доступности в Крым, неразвитость инфраструктуры и отсутствие инновационных видов туризма. Полуостров обладает культурной и исторической ценностью, имеет большой ряд природных ресурсов, что является привлекательными аспектами для российского населения и зарубежных граждан в частности. Изменение правового статуса внесло ряд ограничений, однако и предложило перечень возможностей, которые ранее были ограничены. Так, в конце декабря 2018 года была открыта часть трассы «Таврида» Керчь-Симферополь, а ранее на полгода был открыт Крымский мост.

Данное событие значительно повлияло на приток туристов в Крым, но часть дорог по-прежнему остается закрытой от основного потока автомобилей и рейсовых автобусов в связи с осуществлением строительных работ. Также остается нерешенной проблема пробок из-за постоянного нахождения строительного транспорта на дороге.

Остается не до конца решенной проблема рекреационного плана. Природные и хозяйственные возможности региона ограничены, особенно это касается пресной воды, которая до 2014 года поставлялась на полуостров из реки Днепр. С 2014 года ситуация изменилась и остается острой, поскольку Симферопольское, Партизанское, Загорское, Чернореченское и другие водохранилища не способны на 100% восполнить потребности региона, особенно в туристический сезон. Также для потребностей населения в пресной воде задействуются подземные источники, регулярное использование которых, по мнению экологов, привело к засаливанию почвы и негативным последствиям для экологии региона. Государством была разработана стратегия по установке

водоочистительных и опресняющих сооружений, которые в положительную сторону влияют на ситуацию.

Следует отметить, что вкладываемые государством и администрацией региона финансовые ресурсы дадут результат уже в ближайшем будущем: развитие инфраструктуры города и транспортные развязки уже положительно влияют на статистику и впечатление отдыхающих.

Реконструкция и восстановление санаторно-курортных комплексов на территории города и Крыма в целом также положительно скажется в дальнейшем на ситуацию и развитие туризма на полуострове. Богатая лечебная база, которая многие десятилетия была надёжным источником помощи для больных легочными заболеваниями и заболеваниями опорно-двигательного аппарата, может стать отличной оздоровительной базой для туристов со всей России.

**Выводы.** Исходя из анализа развития туризма в Крыму и Севастополе, можно сделать вывод о том, что туристская сфера Крыма имеет ряд проблем, которые негативно сказываются на его развитии, однако предложенные и внедряемые государством на всех уровнях социально-экономического развития инструменты, например, прямое транспортное сообщение с материковой Россией в виде Крымского моста, вносят большой вклад в устранение данных проблем. Перспективы развития туризма в Крыму связаны с последующим развитием инфраструктуры, оздоровительно-рекреационного, а также образовательного и развлекательного комплекса, преумножением зон для развития делового туризма. Потребность человека в изучении нового, в оздоровительных и развлекательных благих неоспорима, исходя из этого можно сказать, что развитие и организация активного отдыха в Крыму крайне важна для российского сообщества.

#### **Список использованных источников:**

1. Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 N 790 (ред. от 12.12.2019) «Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2022 года». – Текст: электронный // URL: <http://www.pravo.gov.ru/>.
2. Алтухова, Н.В. Определение приоритетных направлений развития экономики города Севастополя / Н.В. Алтухова, О.А. Шпырко // Петербургский экономический журнал. – 2016. – № 4. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-prioritetnyh-napravleniy-razvitiyaekonomiki-goroda-sevastopolya> (дата обращения: 24.03.2023).
3. Белозерова, Ю.М. Современное состояние и пути развития сферы туристских услуг Крымского федерального округа / Белозерова Ю.М. // Вестник ГУУ. – 2014. – № 18. – Текст: электронный // URL: Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) |.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, отдых, градостроительство, культурно-оздоровительный комплекс, ресурсы, развитие.

**Key words:** domestic tourism, recreation, urban development, cultural and recreational complex, resources, development.

УДК 338.48

**Смирнов Д.В.,**

старший преподаватель кафедры туризма,

**Криволицкая И.В.,**

обучающаяся 3 курса магистратуры

направления подготовки «Туризм»,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,

г. Севастополь, Россия

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЕШЕХОДНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ**

**Тенденции развития пешеходно-познавательного туризма в Крыму.** В современных условиях развития российского рынка туризма популярным становится практика внедрения маршрутов «познавательных троп» как одной из форм интерпретации здорового образа жизни и

стремления к охране окружающей среды. Для качественного функционирования пешеходных маршрутов в России в целом и Республике Крым в особенности необходимо провести систематизацию и экспертную оценку старых маршрутов, осуществить текущее планирование новых. Для совершенствования и адаптации существующих и новых пешеходно-познавательных туров необходима разработка и внедрение стратегии развития таких туристических маршрутов. Авторы утверждают, что необходимым элементом разработки стратегии организации пешеходно-познавательных туров является диагностика действующей стратегии управления рынком пешеходно-познавательного туризма. В ходе исследования выработана собственная стратегия развития современных пешеходно-познавательных троп, которая базируется на четырех основных формах стратегического развития: стратегия роста, стратегия развития, стратегия предпринимательства и стратегия конкурентоспособности.

Исходя из предложенных механизмов стратегии развития пешеходно-познавательных троп, качественные показатели возможно достичь благодаря методическому подходу к разработке стратегии развития «познавательных троп» на достижение соответствия с требованиями рынка туристических услуг, существующих целей, форм, методов, процедур и проектов.

**Trends in the development of pedestrian and educational tourism in the Crimea.** In the modern conditions of the development of the Russian tourism market, the practice of introducing routes of «cognitive trails» as one of the forms of interpretation of a healthy lifestyle and striving for environmental protection is becoming popular. For the high-quality functioning of pedestrian routes in Russia as a whole and the Republic of Crimea in particular, it is necessary to systematize and assess the old routes, carry out current planning of new ones. To improve and adapt existing and new walking and educational tours, it is necessary to develop and implement a strategy for the development of such tourist routes. The authors argue that a necessary element in the development of a strategy for organizing pedestrian and educational tours is the diagnosis of the current strategy for managing the pedestrian and educational tourism market. The research has developed its own strategy for the development of modern pedestrian and educational trails, which is based on four main forms of strategic development: growth strategy, development strategy, entrepreneurship strategy and competitiveness strategy.

Based on the proposed mechanisms of the strategy for the development of pedestrian-cognitive trails, qualitative indicators can be achieved through a methodological approach to the development of a strategy for the development of «cognitive trails» to achieve compliance with the requirements of the tourist services market, existing goals, forms, methods, procedures and projects.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В работах отечественных и зарубежных авторов (Биржаков М.Б. [1], Долженко Г.П. [2], Зорин И.В., Квартальнов В.А. [4], Закалдаев Н.В. [3] и другие) исследованы все популярные виды туризма, но проблема пешеходно-познавательного туризма остается до конца не исследованной.

**Выделение нерешенной проблемы.** В последнее время растет интерес к популяризации активного туризма в мире, так как большинство людей выбирает активный отдых для поддержания здоровья и получения новых впечатлений. Именно поэтому возникает потребность в разработке стратегии развития «пешеходных троп».

**Целью статьи** является исследование рынка пешеходно-познавательного туризма в Крыму.

**Изложение основного материала.** Невзирая на тот факт, что Томаса Кука принято называть «отцом» современной мировой индустрии туризма, в истории туризма Крыма и Российской империи в начале XIX века существовали многочисленные опубликованные «путеводители» (Сумароков П.И., Путешествие по всему Крыму и Бессарабии в 1799 г. – М., 1800.; Измайлов В.В. Путешествие в полуденную Россию. – М., 1805; Монтадон Ш. Путеводитель путешественника по Крыму. – Одесса, 1834), которые содержали различного рода рекомендации для путешественников, набор маршрутов, а также включали информацию об их продолжительности. Наличие такого фактического материала дает основание говорить о существовании в конце XVIII – начале XIX вв. организованного и планового туризма в Российской империи и в частности в Крыму.

Сегодняшний интерес к туризму исследователи объясняют такими факторами, как возросший интерес к наследию, наличие достаточного количества финансов, увеличение свободного времени, возросшая мобильность, большой доступ к произведениям искусства и объектам культурного наследия, высокий уровень образования.

Позиционирование туризма как познавательной сферы деятельности требует наличие полноценного туристского продукта. Рекреационные особенности Крымского полуострова

позволяют создавать различные маршруты – пешеходные, автобусные, вело-маршруты, спелео-, конные и многие другие. Являясь составной частью тура (турпродукта), туристский маршрут или «познавательные тропы» географически определяют перемещения туриста или группы туристов по определенному направлению в рамках путешествия. Сегодня в Крыму существуют сотни различных туристских маршрутов, которые отличаются своей продолжительностью, аттрактивностью ландшафта, сложностью прохождения и т.д.

По направлению в рамках путешествия туристские маршруты делятся на линейные, замкнутые (кольцевые) и радиальные.

Построение туристских маршрутов, их выбор зависят от цели тура, транспорта, количества туристов и дней пребывания, порядка бронирования мест в отелях. В одном туре возможны любые комбинации из различных вариантов туристских маршрутов.

По состоянию на 1975 год в СССР имелось свыше 350 всесоюзных и свыше 6 тыс. плановых местных маршрутов. В Крыму насчитывалось 9 маршрутов всесоюзного значения:

- № 21 «Крымский автомобильный» (Симферополь – Южный берег Крыма –Алушта, Карабах, Ялта);
- № 22 «Крымский горный пешеходный» (Симферополь – Бахчисарай – Соколиное – Ай-Петри – Ялта – Алушта);
- № 23 – «Ялтинский (радиальный)» (Ялта – Дом-музей А. П. Чехова – Никитский ботанический сад – Гурзуф – Алушка – водопад Учан-Су – вершина Ай-Петри – Большой каньон);
- № 24 «Крымский горный, пешеходный»;
- № 91 «Алуштинский (радиальный)»;
- № 110 «По вершинам горного Крыма, пешеходный»;
- № 111 «По партизанским тропам горного Крыма»;
- № 164 «Севастополь (радиальный)»;
- № 323 «Крымский автомобильный».

Следует отметить, что среди туристских маршрутов Крыма наиболее распространенными являются пешеходные маршруты. Пешеходный туризм наиболее эффективен, т.к. является частью активного отдыха, в котором сочетаются все виды рекреации, происходит процесс восстановления и развития сил человека на основе перемены видов деятельности. Кроме того, пешеходный туризм – это более дешёвый вид путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения, поэтому он является доступным для лиц со средним и даже относительно низким уровнем доходов.

На сегодняшний день согласно Реестру туристских (экскурсионных) маршрутов, представленного на сайте Министерства курортов и туризма Республики Крым, из 255 маршрутов Крыма около 70 маршрутов относятся к категории пешеходно-познавательных видов туризма и обозначены как вело- или пешеходные маршруты.

Для качественного функционирования пешеходных маршрутов в Крыму необходимо провести систематизацию и экспертную оценку старых маршрутов, осуществить текущее планирование новых.

Основываясь на анализе научных исследований ученых в области туристских маршрутов, к основным задачам политики предприятий индустрии туризма можно отнести:

- своевременное обеспечение троп имуществом необходимого качества (стенды, указатели);
- обеспечение условий реализации прав и обязанностей туристов, предусмотренных законодательством;
- рациональное использование ресурсного потенциала Крыма.

**Выводы.** В условиях эффективного использования природно-ресурсного потенциала Крыма, усиления конкуренции и борьбы за прочное место на рынке, турпредприятиям по-новому приходится организовывать свою деятельность. Формирование конкурентных преимуществ туров с использованием «познавательных троп», а также перехода на новый уровень развития представляют собой совокупность действий по комплексному созданию условий для функционирования турпредприятий в соответствии с изменяющимися условиями рынка и выработанной стратегией ее развития.

#### **Список использованных источников:**

1. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б Биржаков. – М.; СПб.: Изд. дом «Герда», 2014. – 544 с. – Текст : непосредственный.

2. Долженко, Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР : Монография / Г.П. Долженко. – Ростов: Издательство Ростовского университета, 1988. – 192 с. – Текст : непосредственный.
3. Закалдаев, Н.В. Пешком по Крыму или Крымские тропы / Н.В. Закалдаев. – К.: Аттика, 2003. – 208 с. – Текст : непосредственный.
4. Зорин, И.В. Туристика: Монография / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Советский спорт, 2001. – 288 с. – Текст : непосредственный.
5. Смирнов, Д.В. Большая Севастопольская тропа как пример организации спортивно-пешеходного туризма и методы ее продвижения на рынке / Д.В. Смирнов // Проблемы развития индустрии туризма: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чита: Из-во Забайкальского гос. ун-та, 2020 – 226-230. – Текст : непосредственный.
6. Степанов, С.А. Перспективы развития туристских пешеходных маршрутов в Крыму / С.А. Степанов, Е.С. Степанова // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 45. – С.77-79. – Текст : непосредственный.
7. Туристские маршруты Крыма (справочник-путеводитель). – М., 1975. – 240 с. – Текст : непосредственный.
8. Туристские (экскурсионные) маршруты Республики Крым. – Текст: электронный // URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/62>.

**Ключевые слова:** «познавательные тропы», туризм, маршрут, стратегия, диагностика рынка.  
**Keywords:** «cognitive trails», tourism, route, strategy, market diagnostics.

УДК 338.48

**Смирнов Д.В.**,  
старший преподаватель кафедры туризма,  
**Крячко С.И.**,  
обучающийся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ**

**Перспективы организации транспортной системы города Севастополь.** Рассмотрены перспективы организации транспортной системы города Севастополя с учетом нынешних проблем в сфере транспорта с целью улучшения организации транспортной сети в целом, так и для повышения доступности объектов туристской инфраструктуры. Транспорт представляет собой один из проблемных секторов социально-экономического развития города вследствие того, что транспортная сеть не рассчитана на большие потоки посетителей.

К ряду проблем, оказывающим существенное влияние, относятся возросшая автомобилизация, которая влечет к увеличению нагрузки на улично-дорожную сеть города, а также отсутствие развитой транспортной сети, что влечет к увеличению нагрузки на городские дороги.

Поставлена цель решить следующие задачи: определить планы по оптимизации и развитию транспортной системы города.

**Perspectives of the organization of the transport system in Sevastopol.** The prospects of organizing the transport system of the city of Sevastopol are considered, taking into account the current problems in the field of transport in order to improve the organization of the transport network as a whole, and to increase the accessibility of tourist infrastructure facilities. Transport is one of the problematic sectors of the socio-economic development of the city due to the fact that the transport network is not designed for large flows of visitors.



A number of problems that have a significant impact include increased motorization, which leads to an increase in the load on the city's road network, as well as the lack of a developed transport network, which leads to an increase in the load on city roads.

The goal is to solve the following tasks: to determine plans for the optimization and development of the city's transport system.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема проблем и перспектив организации транспортной системы в городе Севастополе на современном этапе развития недостаточно исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как М. Н. Крипак [3], С.А. Селиверстов, Я.А. Селиверстов [2, с.228-232] и др. Основным содержанием их работ являются современное состояние, перспективы и развитие транспорта в городе Севастополе.

**Выделение нерешенной проблемы.** За последние десятилетия с учетом социального и экономического подъема, отмечается усиленное развитие транспортной сети как Севастополя, так Российской Федерации в целом. Однако неравномерное развитие транспортной сети, отсутствие скоординированной транспортной системы, а также сложность прогнозирования туристского пассажиропотока определяют недостаточное количество исследований по данной проблеме.

**Цель статьи** заключается в определении перспектив организации транспортной системы г. Севастополя со стороны государственно-управленческого аппарата.

**Изложение основного материала.** Транспортная система города Севастополя имеет следующую структуру организации транспорта:

1. Морской порт Севастополя осуществляет комплексное обслуживание судов различного класса, грузов и экипажей. Порт имеет развитую инфраструктуру, включающую железнодорожные и подкрановые пути, автомобильные дороги, инженерные сети и ремонтные базы.

2. Железнодорожный вокзал г. Севастополя – один из главных железнодорожных узлов, расположенных в черте города. Благодаря электрификации вокзала имеется возможность осуществлять обслуживание региональных поездов и грузовых составов.

3. Автомобильные дороги – важнейшая часть транспортной системы города Севастополя. Автомобильные дороги, обеспечивают связь города с сетью автомобильных дорог Республики Крым, а также между населенными пунктами внутри административно-территориальных единиц города. В городе Севастополь расположены 45 населенных пунктов, каждый из которых обеспечен круглогодичной связью с дорожной сетью общего пользования. Однако в настоящее время не все автомобильные дороги находятся в надлежащем состоянии, о чем свидетельствуют данные «Карты убитых дорог» [6].

4. Севастопольский регион на сегодня имеет достаточно развитую городскую транспортную сеть, включающую в себя все виды транспорта, в том числе: автобусы, троллейбусы, пассажирские катера и маршрутные такси.

Согласно исследованиям Росстата, уровень автомобилизации в городе Севастополе на 2021 год составляет более 274 автомобиля на 1000 жителей, при этом следует отметить рекордный темп роста автомобилизации за последние 5 лет [8]. Согласно данным УГИБДД УМВД России по г. Севастополю, в период с 2014-2020 года, в Севастополе увеличилось количество автомобилей на 410%, что в абсолютных значениях составило порядка 160 000 автомобилей [8]. Также необходимо отметить и увеличение количества транспортных средств в курортный сезон за счет прибывающих в город туристов, а также ожидаемое резкое увеличение транспортного потока в связи со строительством Керченского моста.

Из всего это проистекает ряд проблемных моментов, оказывающих негативное влияние на транспортную систему города, а именно:

- отсутствие скоординированного транспортного управления, так как часть городского транспорта находится под управлением индивидуальных предпринимателей;
- сложность прогнозирования объемов туристского потока в регион, в связи с сезонностью и колебаний социально-политической обстановки;
- неудовлетворительное состояние части дорожного полотна;
- неоптимизированная сеть городского транспорта вследствие наличия множества дублирующих маршрутов;
- образование заторовых ситуаций, замедление транспортного потока и дорожно-транспортные происшествия приводящее к стихийному маневрированию транспортных средств при

остановке и выезде в связи с дефицитом парковочных мест и, как следствие, появление зон хаотичной параллельной парковки на магистральной и местной уличной сети.

Исходя из вышеизложенных проблем, администрацией города Севастополя в лице Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры, а также ООО «Безопасные дороги Севастополя» были разработаны проекты по оптимизации и развитию транспортной системы города.

Департамент транспорта и развития дорожной инфраструктуры г. Севастополь внес в «Стратегию социально-экономического развития города Севастополь до 2030 года» проект по развитию в городе транспортного каркаса с последующим формированием условий для превращения города в мультимодальный транспортно-логистический узел.

Ими был выработан ряд мер по модернизации и реконструкции транспортной системы:

1. Формирование внешних транспортно-инфраструктурных условий и внутригородское транспортное развитие, подготовка к принятию возрастающих объемов грузо- и пассажиропотоков. В связи с этим, предложено вести строительство и расширение транспортной инфраструктуры в «узких местах» транспортной системы города Севастополя опережающими темпами.

2. Морская составляющая мультимодального транспортно-логистического узла будет модернизирована и усилена за счет реконструкции действующих и строительства новых причалов. В период до 2024 года будет реконструировано 12 морских причалов, находящихся в государственной собственности города Севастополя. Для развития морского туризма на базе круизных лайнеров было предложено создание соответствующей причальной стенки и сервисной инфраструктуры на южной стороне Севастопольской бухты. Кроме того, был взят курс на развитие морского сообщения с другими городами Крыма и внутри города с использованием малых пассажирских судов.

3. По-прежнему остается проблемным вопрос создания международного аэропорта для города, так как в целом приемлемая для туристического сообщения удаленность аэропорта в Симферополе, существенно осложняет деловой туризм. Комплексное развитие аэропорта «Бельбек» с акцентом на начальном этапе на малой и бизнес-авиации, с последующим доведением пассажиропотока до 1,2-1,5 млн. человек в год потребует разработки и продвижения взаимовыгодного концессионного предложения по развитию этого аэропорта. В рамках развития гражданского сектора аэропорта «Бельбек» предусматривается создание вертолетодрома, а также производственных мощностей по обслуживанию вертолетной техники [1].

4. В сфере развития железнодорожного транспорта Правительство Севастополя разрабатывает проект по созданию системы городской электрички оп примеру Московских центральных диаметров [4]. Данный проект подразумевает связать железнодорожный вокзал с Камышовой бухтой и агрофирмой «Золотая Балка». По проекту система будет включать в себя 14 станций и сможет значительно разгрузить центр города за счет создания перехватывающих парковок для автотуристов на конечных станциях. На маршрутах следования реконструируют ж/д платформы Севастополь-пассажирский и Инкерман-1, а также построят еще восемь станций – Микрорайон Жидилова, Инкерман-2, Разъезд Сапунгорский, 7-й километр Балаклавского шоссе, Севастополь-товарный, Фиолентовское шоссе, улица Правды и Золотая Балка [7].

Со стороны ООО «Безопасные дороги Севастополя» реализуется проект по созданию технологического комплекса обустройства автомобильных дорог, предназначенного для обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Севастополя. В рамках данного проекта обустроены территориальные зоны в курортной зоне Балаклавского района и историческом районе Ленинского района суммарной вместимостью 1046 парковочных мест с разметкой, знаками, информационными щитами с описанием процесса оплаты и паркоматами для безналичной оплаты [5].

**Выводы.** Таким образом, исходя из вышеизложенных данных, можно заключить, что в городе Севастополь уделяется большое внимание развитию транспортной системы с упором на грузоперевозки и туристическую сферу. Однако, даже при принятых мерах Правительства Севастополя, остается ряд проблемных вопросов, решение которых не стоит откладывать в связи с их значительным влиянием на дорожно-транспортную сеть в целом.

**Список использованных источников:**

1. Закон города Севастополя от 21 июля 2017 года № 357-ЗС «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития города Севастополя до 2030 года». – Текст: электронный // URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/9200201707240001>.
2. Транспорт России: проблемы и перспективы – 2018: Материалы Международной научно-практической конференции, 13-14 ноября 2018 г. Том 1. – СПб.: ИПТ РАН, 2018. – 350 с. – Текст : непосредственный.
3. Крипак, М.Н. Перспективы развития транспортной сети г. Севастополь в ограниченных условиях исторической застройки / М.Н. Крипак, А.С. Домнина, М.В.Дружинина. – Текст: электронный // Молодая наука Сибири: электрон. науч. журн. – 2021. – № 3 (13). – Текст: электронный // URL: <http://ojs.irgups.ru/index.php/mns/issue/view/35/>.
4. Московские центральные диаметры. – Текст: электронный // URL: <https://mcd.mosmetro.ru>.
5. ООО «Безопасные дороги Севастополя»: официальный сайт. – Текст: электронный // URL: <https://sevparking.ru/pages/about-project>.
6. Проект общественной организации «Убитые дороги». – Текст: электронный // URL: <https://dorogi-onf.ru/city/6710/>.
7. Севастопольский новостной портал «ForPost». – Текст: электронный // URL: <https://sevastopol.su/news/gorodskaya-elektrichka-sevastopolya-poluchit-28-poezdov-vtoroy-marshrut-i-novye-stancii>.
8. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный // URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/transport>.

**Ключевые слова:** транспортная система, транспорт, туризм, социально-экономическое развитие.

**Keywords:** transport system, transport, tourism, socio-economic development.

УДК 338.48

**Смирнов Д.В.,**

старший преподаватель кафедры туризма,

**Максимова А.В.,**

обучающаяся 2 курса магистратуры

направления подготовки «Туризм»,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,

г. Севастополь, Россия

## **ВИННАЯ ДОРОГА: ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПЦИИ ВИННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ**

**Винная дорога: особенности концепции винного туризма в Крыму.** В последнее время среди туристских путешествий особое место отводится гастрономическому и винному туризму. Данная статья посвящена теме неподдельного интереса к виноделию у большинства туристов со всего мира. Современные винные туры, позволяют не только изучить основные достопримечательности региона и одновременно «попробовать на вкус» каждый регион, но и, зачастую, ознакомиться с технологией производства вина и даже принять в этом самое активное участие. Такие туры, как правило, приобщают туристов к правильному пониманию древних установок – «In vino veritas».

**Wine road: features of the concept of wine tourism in the Crimea.** Recently, among tourist trips, a special place has been given to gastronomic and wine tourism. This article is devoted to the topic of genuine interest in winemaking among most tourists from all over the world. Modern wine tours allow not only to explore the main attractions of the region and at the same time «taste» each region, but also, often, to get acquainted with the technology of wine production and even take an active part in it. Such tours, as a rule, introduce tourists to the correct understanding of ancient installations – «In vino veritas».

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам устойчивого развития винного туризма и формам его реализации в России в последнее десятилетие было посвящено достаточное

количество научных трудов. В отечественных исследованиях отображена специфика развития винного туризма как в России в целом, так и в отдельных регионах. К таким наработкам можно отнести труды: Кружалина В.И. [8], Лукьяненко Е., Шабалина А., Маслова Н. [9], Беспалова И. [5], Романовой Л., Смирнова Д.В. [1-3]. При этом следует отметить, что предложенные подходы к организации данного вида туризма не полностью отображают специфику использования ресурсов виноградарства 175иноделия в туризме.

**Выделение нерешенной проблемы.** Активное развитие винного туризма на территории Крыма определяет необходимость исследования теоретических и практических аспектов обеспечения надлежащего качества винного туристского продукта и внедрения инновационных технологий в его обслуживании.

**Цель статьи** заключается в исследовании современного состояния развития винного туризма как одного из направлений реализации гастрономического туризма в Крыму.

**Изложение основного материала.** Ни одно современное путешествие не может обойтись без знакомства туриста с местным колоритом той территории, куда он направляется. Еда, напитки и приключения на сегодняшний день стали тем комплексным взаимодействием компонентов отдыха, которые дают возможность говорить о существовании отдельного вида туризма – гастрономического. Научные исследования свидетельствуют о том, что долгое время гастрономический туризм рассматривался в качестве дополнения к основной программе тура, т.е. не был достаточной мотивацией для путешествия [8]. Ситуация кардинально изменилась, когда традиционная кухня и продукты местного производства выступили в качестве полноценных факторов формирования туристской территории. При этом следует отметить, что доля данного вида туризма еще не достигла тех показателей, которые ожидаются в туристической индустрии, о чем свидетельствуют данные онлайн-опроса, проведенного Ipsos, презентованного на МИТТ-2023 (Рисунок 1).

Следовательно, можно утверждать, что данное направление туризма еще не является массовым, оно достаточно специфическое, что дает возможность отнести его к перспективным видам туризма.

Среди различных направлений гастрономического туризма особое место занимает винный туризм. Это особый вид туризма, который подразумевает путешествие с посещением виноградников и виноделен, изучение производства вина и его дегустация. Такое приключение дает возможность туристу постигнуть азы процесса дегустации и вкусовых сочетаний вина, истории создания вина и его влияния на здоровье человека.



Рисунок 1 – Место гастрономического туризма в туристической сфере РФ [4]

Для полноценного существования винного туризма необходимо наличие и взаимодействие принципов идентификации туристской территории: аутентичности, аттрактивности, комплексности,

культуры потребления вина. Все эти принципы неразрывны между собой, поскольку объединены единой идеей – созданием комплексного туристского продукта на основе винодельческого производства, с учетом того, чтобы пробовать вино не только в местах его производства, но и произрастания, а также соблюдением культуры употребления алкогольных напитков и соблюдением принципов их сочетания с различными блюдами [8].

С точки зрения соблюдения комплексности названных выше принципов, территория Крымского полуострова является ярким примером для организации винного туризма. Учитывая факторы и условия, необходимые для развития винного туризма на протяжении нескольких лет Министерством курортов и туризма Республики Крым разрабатывалась Концепция Винной дороги Крыма [6].

Ключевыми факторами развития винного туризма стало 5 принципов развития территории, которые показаны на схеме рисунка 2.

Эффективность развития винного туризма в Крыму определяется территориальной концентрацией мест создания и реализации туристских продуктов и услуг. Основу винного туризма Крыма формируют его уникальные ресурсы. В Крыму насчитывается 15 винодельческих хозяйств, которые производят собственное вино: Массандра, Инкерман, Солнечная Долина, Новый Свет, Коктебель и другие. Отдельным преимуществом для развития винного туризма в Крыму являются: мягкий климат, наличие исторически значимых территорий, уникальный ландшафт полуострова, этнографическая и культурная составляющая.

В 2018 году по заказу Министерства курортов и туризма Крыма был разработан туристский маршрут «Винная дорога Крыма» [7], объединяющий винные хозяйства полуострова. Главной целью «Винной дороги» является знакомство путешественника с национальным винным достоянием Крымского полуострова.

Туристско-рекреационный потенциал территории, наличие объектов туристского показа	<ul style="list-style-type: none"> <li>•терруары – места произрастания виноградных лоз;</li> <li>•концентрация на территории культурно-исторических объектов;</li> <li>•развитие на одной территории нескольких тематических кластеров.</li> </ul>
Общая и специальная туристская инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> <li>•средства размещения;</li> <li>•предприятия питания;</li> <li>•транспортная доступность;</li> <li>•предприятия розничной торговли и сувенирной продукции.</li> </ul>
Информационная обеспеченность территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>•возможность использования мобильных приложений для выбора и бронирования маршрутов винного туризма</li> </ul>
Поддержка развития предприятий винного туризма со стороны общественных и государственных структур	<ul style="list-style-type: none"> <li>•концепции, программы, стратегии развития винного туризма в Крыму.</li> </ul>
Устойчивое развитие территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>•создания новых рабочих мест;</li> <li>•внедрения экологических принципов в виноградарство и виноделие;</li> <li>•повышение привлекательности региона и его значимости;</li> <li>•улучшения состояния объектов инфраструктуры.</li> </ul>

Рисунок 2 – Ключевые факторы и условия развития винного туризма в Крыму

Продолжительность винного тура, согласно Концепции [6] составляет от 2 до 5 дней, а собственно маршрут тура проложен по сельской местности, непосредственно в том месте, где растут

виноградники, и находятся винодельни и погреба для хранения вина. Помимо знакомства с винодельческой продукцией, туристам представлена возможность ознакомиться и с иной продукцией сельхозпроизводителей Крыма: сыры, хлебобулочные изделия, колбасы, овощи, фрукты.

Кроме того, во многие программы включены приятные бонусы, например, такие как: возможность составить свой собственный купаж и увезти бутылку с индивидуальной этикеткой, восхитительный опыт давки винограда ногами, кулинарно-винные курсы на которых подскажут, как составить идеальное сочетание полюбившегося вина и блюд местной кухни [6].

В идею «Винной дороги Крыма» заложены мероприятия, которые влияют не только на экономическое развитие региона в целом, но и на туристскую отрасль в особенности. Ожидаемые результаты от реализации проекта представлено на рисунке 3.



Рисунок 3 – Эффекты реализации проекта [6]

Согласно данной программы Концепции предусмотрено создание 4 основных винных маршрута: Западный, Севастопольский, маршрут Южного берега и Юго-восточный. Карта маршрутов «Винной дороги Крыма» представлена на рисунке 4.

Четырем маршрутам соответствуют 4 тура:

1. «Винная дорога восточного Крыма».
2. «Винная дорога Севастополя».
3. «Винная дорога Юго-западного Крыма».
4. «Винная дорога Крыма».



Рисунок 4 – Маршруты «Винной дороги Крыма» [6]

**Выводы.** На сегодняшний день в Крыму существует большое количество виноделен с предложениями для разных сегментов. Поэтому количество туристических программ очень обширно,



а цены на них сильно варьируются. «Винная дорога Крыма», разработанная при содействии Министерства курортов и туризма Крыма и предпринимателей туриндустрии, стала тем турпродуктом, который объединил в себе вкусные местные блюда и дегустацию хороших вин, а также посещение красивых виноделен.

Подводя итог, следует отметить, что винное направление туризма привлекает не только туристов, но и государственные органы власти. Факт того, что в 2021 г. Министерством сельского хозяйства было принято решение выделить свыше 2 миллиардов рублей на реализацию проекта «Развитие сельского туризма в РФ», приведет к тому, что к 2025 году, оборот туриндустрии в данном секторе будет увеличен на 3 млрд. рублей в год.

#### **Список использованных источников:**

1. Высотин, В.Ю. О некоторых перспективах развития этнотуризма в Крыму / В.Ю. Высотин, Д.В. Смирнов // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: Материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 105-летию РГУ имени С. А. Есенина. 2020. – Рязань: Издательство: Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, 2020. – С. 47-49. – Текст : непосредственный.
2. Мельникова, В.А. Биодинамическое виноделие как фактор формирования винного туризма в Крыму // В.А. Мельникова, Д.В. Смирнов // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: Сборник научных трудов. – Симферополь: Ариал, 2017. – С. 122-123. – Текст : непосредственный.
3. Смирнов, Д.В. О влиянии виноделия на развитие туристской отрасли Крыма / Д.В. Смирнов, Ю.Д. Шушпанова // Молодежь – науке – IX: Развитие сферы туризма, гостеприимства и спорта в контексте повышения уровня и качества жизни населения: Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Том Часть 2. Ответственный редактор С.В. Гриненко. – Сочи: Изд-во Сочинского гос. университета, 2018. – С. 90-92. – Текст : непосредственный.
4. Ассоциация туроператоров. – Текст: электронный // URL: <https://www.atorus.ru/node/51753> (дата обращения: 20.09.2023).
5. Беспалова, И.М. Эногастрономический туризм как фактор развития рынка вина в России / И.М. Беспалова // Форум молодых ученых. – 2023. - № 1(77). – С. 37-44. – Текст : непосредственный.
6. Винная дорога Крыма в 2021 году обновит маршрут. – Текст: электронный // URL: <https://tropki.ru/blogs/vinnaya-doroga-kryma-v-2021-godu-obnovit-marshrut> (дата обращения: 20.09.2023).
7. Концепция Винной дороги Крыма. – Текст: электронный // URL: [https://kbvw.ru/images/docs/vinnaya\\_doroga\\_crimea.pdf](https://kbvw.ru/images/docs/vinnaya_doroga_crimea.pdf) (дата обращения: 20.09.2023).
8. Кружалин, В.И. Кластерный подход в развитии винного туризма в России / В.И. Кружалин. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klasternyy-podhod-v-razvitii-vinnogo-turizma-v-rossii> (дата обращения: 26.09.2023).
9. Маслов, Е.С. Резервы устойчивого развития винного туризма и гостиничного комплекса / Е.С. Маслов. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezervy-ustoychivogo-razvitiya-vinnogo-turizma-i-gostinichnogo-kompleksa> (дата обращения: 23.09.2023).
10. Стахно, Н.Д. Формирование условий для развития винного туризма в Республике Крым / Н.Д. Стахно. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-usloviy-dlya-razvitiya-vinnogo-turizma-v-respublike-krym> (дата обращения: 22.09.2023).

**Ключевые слова:** винный туризм, «Винная дорога Крыма», винный маршрут, туризм.

**Keywords:** wine tourism, «Wine road of Crimea», wine route, tourism.

УДК 338.48

**Трегулова И.П.**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой туризма,  
**Кибовская Е.А.**,  
обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В СЕВАСТОПОЛЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Событийный туризм в Севастополе: перспективы развития.** В данной статье рассматриваются перспективы развития событийного туризма в Севастополе, а также перспективы развития города в качестве культурного центра юга России. Проведен анализ основных данных, относящихся к событийному туризму в Севастополе, в частности, выделены два основных вида событий, привлекающих туристов в город, и подробно рассмотрены наиболее значимые из них. Излагаются следующие проблемы: анонсирование проводимых мероприятий в СМИ, трудности с привлечением посетителей и участников из отдаленных регионов России и из-за рубежа, недостаточный уровень развитости инфраструктуры для проведения крупномасштабных историко-культурных, тематических, спортивных мероприятий и фестивалей в Севастополе. Также в статье представлены предложения по решению данных проблем, описаны перспективы развития событийного туризма и подробно изучены планы Правительства города, касающиеся развития туризма, культуры и спорта в Севастополе на ближайшие годы.

**Event tourism in Sevastopol: development prospects.** This article discusses the prospects for the development of event tourism in Sevastopol, as well as the prospects for the development of the city as a cultural center of southern Russia. The analysis of the main data related to event tourism in Sevastopol is carried out, in particular, two main types of events that attract tourists to the city are identified and the most significant of them are examined in detail. The following problems are described: announcing events in the media, difficulties in attracting visitors and participants from remote regions of Russia and abroad, insufficient infrastructure for holding large-scale historical, cultural, thematic, sports events and festivals in Sevastopol. The article also presents proposals for solving these problems, describes the prospects for the development of event tourism, and explores in detail the plans of the City Government regarding the development of tourism, culture and sports in Sevastopol for the coming years.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема событийного туризма и его специфика в РФ исследована не до конца. При этом существует ряд работ, посвященных данной теме, таких авторов, как О.В. Парубец, Ю.Д. Шушпанова [1], Д.В. Артюх, И.А. Колупанов [2]. Основным содержанием их работ является анализ современного состояния и перспектив развития данного вида туризма в Российской Федерации, в Севастополе, а также рассмотрение зарубежного опыта развития событийного туризма.

Следует отметить, что в этих работах исследованы не все проблемы событийного туризма, поэтому представляют интерес и другие аспекты событийного туризма в Севастополе.

**Выделение нерешенной проблемы.** Событийный туризм в Севастополе с каждым годом набирает обороты. Растет количество значимых мероприятий, проводимых в городе, увеличивается число посетителей данных мероприятий. Однако есть ряд проблем, с которыми сталкиваются организаторы мероприятий: недостаточный уровень освещения мероприятий в СМИ, трудности с привлечением посетителей и участников из регионов России и из-за рубежа, низкий уровень развитости инфраструктуры для проведения масштабных мероприятий. И, как следствие, – незначительное количество проводимых в городе Севастополе мероприятий и недостаточная осведомленность населения Севастополя, Крыма, России и туристов, посещающих Крым, о проводимых мероприятиях.

**Цель исследования** – исследовать проблемы развития событийного туризма в Севастополе и предложить пути трансформации города в культурный центр юга России.



**Изложение основного материала.** Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием. В мире множество стран и в каждой из них происходят события в области культуры, спорта, искусства – нечто, представляющее собой историческую, культурную, спортивную ценность и важность.

В случае событийного туризма под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени. Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на данное событие [1].

По данным Всемирной туристической организации, развлечения как основной мотив путешествий в настоящее время уже превосходят по значимости туристско-экскурсионные программы. Эта тенденция прослеживается во многих странах мира. Например, во Франции на первом месте по посещаемости стоит Диснейленд и только затем Лувр [2].

Событийный туризм в России активными темпами развивается, начиная с 2000-х годов. Растет доля данного вида туризма на рынке туристских услуг. Данная позитивная тенденция развития наблюдается и в Севастополе. Так, в рамках Стратегии социально-экономического развития Севастополя до 2030 года туризм определен как одна из приоритетных отраслей развития. В период 2017-2019 годов в туризме города достигнуты следующие результаты:

- увеличение туристического потока в 2019 г. составило 25% (в 2017 году – 350,0 тыс. чел., в 2019 году – 437,5 тыс. чел.);
- рост экскурсионного потока составил 70% (в 2017 году – 1 500,0 тыс. чел, в 2019 году – 2 550,0 тыс. чел.);
- рост налоговых поступлений от отрасли в городской бюджет – 96% с 2017 года к 2019 году.

За последние годы Севастополь стал заметной дестинацией на карте внутреннего туризма в Российской Федерации. Произошло существенное расширение географии туристского потока, что особенно стало ощутимым после открытия Крымского моста. Анализ прибытий туристов показывает, что в основном предпочтение Севастополю отдают туристы из Москвы, Санкт-Петербурга, Карачаево-Черкесской Республики, Краснодарского края, Томской, Тульской, Самарской, Ивановской, Архангельской, Новосибирской областей, Республики Татарстан и Иркутской области. Следует отметить, что развивается и международный туризм, так в 2018 году Севастополь посещали туристы из Германии, Китая, Казахстана, Украины, Республики Беларусь, Республики Молдова и других стран. В настоящее время средняя продолжительность пребывания туристов в городе Севастополе в летний период составляет более 10 дней (в 2017 году – от 5 до 8 дней), в зимний период – более 3 дней [6].

В 2018 году Севастополь впервые вошел в «Золотую лигу» национального рейтинга по событийному туризму, заняв 11-е место (поднявшись сразу на 36 строчек по сравнению с 45-м местом в 2017 году). Рост потока туристов в Севастополь связан, в том числе, и с мероприятиями, которые проходят в городе.

Основные события, которые привлекают интерес туристов к Севастополю, можно подразделить на две категории:

- Историко-культурные мероприятия и тематические фестивали: международный фестиваль оперы и балета в «Херсонесе», фестиваль танцевальных театров «ART-БУХТА», ежегодный фестиваль «Золотая Балка» (ZB Fest), фестиваль «Дворцы Крыма и дворцы Санкт-Петербурга», Крымский военно-исторический фестиваль, празднование Дня ВМФ и Дня Победы, винный фестиваль в Балаклаве WineFest, театральная олимпиада-2019, ночь искусств в Севастополе, ежегодное Байк-шоу в парке «Патриот», туристический фестиваль на Тороповой даче «Большой туристический слет», фестиваль «О, да! Еда!» в Балаклаве, Международный литературный фестиваль имени М.А. Волошина в Коктебеле и Севастополе и другие культурно-массовые события.

- Спортивные соревнования. Фестиваль «Парусная неделя Севастополя», Международный фестиваль экстремальных видов спорта X-Fest на горе Гасфорта, всероссийский день бега «Кросс нации» и др.

Для выявления закономерностей развития событийного туризма следует рассмотреть некоторые из фестивалей подробнее. Так, например, Международный фестиваль оперы и балета

«Херсонес» – это масштабный проект, ставший одной из визитных карточек Севастополя, новой культурной традицией. Фестиваль привлекает гостей из всех уголков России уникальным сочетанием места и действия – античного духа древнего города Херсонес Таврический, входящего в список всемирного наследия ЮНЕСКО, и бессмертных музыкальных произведений, исполняемых под открытым небом звездами мировой оперы. В августе 2021 года фестиваль прошел в Севастополе в пятый раз. В гала-концерте «Музыкальная Пушкиниана» участвовали дирижёр Фабио Мастранджело и ведущие солисты оперной и балетной сцены из Италии, России и других стран. Также зрители увидели оперные постановки «Моцарт, Моцарт», «Мельник – колдун, обманщик и сват», камерные концерты, и выступление звезд мирового балета (Сергея Полунин, Россия; Озиея Гоунео, Куба – Германия и других), которые исполнили партии из легендарного балета «Спартак» [4].

Байк-шоу в Севастополе – один из самых популярных музыкальных фестивалей. Байк-шоу в августе 2021 года стал 11-м по счету из тех, что проводится на полуострове. Каждый фестиваль – это не только трюки байкеров, но и представление, а также рок-концерт. В последние годы фестиваль получил яркую патриотическую направленность, что привлекло туда тысячи поклонников не только увлеченных субкультурой байкеров и рокеров. По данным Правительства Севастополя, фестиваль ежегодно посещает до 60 тыс. зрителей [6].

Ежегодно, начиная с 2015 года, в сентябре на виноградниках Золотой Балки в Балаклаве проходит фестиваль WineFest. Мероприятие проводится при поддержке Правительства города Севастополя и реализуется под эгидой Ассоциации виноградарей и виноделов «Севастополь». Так, в 2022 году гости фестиваля WineFest смогли продегустировать вина и сравнить продукцию различных винодельческих зон полуострова.

Деловая программа фестиваля началась пресс-конференцией представителей винодельческих хозяйств и лекций. А развлекательная программа включала в себя дегустацию вин, мастер-классы по изготовлению вина, гастрономические и творческие мастер-классы и другие интересные активности на открытом воздухе. Впервые в 2019 году в рамках фестиваля состоялся I Международный фестиваль-пленэр, в котором участвуют известные итальянские и российские художники, итальянские оперные певцы, известные мастера итальянской гастрономии [5].

Еще одним из приоритетных проектов, осуществленных Правительством Севастополя, являлось создание военно-исторического парка на Федюхиных высотах. Цель проекта – создание масштабного постоянно действующего туристического объекта, который включает исторические экспозиционные площадки, посвященные отдельным историческим периодам и включающие реконструкцию соответствующих элементов материальной культуры. Данный проект позволяет привлекать в Севастополь и на Федюхины высоты большое количество туристов из всех уголков страны [6].

Крымский военно-исторический фестиваль проходит в Севастополе на Федюхиных высотах, начиная с 2014 года, и представляет ретроспективу событий, происходивших в Крыму с античности до середины XX века. Гости фестиваля имеют возможность увидеть масштабные исторические реконструкции сражений, тренировки воинов разных эпох и народов, познакомиться с их бытом и культурой, а также обучиться ремеслам у искусных мастеров и даже принять участие в старинных играх. По данным правительства Севастополя, в 2021 году Крымский военно-исторический фестиваль посетили порядка 30 тыс. гостей [5].

В 2016 году в рамках V Всероссийской открытой выставки событий «RussianOpenEventExpo» Крымский военно-исторический фестиваль получил главный приз как лучшее событийное мероприятие в номинации «Патриотическое воспитание».

Ежегодно в городе Севастополе проводится традиционное физкультурно-спортивное мероприятие фестиваль водных видов спорта «Парусная неделя Севастополя». Фестиваль способствует позиционированию Севастополя как центра яхтенного туризма на юге Российской Федерации, увеличению туристического потока в Крым, продвижению программ активного и культурно-познавательного туризма на Черноморском побережье России.

Еще одним из самых ярких спортивных событий в городе является фестиваль экстремальных видов спорта «X-FEST», который проходит на озере у подножья горы Гасфорта. В рамках фестиваля состоялись Всероссийские соревнования по воднолыжному спорту за кубок Губернатора города Севастополя, в котором приняли участие 30 сильнейших спортсменов России. Зрителями и участниками фестиваля в 2021 году стали более 3000 человек [6].

С 2014 года в Севастополе проходит Всероссийский день бега «Кросс нации». Это

легкоатлетический пробег, в который включены различные дистанции в зависимости от физической подготовленности участников и их возрастной группы. Самое большое количество среди участников составляют школьники, студенты и военнослужащие. В 2023 году в мероприятии приняли участие более 1200 человек в возрасте от 3 до 84 лет [3].

С целью повышения уровня доступности и обеспеченности населения спортивными сооружениями в период до 2025 года в городе Севастополе запланировано строительство 21 объект спорта: 3 футбольных поля, 11 физкультурно-оздоровительных комплексов, 2 физкультурно-оздоровительных комплекса открытого типа и для сдачи норм ГТО – плавательный бассейн международного класса, крытый каток с искусственным льдом; водноспортивная база парусного спорта, гребная база «Чайка». Одним из крупнейших проектов станет строительство многофункционального спортивного комплекса в районе 7-го км Балаклавского шоссе [6].

Важнейшим проектом развития в сфере культуры является создание музейно-театрального комплекса на мысе Хрустальном. Главным объектом комплекса должен стать музей обороны Севастополя 1941-1942 годов. Также концепцией проекта предусмотрено строительство театра оперы и балета, художественного музея, многофункционального киноконцертного комплекса, высшей школы театрального и музыкального искусства, хореографического училища, объектов жилой инфраструктуры и мемориального парка. Реализация этого проекта сформирует уникальный культурный кластер в Севастополе, даст новый импульс в культурном развитии и сделает город центром притяжения юга России. Это тем более актуально в контексте задачи развития туристической отрасли [5]. Министр культуры РФ В. Мединский во время рабочей поездки в Крым так охарактеризовал данный проект: «Это абсолютно уникальный проект и, на мой взгляд, большая удача для Севастополя и Крыма. Он, безусловно, сделает Севастополь одним из культурных центров Европы и мира. Подобным культурным кластером с большим образовательным блоком мало кто может похвастаться».

**Выводы.** На основе анализа проводимых в Севастополе мероприятий, можно сделать вывод, что у города есть большой потенциал для успешного развития событийного туризма, а также существуют хорошие перспективы для развития города в качестве культурного центра юга России. Проблема развития инфраструктуры для проведения спортивных и культурных мероприятий в Севастополе является комплексной. Планы Правительства города по строительству музейно-театрального комплекса на мысе Хрустальном, военно-исторического парка на Федюхиных высотах, а также планы по строительству и реконструкции объектов культуры и спорта позволят Севастополю проводить большее количество фестивалей и мероприятий, что увеличит приток туристов со всей страны и из-за рубежа.

Также требует решения проблема недостаточной освещенности мероприятий, проводимых в Севастополе. Об этой проблеме ещё в 2017 году писали Ю.Д. Шушпанова и О.В. Парубец. Ученые предлагают решать эту проблему «путем широкого освещения событий такого уровня в СМИ, в сети Интернет, в том числе с привлечением федеральных каналов, таких как ОРТ, РТР, НТВ, телеканала Звезда» [6]. В сети Интернет в данный момент информация о проводимых в Севастополе мероприятиях представлена очень хаотично. Нет единого портала со своевременной и достоверной информацией о мероприятиях в городе, анонсирующего все мероприятия – как культурные, так и спортивные. При этом следует отметить, что Правительство города уже начало решать данную проблему, оказывая финансовую и информационную поддержку в проведении значимых событийных мероприятий.

#### **Список использованных источников:**

1. Шушпанова, Ю.Д. Событийный туризм на примере парусной регаты «Парусная неделя Севастополя»: проблемы и перспективы развития / Ю.Д. Шушпанова, О.В. Парубец // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сборник научных трудов. – Симферополь: ИТ «Ариал», 2017. – С. 278. – Текст : непосредственный.
2. Артюх, Д.В. Событийный туризм в России и за рубежом / Д.В. Артюх, И.А. Колупанова. – Текст: электронный // URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/artjuh.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/artjuh.htm) (дата обращения: 20.09.2023 года).
3. В Севастополе прошел коллективный забег «Кросс наций». – Текст: электронный // URL: <https://www.sevastopol.kp.ru/daily/27556.5/4825176/> (дата обращения: 20.09.2023 года).
4. Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический». –

- Текст: электронный // URL: <https://chersonesos-sev.ru> (дата обращения: 20.09.2023 года).
5. Фестивали РФ. – Текст: электронный // URL: <https://allfest.ru/> (дата обращения: 20.09.2023 года).
  6. Правительство Севастополя: Официальный портал органов государственной власти. – Текст: электронный // URL: <https://sev.gov.ru> (дата обращения: 20.09.2023 года).
  7. Туристический портал Крыма. – Текст: электронный // URL: <http://krumea.ru> (дата обращения: 20.09.2023 года).

**Ключевые слова:** туризм, событийный туризм, фестиваль, Крым, Севастополь.

**Keywords:** tourism, event tourism, festival, Crimea, Sevastopol.

УДК 338.48

**Трегулова И.П.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой туризма,

**Матевосян И.А.,**

обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,

г. Севастополь, Россия

## **ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ**

**История развития винного туризма в Крыму.** В статье отражены исторические события, повлиявшие на становление винодельческой отрасли и конкретно винного туризма в Крыму, в Судаке и Судакских долинах, которые, по праву, признаются истоками крымского виноградарства и виноделия, и зарождения винного туризма. Отражены основные причины, способствовавшие превращению Судак и его окрестных долин в центр виноградарства и виноделия Тавриды в конце XVIII – начале XIX веков, и становления винного туризма. Указаны причины, осложнявшие развитие винного туризма в данный хронологический период.

**The history of the development of wine tourism in the Crimea.** The article reflects the historical events that influenced the formation of the wine industry and specifically wine tourism in the Crimea, in Sudak and Sudak valleys, which are rightfully recognized as the origins of Crimean viticulture and winemaking, and the origin of wine tourism. The main reasons that contributed to the transformation of Sudak and its surrounding valleys into the center of viticulture and winemaking of Taurida in the late XVIII – early XIX centuries, and the formation of wine tourism are reflected. The reasons that complicated the development of wine tourism in this chronological period are indicated.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы истории становления и развития виноделия и винного туризма в Крыму в XIX веке освещали в своих работах такие исследователи, как П. Болгарев, А.Е. Вольф, Е.Л. Зелинская. Тем не менее, указанные исследования недостаточно полно раскрывают историю становления виноделия и винного туризма Крыма в конце XIX – начале XX веков.

**Постановка проблемы.** Крым с давних времен являлся одним из центров виноделия Российской империи и имеет многовековой опыт развития и производства винодельческой продукции. Активное становление Крыма как винодельческого центра относится к XIX веку. Особый интерес вызывает история виноделия и винного туризма в регионе, имеющем старые традиции виноделия, а именно в Судакском районе.

**Целью статьи** является исследование становления виноделия и развитие винного туризма в Судакском районе Крыма в конце XIX – начале XX веков.

**Изложение основного материала.** Первые упоминания о промышленном виноделии для развития и зарождения винного туризма в Судакской долине и о местных винах встречаются в путеводителях и очерках путешественников по Таврической губернии уже в конце XVIII – начале XIX веков: П.С. Палласа (1793 и 1794 годы), Павла Сумарокова («Путешествия судьи» в 1799 и 1801

годах), Владимира Броневского (1815 год), И.И. Муравьева-Апостола (1820 год). Однако, данные упоминания носят описательный и публицистический характер.

Научное описание развития виноделия и винного туризма Крыма впервые было представлено П.И. Кёпшеном в трудах «Об успехах виноградарства и виноделия на Южном берегу Крыма» (издан в Санкт-Петербурге в 1831 году) [6] и «О виноделии и винной торговле в России» (издан также в г. Санкт-Петербурге в 1832 году) [5]. Также стоит отметить «Отечественные записки», издаваемые Павлом Свиныным. Так, № 75 (издан в г. Санкт-Петербурге в июле 1826 года) посвящен описанию Судакской долины и виноделия в Крыму в 1826 году.

Принято считать, что человек впервые стал употреблять в пищу плоды винограда уже в период каменного века, между 37 и 10 тысячелетиями до н.э. Во всяком случае, в местах стоянок древнего человека неизменно находят виноградные косточки. Виноград – это такая ягода, которую хранить, выстаивать на протяжении длительного срока невозможно, поскольку она начинает брожение. Судя по всему, первый такой опыт хранения и привел человека к первому винодельческому опыту. Его приписывают еще древним шумерам. Позже древние греки и древние египтяне переняли их технологии, модифицировали их и стали выпускать вино уже в массовом производстве, распространяя, таким образом, культуру виноделия [1].

Развитие виноделия происходило параллельно с развитием самой цивилизации. Признанными виноделами считаются древние египтяне – на многочисленных картинах в гробницах изображены сцены ухода за виноградом, сбор урожая и само производство вина.

Примечателен и тот факт, что в Крым виноград попал намного раньше, чем в европейские государства, которые сегодня считаются главными винодельческими центрами. Это произошло более 2,5 тысяч лет назад, когда древние греки основали здесь свое государство-колонию Херсонес Таврический. За прошедшие 25 веков, тот виноград преобразовался в аборигенные сорта винограда, которые по сей день используются в крымском виноделии: Эким-кара, Джеват-кара, Кокур, Кефессия, Шабаш [1].

Признанной исторической родиной виноделия на территории России можно считать Кавказ – из Дагестана культура виноделия стала продвигаться на Дон и в низовья Волги. К середине XVIII века виноградарство начинает интенсивно развиваться – виноградный сад имелся почти в каждом казачьем дворе [5].

После эпохи правления Петра I в России продолжают уделять должное внимание развитию виноградарства и виноделия – были изучены возможности расширения данной культуры в Астрахани. Изготовлением вина предпочтительнее занимались в местности между Моздоком и Кизляром, так как здесь все уже было налажено: 1099 десятин виноградных насаждений ежегодно давали 200 тысяч ведер вина, хотя при этом все еще существовала небрежная выделка вина и отсутствие хорошего ассортимента сортов винограда [6].

Несмотря на то, что в Крыму виноделие насчитывало уже многовековую историю, принято считать, что период расцвета виноделия в данном регионе приходится на период присоединения Крыма к Российской империи – 1783 год. Годом позже по инициативе Светлейшего князя Григория Александровича Потемкина–Таврического в Крыму были сделаны первые шаги по возрождению виноградарства и виноделия древней Тавриды – открываются новые заводы, винные подвалы и винодельни. Для этого из Венгрии было завезено 20 000 виноградных лоз токайских сортов [5].

В 1842 году был обобщен опыт Магарача. Охарактеризовав природные условия в основных виноградарских районах в Европе и в Крыму, было выявлено, что в условиях более жаркого крымского климата аналогов европейских столовых вин получить не удалось. Магарачские вина вместе с винами других виноградниковладельцев стали вывозить на продажу за пределы Крыма начиная с 1843 года. На Выставке достижений сельского хозяйства в Симферополе в 1846 г. они заняли третье место [2].

С конца XIX века главным виноделом Крыма и России по праву считался князь Лев Сергеевич Голицын. Именно под его руководством виноделие получило научную основу. Было определено и научно доказано, что виноград – это продукт местности и на его свойства влияет большое количество факторов, объединенных под словом «терруар». Терруар – это комплекс природных факторов, влияющих на вино, от почвы до конечного продукта. Также важнейшим звеном в этой цепочке является человек, т.е. виноделы и виноградари, ведь главная их задача – не навредить вину, а наоборот, помочь ему полностью раскрыться [7].

В условиях современного рынка Крым позиционирует себя как колыбель отечественного виноделия. Павел Швец, севастопольский винодел, отмечает, что у российского виноделия есть шанс развиваться по образцам Бордо и Тосканы. Однако, для достижения подобного уровня, необходим ряд поправок в законодательстве. На сегодняшний день одна из главных проблем индустрии – отсутствие инструмента регулирования сырьевой базы производств. Согласно статистике, из 1 миллиарда вина, выпиваемого в России в год, только 20% сделано из российского винограда. Для регулирования рынка в декабре 2014 года был принят ряд поправок в Федеральный закон № 171 «О производстве и обороте спиртосодержащей продукции», который несколько упрощает процесс регулирования для ответственных предприятий, изготавливающих натуральные вина из собственного винограда.



Рисунок 1 – Классификация российских вин

Условные сокращения:

Вино **ВЗНМП** – Вино защищенного наименования места происхождения. Розлив в месте произрастания винограда

Вино **ВЗГУ** – Вино защищенного географического указания. Розлив в регионе произрастания винограда

**Столовое вино** – Допускается импортный виноматериал.

Члены Ассоциации виноградарей и виноделов «Севастополь» [7] настаивают на праве использовать бренд Севастополя в высшей категории ВЗНМП виноделами, изготавливающими продукцию под этим наименованием. Только так можно быть уверенным, что вина одного наименования будут иметь одинаково высокое качество и, как следствие, само наименование будет приобретать все большую ценность.

Также остро стоит вопрос инвестиций. Для успешного привлечения средств в крымские винодельческие предприятия необходимо решить вопрос с оформлением прав на землю, поскольку при переходе в РФ Крыма и Севастополя процесс документального оформления прав на землю не был завершен. Необходимы государственные субсидии на закладку новых виноградников и оборудование, которое приходится закупать в Европе, потому что часть оборудования в России не производится.

С точки зрения маркетинга, есть необходимость создания бренда отечественного вина, бренд «Российское вино» должен вызывать позитивные эмоции, что поможет быстрым темпам развития отечественного виноделия. Виноделы отмечают растущий интерес потребителей к российскому (и особенно к крымскому) вину. Ежегодно в Ялте проходит Международный экономический форум, в котором принимают участие более 1,5 тыс. человек из 50 стран мира. Ежегодно на форуме



подписываются инвестиционные соглашения на общую сумму более 70 млрд. рублей. Здесь же разрабатываются механизмы защиты иностранных инвесторов, желающих работать в Крыму, от западных санкций [7].

Проведение подобных мероприятий привлекает внимание к уникальному потенциалу полуострова и способствует формированию позитивного имиджа Крыма, раскрывает преимущества в создании винных туристских маршрутов и содействует узнаванию потребителями продукции местных производителей.

Таким образом, были рассмотрены сущность и особенности энотуризма, история становления и развития виноделия Крыма, а также современные тенденции развития крымского виноделия.

В конце XVIII – начале XIX веков виноградарство развивалось, в основном, в Судакской долине Феодосийского уезда. Это было обусловлено рядом причин:

- наиболее подходящие климатические условия. Судакская долина с севера закрыта внешней грядой Крымских гор, препятствующей проникновению в долину холодных воздушных масс;
- благоприятные почвенные условия;
- оптимальный температурный режим.

Основной же причиной была достаточная освоенность данного региона, наличие уже действующих садов и виноделен, присутствие дорог и работников для возделывания садов. Южный берег Крыма в этот период не пользовался популярностью из-за малой освоенности и отсутствия дорог. Именно эти факторы стали причиной для превращения Судака и его окрестных долин в центр виноградарства и виноделия Тавриды.

Винодельческие предприятия Крыма и России активно развиваются и готовы открыть двери всем желающим ознакомиться с таинством виноделия. Что касается исследованности в мире, то данная тема является активно изучаемой и обсуждаемой, так как в последние годы энотуризм активно развивается во всем мире, особенно в традиционно винных странах Европы и странах Нового Света – Чили, Аргентине, Австралии; повсеместно появляются новые органические подходы к деятельности. Актуальность проблемы развития виноделия и винного туризма в России также очень высока, поскольку сегодня все больше туристов выбирают именно это направление, появляются новые возможности и пространства для изучения данного вида туризма [8].



Рисунок 2 – Сравнение виноградных посадок на территории Юга России (на конец 2022 г.).

Крым – это не просто винный регион, это регион с богатейшей винодельческой историей, где по сей день сохраняются традиции натурального виноделия. Сегодня лучшие профессионалы своего дела готовы представить гостям со всех уголков мира, как работает отрасль, какими стремительными темпами развивается виноделие и насколько гостеприимен наш край.

Виноделие на подъеме, каждый руководитель борется за качество своей продукции, крымские виноделы занимают почетное место в рейтингах материковой части России. В советское время в Крыму виноградники занимали 86 тыс. га, сейчас – порядка 20 тыс. га. Для возрождения отрасли власти ежегодно увеличивают субсидирование закладки новых виноградников, раскорчевку существующих и уход за ними [6].

Только в России насчитывается более 70 винодельческих хозяйств полного цикла производства, из них в десятку лучших входят четыре крымских фирмы: ФГУП «Производственно-аграрное объединение «Массандра» Управления делами Президента РФ» (2 место), ООО «Инкерманский завод марочных вин» (6 место), Дом шампанских вин «Новый Свет» (9 место) и Агрофирма «Золотая Балка» (10 место) [10].

За последние 10 лет произошел огромный скачок не только в сфере туризма, но в виноградарстве и виноделии, однако до сих пор отсутствует единый орган, который смог бы объединить данные сферы деятельности в единое целое. Отсутствует единый реестр виноделен, четко разграничивающий их по регионам и винодельческим зонам, а также какие-либо конкретные статистические данные.

В Крыму необходимо провести полноценный обзор винхозяйств, терруаров, виноделов, развивающих хозяйства нашего региона. Предварительную работу начали проводить члены Крымской ассоциации сомелье (КАС).

**Вывод.** Таким образом, в Крыму отмечается нехватка крупных и небольших фермерских хозяйств. Зачастую подходы современных виноградарей ориентированы только на быстрый коммерческий интерес, в то время как нужны грамотные специалисты и хозяева, нужны профильные учебные центры, где можно получить дополнительное образование. Необходимо создавать группы под эгидой правительства, в которые войдут профильные специалисты рабочих профессий, такие как геодезисты, агрономы, трактористы и т.д.

#### **Список использованных источников:**

1. Арутюнов, С.А. В краю гор, садов и виноградников / С.А. Арутюнов, В.В. Кобычев. – Симферополь : Русский язык, 1988. – 187 с. – Текст : непосредственный.
2. Бойко, Н.К. Коллекционные вина «Массандры» / Н.К. Бойко, Г.И. Митяева. – Львов : Гриф фонд, 2021. – 392 с. – Текст : непосредственный.
3. Высотин, В.Ю. О некоторых перспективах развития энотуризма в Крыму / В.Ю. Высотин, Д.В. Смирнов // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: Материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 105-летию РГУ имени С. А. Есенина. 2020. – Рязань: Издательство: Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, 2020. – С. 47-49. – Текст : непосредственный.
4. Мельникова, В.А. Биодинамическое виноделие как фактор формирования винного туризма в Крыму // В.А. Мельникова, Д.В. Смирнов // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: Сборник научных трудов. – Симферополь: Ариал, 2017. – С. 122-123. – Текст : непосредственный.
5. Пакетт, М. Вино. Практический путеводитель / М. Пакетт, Д. Хэмек. – М. : КоЛибри, 2019. – 223 с. – Текст : непосредственный.
6. Русанов, И.В. Винный туризм в Крыму / И.В. Русанов. – Севастополь : Библекс, 2018. – 216 с. – Текст : непосредственный.
7. Саркитов, Н.Д. Вина СССР. История виноделия на территории республик бывшего СССР : альбом-монография / Н.Д. Саркитов. – М. : Терра, 2007. – 506 с. – Текст : непосредственный.
8. Саркисян, А.Г. Российские вина. Авторский гид 2021-22 / А.Г. Саркисян. – М. : ЭКСМО, 2019. – 208 с. – Текст : непосредственный.
9. Смирнов, Д.В. О влиянии виноделия на развитие туристской отрасли Крыма / Д.В. Смирнов, Ю.Д. Шушпанова // Молодежь – науке – IX: Развитие сферы туризма, гостеприимства и спорта в контексте повышения уровня и качества жизни населения: Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Том Часть 2. Ответственный редактор С.В. Гриненко. – Сочи: Изд-во Сочинского гос. университета, 2018. – С. 90-92. – Текст : непосредственный.
10. Наше Вино. – Текст: электронный // URL : [https:// nashevino.ru](https://nashevino.ru) (дата обращения: 26.03.2023).



**Ключевые слова:** виноделие, винный туризм, виноградарство, винохозяйства, энотуризм.  
**Keywords:** winemaking, wine tourism, viticulture, wine farms, enotourism.

УДК 338.48+351.852

**Штельцер М.С.**,  
младший научный сотрудник,  
**Еремина В.К.**,  
кандидат медицинских наук, младший научный сотрудник,  
отдел «Дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе»,  
ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник»,  
г. Ялта, Россия

### **САД И ЕГО *ratio autem aurea* КАК ЭЛЕМЕНТ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ ДАЧИ А.П. ЧЕХОВА И О.Л. КНИППЕР В ГУРЗУФЕ**

**Сад и его *ratio autem aurea* как элемент туристской дестинации дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе.** Статья посвящена изучению флористической специфики сада дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе и его влияния на аттрактивность. Авторы используют методы наблюдения, аналогии, количественного и качественного анализа видового, количественного состава и форм растительности. Авторы приходят к выводу о гармоничности растительного состава сада, близкого к золотому сечению, определяющего его привлекательность и отмечают возможность музея организовать и провести флористическую экспозицию.

**The garden and its golden ratio as an element of the tourist destination of the dacha of A.P. Chekhov and O.L. Knipper in Gurzuf.** This article is devoted to the study of the floristic specifics of the garden of the dacha of A.P. Chekhov and O.L. Knipper in Gurzuf and its influence on attractiveness. The authors use methods of observation, analogy, quantitative and qualitative analysis of species and quantitative composition and forms of vegetation. The authors come to the conclusion about the harmony of the plant composition of the garden, close to the golden ratio, which determines its attractiveness and note the possibility of the museum to organize and conduct a floral exhibition.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию сада А.П. Чехова посвящено множество публикаций. Многие исследователи рассматривают сад как понятие, образ, объект, символ, модель и пр. в произведениях писателя, но некоторые из них обратили свое внимание на сад как на объект непосредственного агрономического интереса, любви, внимания и заботы Антона Павловича.

Так, этот вопрос освещали в своих работах: Пашко Н.В. [3, с. 108], Пернацкая О.О. [4, с. 5], Долгополова Ю.Г. [1, с. 6], Титоренко Л.А., Головнев И.И., Головнева Е.Е., Плугатарь С.А. [2, с. 74], Улейская Л.И., Герсимчук В.Н.

Однако объектом их исследования был сад А.П. Чехова в Ялте, сад же дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе (далее – Дачи), обладающий своей историей и флористическими особенностями остался без внимания. Исследование Штельцер Е.М. и Штельцер М.С. выявило интерес около 22% посетителей к экотопу Дачи в целом и к саду в частности, а также продемонстрировало возможность его использования для повышения аттрактивности. [6, с. 799]. Наличие организационного потенциала у музея Штельцер М.С. выявил и продемонстрировал ранее. [7, с. 64]

**Выделение нерешенной проблемы.** Квалифицированный исторический, литературоведческий и филологический взгляд на «сад» А.П. Чехова не исключает выпадения из поля зрения исследователей объектов и элементов, представляющих интерес для музееведения и являющихся значимыми для формирования привлекательности туристской дестинации музея.

**Целью статьи** является выявление особенностей сада, влияющих на создание оригинальной, привлекательной эстетической атмосферы музея и, возможно, флористической экспозиции.

**Изложение основного материала.** «...На новой даче только одно дерево, шелковица, но посадить можно сотню, что я и сделаю...» – писал Антон Павлович о гурзуфской даче 7 февраля 1900 года своему брату Ивану Павловичу [8]. Но, к сожалению, воплотить в жизнь свои намерения

писатель не успел – помешала болезнь... Его вдова – О.Л. Книппер и родственники, а затем и сотрудники музея по мере сил пытались реализовать мечту писателя. Обретение Дачей статуса музея способствовало благоустройству сада и частичному воплощению замысла Антона Павловича.

Когда неискушенные посетители переступают порог музея, их встречает увитый плющом фонтан входной группы в виде скромной альпийской горки, который, несомненно, добавляет романтическую нотку в эстетику и привлекательность Дачи. За знаменитой «синей калиткой», гости музея буквально окунаются в буйство субтропической зелени и цветов. Прикосновение к естественной красоте цветущих и благоухающих растений никого не оставляет равнодушным.

Согласно данным последней инвентаризации видового состава растений в саду Дачи насчитывается около 222 растений 86 видов (Таблица 1).

Таблица 1 – Инвентаризация видового состава растений в саду Дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер

№	Вид растений	Кол-во	№	Вид растений	Кол-во
1	роза	26	44	бирючина	1
2	роза плетистая	17	45	вейгела пестролистная	1
3	магония	14	46	виноград	1
4	саркококка	9	47	гранат	1
5	хоста	7	48	гречиха сахалинская	1
6	кипарис	6	49	жимолость душистая	1
7	пальма	6	50	ива Матсудана	1
8	айлант	5	51	ива	1
9	бузина	5	52	калина	1
10	дерен	5	53	кизильник шапочный	1
11	аукуба пестролистная	4	54	клеродендрум древовидный	1
12	бересклет	4	55	лавр	1
13	керрия	4	56	лапчатка	1
14	пузыреплодник	4	57	магнолия Суланжа	1
15	абелия	3	58	миндаль	1
16	биота	3	59	мирт	1
17	буддлея	3	60	можжевельник	1
18	инжир	3	61	морозник	1
19	кизильник	3	62	мушмула	1
20	розмарин	3	63	олеандр	1
21	скупия	3	64	олеандр малиновый	1
22	спирея	3	65	опунция	1
23	юкка	3	66	падуб	1
24	акация	2	67	пиния	1
25	аукуба	2	68	пион древовидный	1
26	бамбук	2	69	пироканта	1
27	вишня войлочная	2	70	плосковеточник	1
28	гибискус	2	71	подзаборник	1
29	гибискус Русанова	2	72	рододендрон	1
30	гортензия	2	73	роза Бенкс желтая	1
31	дейция	2	74	самшит	1
32	клематис	2	75	слива Писарди	1
33	клеродендрон	2	76	смолосемянник	1
34	криптомерия	2	77	снежноягодник	1

Продолжение Таблицы 1

35	лавандин	2	78	сумах	1
36	можжевельник казацкий	2	79	тамариск	1
37	самшит пестролистный	2	80	туя	1
38	сирень индийская	2	81	уксусное дерево	1
39	эрика	2	82	форзиция	1
40	айва японская	1	83	хеномелис	1
41	артишок	1	84	черешня	1
42	барбарис	1	85	чубушник	1
43	барбарис Тунберга	1	86	яблоня	1
				<b>Всего</b>	<b>222</b>

Распределим растения и их виды по формам растительной жизни (Таблица 2).

Таблица 2 – Распределение растений сада Дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер по формам растительной жизни

Формы растений	Количество видов	Доля (%)	Количество растений	Доля (%)
кустарники	51	59	152	68
деревья	23	27	45	20
травянистые	7	8	15	7
лианы	3	3,5	6	3
агавы и кактусы	2	2,5	4	2

Сравним состав растений сада в видовом и количественном разнообразии растительных форм, результаты представим в виде диаграммы (Рисунок 1).

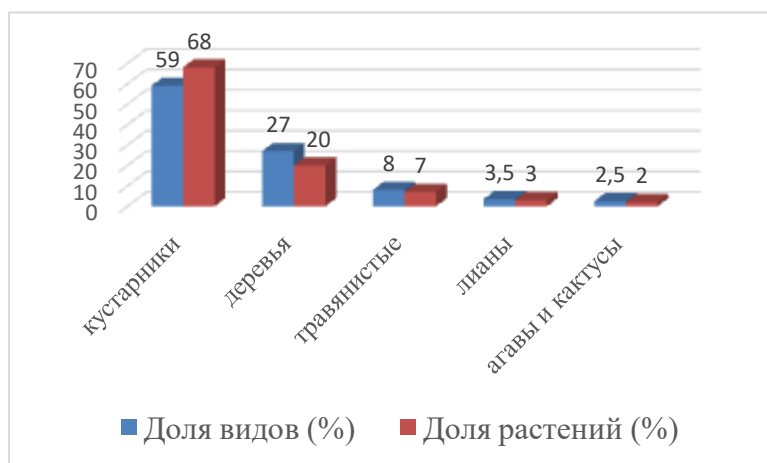


Рисунок 1– Распределение видов и количества растений по формам

Из курса искусствоведения известно о ratio autem aurea (золотом сечении) – пропорции частей целого определяющей гармоничность его (целого) восприятия, именно она, по мнению многих исследователей, лежит в основе визуальной привлекательности. Опуская математические подробности, вспомним, что традиционно пропорция выражается как соотношение 62% к 38%.

Из данных, представленных на рисунке 1, очевидно, что соотношение в саду кустарников, как по видовому составу (59%), так и по количеству (68%) к остальным растительным формам (41% и 32%, соответственно) приближается к «золотому сечению», что, по-видимому, и определяет его привлекательность. Проведение подобной аналогии возможно, так как подтверждается наблюдениями авторов за растениями в период их цветения в 2022 и в 2023 гг. Так, именно цветущие розы и прочие кустарники привлекают наибольшее внимание посетителей своим роскошным видом и не менее замечательным ароматом.

Ароматы растений (разные в разные времена года), смешиваясь с легким морским бризом, создают прекрасное одорологическое сопровождение экскурсионному рассказу и вносят свою лепту в эстетическую привлекательность музея. Необходимо помнить о их воздействии на подсознание человека – прекрасные ароматы вызывают у посетителей приятные воспоминания и положительные эмоции. Приведем здесь лишь несколько примеров.

Пожалуй, ни одно растение не имеет такой удивительной, богатой и сказочной истории как роза. Веками роза восхищает своей красотой и ароматом, приобретает мистический смысл, возводится в культ, становится символом любви, храбрости, красоты. Роза, розовое эфирное масло широко используются в медицине и, конечно же, в косметологии – парфюмерия немыслима без розового масла.

Кипарис – одно из самых мистических и неоднозначных растений. Так, некоторые считают, что Ной использовал его при строительстве ковчега, другие, что кипарис – символ бессмертия души. У кипариса в саду роль особенная – мемориальная: в память об Антоне Павловиче его высадили М.П. Чехова и О.Л. Книппер. Ему в 2023 г. исполняется 119 лет. Высота нашего кипариса около 20 метров. Шум морского ветра в его ветвях завораживает, а его вид прекрасен.

Лавр благородный – строгий и суровый. А.И. Куприн в своем рассказе «Лавры» дал ему, на наш взгляд, наиболее полную оценку. С давних времен он ценится как символ успеха, пищевое и лекарственное растение благодаря антимикробным и противовоспалительным свойствам ароматических масел.

Лавандин с большой концентрацией эфирных масел (больше чем в лаванде) обладает острым приятным запахом. Он уменьшает возбудимость нервной системы при нарушении сна, утомляемости, раздражительности – успокаивает и снимает стресс.

Розмарин – красивое вечнозеленое растение с голубыми цветами. Его аромат тонизирует, полезен людям с нарушением мозгового кровообращения, особенно в сочетании с шалфеем и мятой. [5, с. 56].

Между тем, существующий ассортимент растений в саду не отвечает пожеланиям Антона Павловича, что лишь частично компенсируется их возрастом – данные представлены в таблице 3 и на рисунке 2.

Таблица 3 – Возрастной состав растений

Возраст	Количество растений	Доля (%)
1	4	2
2	18	8
3	20	9
4	5	2
5	23	11
6	10	4
7	3	1
8	28	13
10	55	26
12	1	0,5
15	20	10
18	1	0,5
20	9	4
25	2	1
30	12	6
37	1	0,5
40	2	1
120	1	0,5



Рисунок 2 – Распределение растений по возрасту

Многие из древовидных кустарников имеют сегодня размеры и пышность кроны, сравнимые с деревьями

**Выводы.** Мечта Антона Павловича – сад из более чем ста деревьев ждет своего воплощения. Соотношение растений в саду гурзуфской дачи А.П. Чехова и О.Л. Книппер стремится к гармонии, к «Золотому сечению» – идеальной пропорции, что способствует её привлекательности.

Вид и аромат цветущих растений, вид и плеск морских волн создают привлекательную эмоциональную романтическую и одорологическую атмосферу.

Имеются все предпосылки: объект, предмет и организационные возможности для реализации аттрактивного потенциала сада путем организации на Даче флористической экспозиции – создания нового основания туристской дестинации музея.

#### **Список использованных источников:**

1. Долгополова, Ю.Г. Необыкновенный сад А. П. Чехова. История создания / Ю.Г. Долгополова // Необыкновенный сад А.П. Чехова : альбом-каталог. Том 1. – Ялта : Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», 2018. – С. 6-22. – Текст : непосредственный.
2. Обновление сада «Дома-музея А.П. Чехова в Ялте» / И.И. Головнев, Е.Е. Головнева, С.А. Плугатарь [и др.] // Сборник научных трудов Государственного Никитского ботанического сада. – 2014. – Т. 136. – С. 74-85. – Текст : непосредственный.
3. Пашко, Н.В. История дома-музея А.П. Чехова в Ялте (1898 – 1904). Быт и строительство Белой дачи / Н.В. Пашко // Чеховские чтения в Ялте : ХLI Международная научно-практическая конференция, посвященная 100-летию со дня основания Дома-музея А.П. Чехова в Ялте: сборник научных трудов, Ялта, 03–09 октября 2021 года. – Ялта: Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник, 2022. – С. 108-116. – Текст : непосредственный.
4. Пернацкая, О.О. Штамбовые розы ялтинского сада А.П. Чехова / О.О. Пернацкая // Гуманитарная парадигма. – 2022. – № 3 (22). – С. 5-20. – Текст : непосредственный.
5. Солдатенко, С.С. Маслотерапия / С.С. Солдатенко [и др.] // Симферополь: Крымский республиканский НИИ им. Сеченова И.М., 1995. – 160 с. – Текст : непосредственный.
6. Штельцер, Е.М. Экотоп как фактор аттрактивности в туристской дестинации Крымского литературно-художественного мемориального музея-заповедника / Е.М. Штельцер, М.С. Штельцер // Экология и природопользование: устойчивое развитие сельских территорий : Сб. ст. по материалам III Всерос. науч.-практ. конф. / отв. за вып. А. Г. Максименко. – Краснодар : КубГАУ, 2023. – С. 799-802. – Текст : непосредственный.
7. Штельцер, М.С. Туристские дестинации и музей – в поисках оснований / М.С. Штельцер // Экономические исследования и разработки. – 2022. – № 10. – С. 64-69. – Текст : непосредственный.
8. Чехов, А. П. Письма по адресатам А – Я // Антон Павлович Чехов. – Текст: электронный // URL: <http://chegov-lit.ru/chegov/letters/1900-1901/letter-3038.htm> (дата обращения: 02.10.2023).

**Ключевые слова:** дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе, сад, аттрактивность, золотое сечение, флористическая экспозиция.

**Keywords:** the dacha of A.P. Chekhov and O.L. Knipper in Gurzuf, garden, attraction, golden ratio, floral exposition.

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

УДК 338.482

**Кушхова З.В.**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса,  
**Завгородняя А.К.**,  
обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Менеджмент»,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО  
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь, Россия

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ УСЛУГАМИ В SPA-ЦЕНТРЕ ОТЕЛЯ «ЛАЗУРНАЯ»**

**Направления повышения эффективности управления услугами в SPA-центре отеля «Лазурная».** Оценка деятельности гостиницы «Лазурная», расположенной в г. Сочи, а также исследование эффективности SPA-центра при отеле и качества управления услугами в нем позволили сделать вывод о необходимости внедрения новых услуг, создания уникальности предложения SPA-центра, способствующего повышению его конкурентоспособности и привлечению новых потребителей. Исходя из поведенного анализа, авторы сфокусировались на трех основных инновациях: продуктовых, управленческих и маркетинговых. В рамках управленческих инноваций предложено применение метода шесть сигм, бенчмаркинга, непрерывного совершенствования (кайдзен), а также управление знаниями. Реализация продуктовых инноваций предполагает внедрение улиткотерапии, апитерапии и винотерапии. Для успешного обеспечения маркетинговых инноваций рекомендуется нахождение новых путей ведения бизнеса, создание новаторских продуктов или услуг, а также применение новых приемов продвижения продуктов. Предложена модель совершенствования управления услугами SPA-центра отеля «Лазурная» на основе предлагаемых мероприятий.

**Directions for improving the efficiency of service management in the SPA center of the «Lazurnaya» Hotel.** An assessment of the activities of the «Lazurnaya» Hotel located in Sochi, as well as a study of the effectiveness of the SPA center at the hotel and the quality of service management in it allowed us to conclude that it is necessary to introduce new services, create a unique offer of the SPA center, contributing to its competitiveness and attracting new consumers. Based on the behavioral analysis, the authors focused on three main innovations: product, management and marketing innovations. Within the framework of management innovations, the application of the method of «six sigma», benchmarking, continuous improvement (kaizen), as well as knowledge management is proposed. The implementation of product innovations offers the introduction of snail therapy, apitherapy and wine therapy. To successfully ensure marketing innovations, it is recommended to find new ways of doing business, creating innovative products or services, as well as applying new methods of product promotion. A model of improving the management of the services of the SPA center of the «Lazurnaya» Hotel based on the proposed activities is proposed.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Обязательной составляющей пакета дополнительных услуг для многих гостиничных предприятий является наличие SPA-центра. В этой связи в настоящее время многими авторами уделяется внимание вопросам, связанным с выявлением направлений повышения эффективности управления услугами в SPA-центре отеля, среди них следует выделить работы Беровой П.А. [1], Горяевой В.А. [2], Ковальской Д.А. [3], Хатиковой З.В. и Бондаревой А.И. [5] и др.

Тем не менее, публикации, главным образом, посвящены рассмотрению специфики и решению вопросов конкретных гостиничных предприятий или исследованию проблематики в целом.

**Выделение нерешенной проблемы.** Инфраструктура современных гостиничных предприятий достаточно широка и разнообразна. Одной из востребованных тенденций в настоящее время является наличие при гостинице SPA-центра. При этом повышающиеся запросы гостей обуславливают расширение спектра услуг, предоставляемых SPA-центрами. Соответственно,

возникает необходимость управления данными процессами для достижения оптимальных результатов и эффективности.

**Цель статьи.** Цель настоящей статьи заключается в предложении направлений повышения эффективности управления услугами в SPA-центре отеля «Лазурная», расположенном в г. Сочи.

**Изложение основного материала.** Проведенный комплексный анализ деятельности гостиничного предприятия, а также осуществленная оценка эффективности управления услугами в SPA-центре отеля «Лазурная» выявила следующие проблемы: высокий коэффициент текучести кадров в SPA-центре; сложности, связанные с обучением сезонного персонала; завышенные цены как на основные, так и на дополнительные услуги; отсутствие уникальности гостиничного предприятия, которая позволила бы привлечь гостей.

В этой связи на основе выделения уникальности SPA-центра отеля «Лазурная» за счет предоставления инновационного продукта, на взгляд авторов, можно повысить конкурентоспособность гостиничного предприятия в целом.

Инновационные технологии в сфере гостиничного бизнеса могут быть следующими: архитектурная инновация, продуктовая инновация, управленческие инновации, процессные инновации, технологические инновации.

Остановимся на трех основных инновациях – управленческих, продуктовых и маркетинговых. Поскольку тема исследования посвящена направлениям повышения эффективности управления услугами в SPA-центре отеля, необходимо создать продукт и разработать способы его продвижения, кроме того, необходимо привлечение персонала для реализации данного процесса.

Под управленческими инновациями подразумевают систему новых знаний, используемых в административных процессах, организационных структурах и управленческих технологиях. К ним можно отнести:

1. Метод шесть сигм.
2. Бенчмаркинг.
3. Непрерывное совершенствование (кайдзен).
4. Управление знаниями.

С точки зрения продуктовых инноваций, SPA-центр может ввести ряд новых уникальных услуг для гостей отеля «Лазурная»:

1. Улиткотерапия. Для данной процедуры используются улитки Ахатины. Секрет, выделяемый улиткой во время массажа, способствует решению многих косметологических проблем. Проводят массаж на любой части тела, но наиболее популярными являются лицо, шея, руки.

2. Апитерапия. Для проведения таких процедур используют продукты пчеловодства: мёд, прополис, воск, маточное молочко и пчелиный яд. В последнее время востребованным стал и сон на ульях. Спектр применения апитерапии достаточно широк: проблемы с суставами, варикоз, гипертония и т.д.

3. Винные SPA. Антиоксидантные свойства напитка активно используются для энотерапии, в том числе и производства средств для ухода за кожей. Применяются для снятия стресса, получения заряда бодрости, а также избавления от целлюлита.

Данные услуги позволят предоставить гостям необычный отдых и оздоровление. Поскольку в настоящее время многие люди возвращаются к натуральным продуктам, предложенные способы оздоровления найдут отклик у многих туристов.

Кроме того, при организации функциональных зон SPA-центра не стоит забывать о музыкотерапии. «Терапия с помощью музыки нашла свое предназначение и в SPA, где стала неотделимой частью для многих SPA-процедур. Музыкальное сопровождение способно умножить эффект расслабляющей атмосферы, противостоять болезням, стрессам, депрессиям. В настоящее время в мире разработана и работает целая индустрия музыки для SPA-центров. Аудиосистемы встраиваются в специальное профессиональное оборудование (SPA-капсулы, гидромассажные ванны, душевые кабины и т.д.), что позволяет в процессе проведения косметических процедур заряжаться положительной энергетикой и расслабляться» [6].

SPA-центр отеля «Лазурная» предлагает дополнительные услуги, к которым относятся тренажерный зал и фито-бар, где также могут быть введены инновационные технологии. Для тренажерного зала полезным приобретением является фитнес-браслет, который облегчит отслеживание организма во время тренировок. В меню фито-бара следует добавить некоторые категории, которые могут быть полезны гостям с разными потребностями: свежевыжатые соки, чай

на лечебных травах, протеиновые коктейли, кислородные коктейли и др. В баре не предусмотрена услуга питания, эту проблему можно решить с помощью расширения меню легкими перекусами: салаты, сэндвичи, протеиновые коктейли и десерты.

Инновационные маркетинговые технологии призваны не только повысить качество и улучшить продукт, но и модернизировать инструменты и разработать новые методы по привлечению потенциальных гостей с целью повышения прибыли компании.

Инновационные маркетинговые технологии делятся на три вида:

1. Новые пути ведения бизнеса. К данному виду отнесем ранее упомянутые управленческие инновации.

2. Создание новаторских продуктов или услуг. Выше были рассмотрены возможные продуктовые инновации в SPA-центре отеля.

3. Применение новых приемов продвижения продуктов. Продвигать услуги SPA-центра можно с помощью разных направлений:

– через продвижение бренда SPA-центра, например, продажа сувенирной продукции (косметические и уходовые средства) и товаров (бейсболка, магнит, открытка, многоразовая бутылка для воды, брелок) с логотипом SPA-центра отеля «Лазурная»;

– через мероприятия: мастер-классы по ведению здорового образа жизни, правильному питанию, эффективному отдыху физически и ментально, где могут выдаваться брошюры с полезными рекомендациями по применению банного комплекса;

– через социальные сети, например, в Telegram могут публиковаться статьи для грамотного планирования отпуска и полезного проведения досуга. У SPA-центра появился отдельный канал в Telegram и, поскольку он новый и имеет мало читателей, его необходимо активно развивать. Данные статьи могут писать специалисты SPA-центра, которые имеют опыт в SPA-индустрии.

При внедрении любых инноваций могут появиться проблемы, связанные с сопротивлением персонала к нововведениям. Следовательно, стоит придерживаться определенных этапов для успешного внедрения инноваций в гостиничном предприятии:

1. Планирование. К этому этапу относят: отбор инноваций из большого количества предложенных (в данном случае проведен отбор тех инноваций, которые можно внедрить в течение одного календарного года) и планирование проекта по срокам, затратам и целям.

2. Размораживание. Это подготовка структурного подразделения гостиницы к изменениям. Основными задачами на этом этапе являются: информирование сотрудников, выбор оптимальных методик обучения, контроль за процессом подготовки к внедрению.

3. Внедрение. Происходит непосредственное внедрение инноваций, нужно иметь возможности корректировать стратегию в оперативном порядке и держать обратную связь с сотрудниками, своевременно информировать их обо всех преобразованиях.

4. Замораживание. Все достигнутые результаты закрепляют.

5. Оценка результатов.

Как и в философии бизнеса, совершенствования предлагается осуществлять поэтапно в течение года, то есть стратегическая цель структурного подразделения гостиницы «Лазурная» (SPA-центра) будет звучать как увеличение прибыли за счет внедрения мероприятий по улучшению управлению SPA-услугами.

Поскольку все три направления – управленческие, продуктовые и маркетинговые инновации – между собой взаимосвязаны, можно построить модель совершенствования управления услугами SPA-центра (Рисунок 1).

С помощью внедрения управленческих инновационных технологий «Бенчмаркинг» и «Кайдзен», то есть внедрение лучших практик и совершенствование производственных бизнес-процессов, в SPA-центре появляется возможность разработки продуктовых и маркетинговых инноваций. Поскольку для внедрения данных мероприятий необходимо привлечь новый/дополнительный персонал и обучить его, следует уделить внимание таким управленческим инновациям как метод «Шесть сигм» и управление знаниями.

**Выводы.** Таким образом, предлагаемые мероприятия: «Продуктовые инновации» (улиткотерапия, апитерапия, винный SPA, фитнес-браслеты), «Управленческие инновации» (метод «шесть сигм», бенчмаркинг, непрерывное совершенствование, управление знаниями), «Маркетинговые инновации» (продвижение бренда SPA-центра через продажу сувенирной продукции с логотипом SPA, ведение социальных сетей) – можно внедрить в течение года. Расчет



экономического эффекта от их внедрения позволяет сделать вывод о том, что они окупятся менее, чем за один год, а планируемое увеличение дохода оценивается в 8%. Более того, следует отметить, что разработка уникального продукта, не имеющего ранее аналогов, с помощью новых технологий позволит исследуемому гостиничному предприятию не только привлечь новых потребителей, но и повысить конкурентоспособность на рынке, а также максимизировать прибыль.

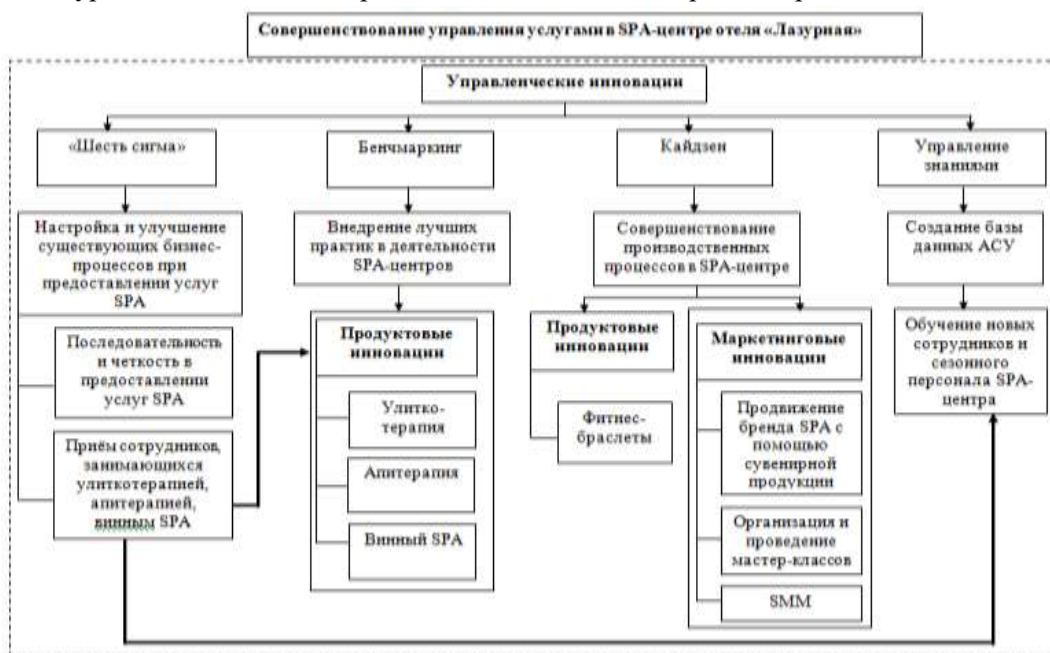


Рисунок 1 – Модель совершенствования управления услугами SPA-центра на основе предлагаемых мероприятий

**Список использованных источников:**

1. Берова, П.А. Схемы функционального зонирования спа: анализ опыта проектирования / П.А. Берова // Тезисы докладов международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, молодых ученых и студентов Московский архитектурный институт (государственная академия) «Наука, образование и экспериментальное проектирование». – М.: Московский архитектурный институт, 2021. – Т.1. – С. 159-162. – Текст : непосредственный.
2. Горяева, В.А. Перспективы развития Spa-, Wellness- и Fitness-туризма в современной России / В.А. Горяева, О.Л. Панченко, Ф.Г. Мухаметзянова // Казанский вестник молодых учёных. – Казань: Казанский федеральный университет, 2019. – № 3 (11). – С. 135-141. – Текст : непосредственный.
3. Ковальская, Д.А. Характеристика и особенности спа-услуг как дополнительных услуг в гостиничных комплексах / Д.А. Ковальская // Молодой ученый. – 2022. – № 51 (446). – С. 624-626. – Текст : непосредственный.
4. Кушхова, З.В. Особенности управления услугами в SPA-центрах отелей Крыма и Севастополя / З.В. Кушхова, А.К. Завгородняя // Сборник научных трудов по результатам Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и магистрантов «Научные вызовы экономического развития в контексте цифровых трансформаций». – Симферополь, 2023. – С. 237-241. – Текст : непосредственный.
5. Хатикова, З.В. Направления развития медицинского SPA-центра при отеле «Аквамарин» / З.В. Хатикова, А.И. Бондарева // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сборник научных трудов. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 2019. – С. 217-222. – Текст : непосредственный.
6. Музыкаотерапия // Интернет магазин для парикмахеров Denirashop. Оборудование для салонов красоты и СПА Denirashop. – Текст: электронный // URL: <https://denirashop.ru/info/articles/2018/muzykoterapiya/>.

**Ключевые слова:** SPA, оздоровительно-гостиничный комплекс, оздоровительный туризм, услуги SPA-центра, управление услугами.

**Keywords:** SPA, wellness and hotel complex, wellness tourism, SPA center services, service management.

УДК 338.482

**Кушхова З.В.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса,

**Павленко Д.М.,**

обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Менеджмент»,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО  
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь, Россия

### **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ГОРОДСКОГО ОТЕЛЯ «МИЛАН»**

**Направления совершенствования подготовки и повышения квалификации персонала городского отеля «Милан».** Изучение деятельности городского отеля «Милан», в том числе и работы с персоналом гостиницы, позволили выявить основную проблему – необходимость совершенствования системы обучения персонала. В этой связи авторами, принимая во внимание специфику отеля, предложен ряд мероприятий, направленных на улучшение данного процесса, среди которых: проведение welcome-тренинга; проведение ротации кадров между некоторыми отделами; расширение тематики проводимых обучающих тренингов; обучение навыкам работы в команде; ознакомление всех сотрудников с предоставляемыми отелем услугами; обновление чек-листов; проведение контроля деятельности сотрудников при помощи методов тайный гость, тайный звонок; введение аттестации сотрудников (раз в полгода); проведение мини-брифов с разбором ошибок, допущенных в процессе текущей деятельности (по отделам); создание памятки по постановке граждан на миграционный учет; разработка пособия с подробной информацией о деятельности отеля, его услугах. Для представления реализации мероприятий и упрощения процесса их внедрения, была составлена модель, отражающая механизм взаимодействия отделов и их сотрудников, участвующих в данной процедуре.

**Directions for improving the training and advanced training of the staff of the city hotel «Milan».** The study of the activities of the city hotel «Milan», including work with the hotel staff, revealed the main problem – the need to improve the staff training system. In this regard, the authors, taking into account the specifics of the hotel, have proposed a number of measures aimed at improving this process, including: conducting a welcome training; conducting staff rotation between some departments; expanding the topics of ongoing training sessions; team work skills training; familiarization of all employees with the services provided by the hotel; updating checklists; monitoring the activities of employees using the secret guest, secret call methods; introduction of employee certification (every six months); conducting mini-briefings with analysis of mistakes made in the course of current activities by departments; creating a memo on registration of citizens on migration registration; development of a manual with detailed information about the activities of the hotel, its services. To represent the implementation of measures and simplify the process of their implementation, a model was compiled reflecting the mechanism of interaction between departments and their employees participating in this procedure.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Современные подходы к подготовке и повышению квалификации персонала отражены в работах Лусиной Т.Н., Чурилиной И.Н., Короленко Ю.Н., Сорока А.В. [2], Степановой С.А., Архиповой О.В., Скобельцыной А.С. [3], Тулянкиной Н.Д., Удалова Д.Э. [4], Чиркова Л.Ю. [5].

Исследования авторов представляют интерес, т.к., с одной стороны, позволяют рассмотреть изучаемый вопрос в общем и изучить возможности применения тех или иных рекомендаций для

конкретного гостиничного предприятия, а, с другой, на примере определенной гостиницы, проследить возможности и эффект от предложений.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одной из важных особенностей сферы услуг, в том числе и гостиничной деятельности, является значительная вовлеченность персонала в процесс обслуживания гостей. В этой связи профессиональные компетенции и личные качества сотрудников гостиничного предприятия заметно влияют на общее впечатление гостя о средстве размещения. Низкое качество предоставления услуг, негативный опыт взаимодействия с персоналом может нивелировать все усилия гостиницы по продвижению. Именно поэтому изучение вопросов и предложение мероприятий, обеспечивающих высокий уровень квалификации персонала, для современных гостиничных предприятий является важным и актуальным.

**Цель статьи.** Цель настоящей статьи заключается в разработки мероприятий по подготовке, повышению квалификации персонала городского отеля «Милан», расположенном в г. Москва.

**Изложение основного материала.** Городской отель «Милан», расположенный на Каширском шоссе в столице России, имеет специфику свадебного и бизнес-отеля. За счет большого количества инфраструктурных объектов, широты спектра услуг, качественной работы персонала, местоположения, отель успешно ведет свою деятельность, что выражается в увеличении чистой прибыли. Безусловно, предприятие имеет направления развития, среди которых подготовка и повышение квалификации сотрудников. Гостиничное предприятие проводит подготовку работников на разных этапах работы, ее контроль, предоставляет возможность повышения квалификации, однако в связи с текучестью кадров, ростом требований гостей, проводимые мероприятия требуют корректировок, а система обучения – совершенствования.

Проведенный анализ существующих мероприятий по подготовке и повышению квалификации персонала отеля «Милан» выявил некоторые недостатки в обучении сотрудников. На основе данных выводов были выдвинуты следующие предложения по совершенствованию данного процесса:

- проведение welcome-тренинга;
- проведение ротации кадров между некоторыми отделами;
- расширение тематики проводимых обучающих тренингов;
- обучение навыкам работы в команде;
- ознакомление всех сотрудников с предоставляемыми отелем услугами;
- обновление чек-листов;
- проведение контроля деятельности сотрудников при помощи методов тайный гость, тайный звонок;
- введение аттестации сотрудников (раз в полгода);
- проведение мини-брифов с разбором ошибок, допущенных в процессе текущей деятельности, по отделам;
- создание памятки по постановке граждан на миграционный учет;
- разработка пособия с подробной информацией о деятельности отеля, его услугах.

Welcome-тренинг предполагает рассказ о деятельности отеля, его услугах, о его структуре управления, деятельности различных отделов. Это поможет новым сотрудникам быстрее адаптироваться к компании.

В отеле проводятся тренинги, однако тематика связана с продажами, улучшением их эффективности. В качестве предложения можно рассмотреть проведение тренингов на другие важные темы, а именно стрессоустойчивость, выгорание на рабочем месте. Безусловно отделу приема и размещения, ресторанов и баров это необходимо, поскольку они работают непосредственно с гостями.

На предприятии процент текучести кадров примерно 30%. Больше всего смена сотрудников проходит в службе приема и размещения. Для того, чтобы снизить этот показатель, а также лучше адаптировать новых сотрудников, предлагается обучать сотрудников навыкам работы в команде: так они будут больше привязаны к месту работы, а при устройстве на работу новых работников смогут экологично принять их в коллектив.

Ротация предполагает перемещение сотрудников на другую должность в рамках отдела для получения новых знаний, навыков, для лучшего понимания деятельности других сотрудников. Такой метод подготовки подойдет основным отделам отеля. Ротацию можно рассматривать как способ повышения квалификации.

Многие службы отеля не ознакомлены с основной деятельностью отеля – не знают, какие услуги предлагаются гостям, задачи других служб. Для более эффективной работы и увеличения мотивации к деятельности, сотрудники должны знать, какую ценность они приносят данному предприятию, чем они важны и для какой общей цели работают. В этой связи необходимо ознакомить весь работающий персонал с деятельностью отеля с помощью различных методик подготовки.

Для того, чтобы всем сотрудникам было проще узнать о деятельности отеля, о его службах, услугах и т.д., стоит создать пособие, содержащее такую информацию.

Основные службы отеля для самопроверки выполнения своих обязанностей используют предоставленные предприятием чек-листы. Это довольно эффективный способ контроля, поскольку деятельность сотрудников таких отделов предполагает многозадачность, и они могут забыть какую-то деталь. Однако все разработанные чек-листы устарели и требуют обновления.

Для того, чтобы оценить подготовку персонала, выяснить, необходимо ли работникам обучение, могут быть использованы такие методы, как «тайный звонок» и «тайный гость». Метод «тайный звонок» позволит определить подготовку сотрудников отдела продаж, бронирования, приема и размещения. Техника «тайный гость» поможет выявить, есть ли потребность в обучении сотрудников ресторана, отдела номерного фонда, прачечной, химчистки.

Помимо вышеуказанных техник, проверку подготовки персонала следует проводить раз в полгода, поскольку качество предоставления услуг максимально в первый месяц после окончания обучения, а далее тонкие нюансы деятельности работы некоторых отделов могут забываться.

Для службы приема и размещения (СПиР) было предложено проводить мини-брифинги по необходимости. Такая необходимость может происходить вследствие ошибок в работе некоторых сотрудников. Для того, чтобы снизить риски повторения таких рабочих упущений другими сотрудниками, нужно делать их разбор. При проведении таких брифов важно не акцентировать особое внимание на факте ошибки, поскольку это может психологически задеть сотрудника и снизить уровень его мотивации к работе.

Еще одной рекомендацией для СПиР является составление и дополнение памятки о миграционном учете граждан. В связи с особенностями используемой ими программы для миграционного учета, необходимо соблюдать определенную процедуру. В период практического изучения деятельности гостиницы было выявлено много ошибок со стороны портье, а такая памятка поможет их избежать.

Для более наглядного представления реализации мероприятий и упрощения процесса их внедрения, была составлена модель, отражающая механизм взаимодействия отделов и их сотрудников, участвующих в данном процессе (Рисунок 1).

На первом этапе будут созданы обучающие материалы для сотрудников, в том числе и чек-листы для самоконтроля. На втором этапе будет проведена оценка подготовки работников с помощью методик «тайный гость» и «тайный звонок». Именно отдел персонала будет заниматься поиском профессионалов, которые смогут провести эту оценку качественно и проанализировать ее результаты.

Третий этап предполагает непосредственно обучение: тренинги на необходимые для предприятия темы, связанные с психологической устойчивостью, командообразованием и др., а также ознакомление сотрудников с услугами отеля, деятельностью его отделов. В качестве мероприятий по повышению квалификации, при выявлении необходимости, будет проведена ротация кадров среди некоторых контактных служб отеля. По результатам обучения должно проводиться тестирование, а также регулярная аттестация сотрудников в дальнейшем.

Такой процесс обучения цикличен, т.е. этапы 2, 3 и 4 будут повторяться. Параллельно с обучением, необходимость которого будет выявлена с помощью оценки кадров, осуществляется подготовка новых сотрудников, в том числе с помощью welcome-тренингов. По мере необходимости, в службе приема и размещения будут проходить мини-брифы с разбором ошибок, совершенных в процессе трудовой деятельности.

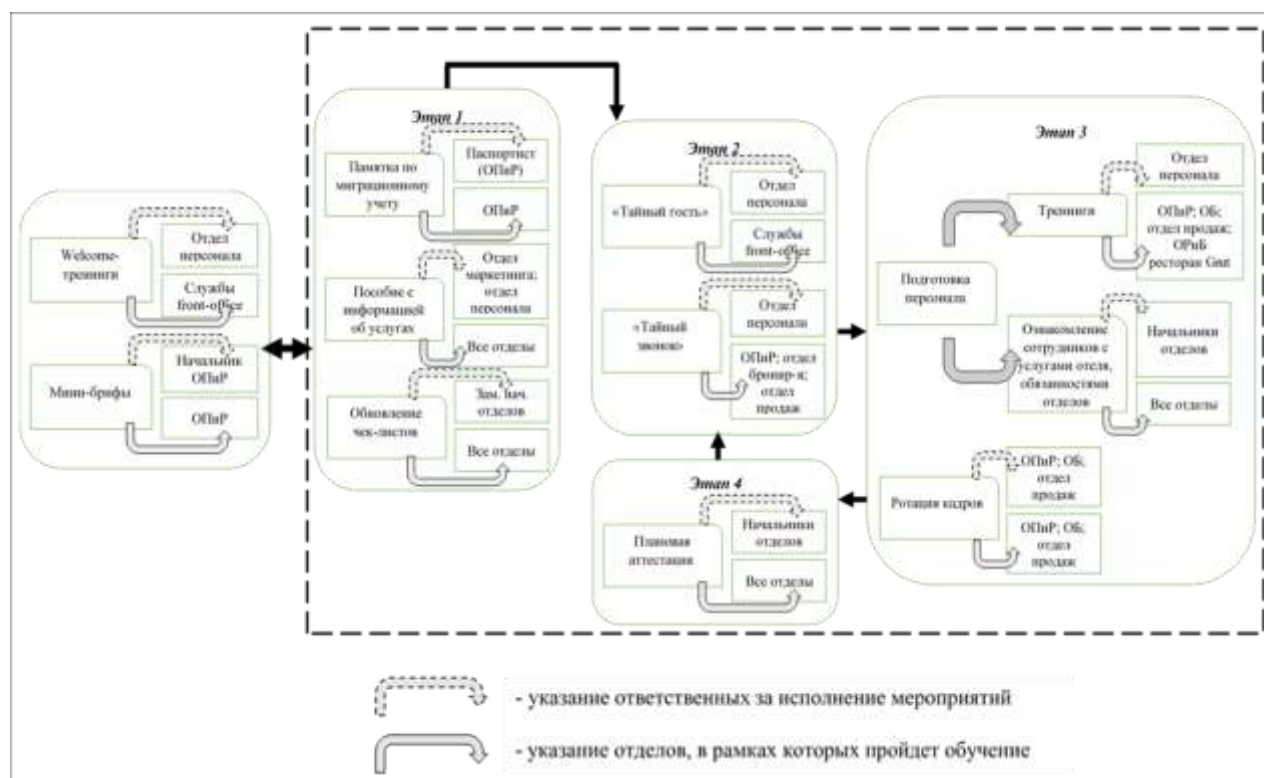


Рисунок 1 – Механизм взаимодействия отделов и их сотрудников для реализации предложенных мероприятий

**Выводы.** Предложенные мероприятия помогут улучшить процесс подготовки новых работников, облегчить их адаптацию, позволят обучить персонал дополнительным знаниям, навыкам, которые будут полезны для их работы, снизить количество допускаемых ошибок, смогут совершенствовать систему оценки подготовки персонала, поднять мотивацию сотрудников к обучению, развитию для карьерного роста. Расчет эффективности проектных мероприятий показал, что, благодаря внедрению предложений, выручка отеля может увеличиться почти на 3 млн. руб., при том, что затраты на внедрение в 7 раз меньше полученной выгоды. Помимо экономического эффекта, предприятие сможет снизить процент текучести кадров и затраты на обучение новых сотрудников, повысит количество постоянных гостей и привлечет новых, а также увеличить выручку.

#### Список использованных источников:

1. Кушхова, З.В. Роль персонала в предоставлении качественных услуг гостиничного предприятия / З.В. Кушхова, Д.М. Павленко // Сборник научных трудов по результатам Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и магистрантов «Научные вызовы экономического развития в контексте цифровых трансформаций». – Симферополь, 2023. – С. 285-288. – Текст : непосредственный.
2. Лустина, Т.Н. Развитие корпоративного обучения в России в индустрии гостеприимства / Т.Н. Лустина, И.Н. Чурилина, Ю.Н. Короленко, А.В.Сорока // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т.17. – № 2 (104). – С. 76-86. – Текст : непосредственный.
3. Степанова, С.А. Методы формирования эмоциональной и кросс-культурной компетентности персонала контактной зоны гостиничного предприятия / С.А. Степанова, О.В. Архипова, А.С. Скобельцына // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т.16. – № 5 (102). – С. 166-176. – Текст : непосредственный.
4. Тулянкина, Н.Д. К вопросу о менеджменте персонала гостиничного предприятия / Н.Д. Тулянкина, Д.Э. Удалов // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 82-3. – С. 104-107. – Текст : непосредственный.
5. Чирков, Л.Ю. Внедрение системы кросс-тренингов для повышения квалификации персонала гостиничного предприятия на примере парк-отеля «Воздвиженское» / Л.Ю. Чирков (научный руководитель Е.Е. Коновалова) // Материалы IV Всероссийской научно-практической

конференции «Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса». – 2021. – С. 527-539. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** подготовка персонала, повышение квалификации персонала, оценка программы подготовки персонала, гостиничное предприятие.

**Keywords:** staff training, staff development, evaluation of the staff training program, hotel company.

УДК 338.48 (656.072)

**Минин Е.В.**,  
аспирант,  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского»,  
г. Симферополь, Россия

## **НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ КОМБИНИРОВАННОЙ МОБИЛЬНОСТИ ТУРИСТОВ**

**Направления организации транспортной комбинированной мобильности туристов.** Туристская мобильность в мире глобальных перемен является одной из важных сфер жизнедеятельности общества, а также направлением развития туризма. Туристская мобильность подразумевает под собой совершение перемещения между туристскими регионами как внутри страны, так и внутри одного региона, используя комбинированные виды транспорта. В статье выделены комбинированные виды транспорта, которыми пользуется турист, а также определены показатели, влияющие на выбор того или иного вида транспорта и включение его в комбинацию при осуществлении путешествия.

Для обеспечения транспортной комбинированной мобильности туристов необходимо создание эффективного управления транспортной системой. Она должна гарантировать безопасность, комфорт и доступность передвижения в определенный временной интервал, так как мобильность населения зависит от скорости перемещения. Организация управления объектами транспорта – это ключевой фактор в обеспечении мобильности туристов. Однако постоянно меняющиеся потребности пассажиров усложняют выбор эффективного направления организации транспортной перевозки туристов.

Для обеспечения бесперебойной и комфортной мобильности туристов рекомендуется создать единый орган управления, который будет координировать работу авиационного, железнодорожного, водного и автомобильного транспорта. Важным направлением деятельности такого органа является планирование расписания движения всех видов транспорта и оптимальное распределение пиковых нагрузок. Это позволит значительно сократить время ожидания и обеспечить быструю пересадку на следующий вид транспорта. Создание единого органа управления – это шаг к улучшению качества транспортной комбинированной мобильности и повышению удобства путешествия для туристов.

**Directions of organization of combined transport mobility of tourists.** Tourist mobility in the world of global changes is one of the most important spheres of society, as well as the direction of tourism development. Tourist mobility implies moving between tourist regions both within the country and within the same region using combined modes of transport. The article highlights the combined modes of transport used by tourists, as well as the indicators that influence the choice of a particular type of transport and its inclusion in the combination when traveling.

To ensure the combined transport mobility of tourists, it is necessary to create an effective management of the transport system. It should guarantee safety, comfort and accessibility of movement in a certain time interval, since the mobility of the population depends on the speed of movement. The organization of transport facilities management is a key factor in ensuring the mobility of tourists. However, the constantly changing needs of passengers complicate the choice of an effective direction for organizing the transportation of tourists.

To ensure uninterrupted and comfortable mobility of tourists, it is recommended to create a single management body that will coordinate the work of aviation, rail, water and road transport. An important area

of activity of such a body is the planning of the timetable for all types of transport and the optimal distribution of peak loads. This will significantly reduce the waiting time and ensure a quick transfer to the next mode of transport. The creation of a single management body is a step towards improving the quality of combined transport mobility and improving the convenience of travel for tourists.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследования темы организации транспортной комбинированной мобильности туристов разделены по таким направлениям, как комбинированные перевозки или мобильность туристов, т.е. объединённого взгляда на изучение вопроса мобильности туристов и комбинированного транспорта большинство исследований не содержат, только несколько авторов сопоставили два понятия «мобильность» и «комбинированность» и изучили данную комбинацию, но не в отношении туристской деятельности.

Гуц А.В. в своей работе «Модели организации комбинированных (смешанных) пассажирских перевозок» разработал несколько моделей организации комбинированной перевозки пассажиров [3].

Исследования авторов Лapidус Б.М. и Лapidус Л.В. направлены на решение узких мест и поиск решения за счёт организации мультимодальной «бесшовной» перевозки, которая сможет удовлетворить новые потребности и догнать инновационную мобильность пассажиров [4].

**Выделение нерешённой проблемы.** На данный момент не существует ни одного разработанного механизма, который бы мог проводить анализ и планирование различных уровней операционной эффективности транспортной деятельности в туристических регионах.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании транспортной комбинированной мобильности туристов и определении направления организации комбинированной мобильности туристов.

**Изложение основного материала.** Одним из социальных приоритетов инвестиционного развития транспортного комплекса, как это определено в Транспортной стратегии Российской Федерации, являются мобильность населения и доступность транспортных услуг [1].

Для определения направления организации транспортной комбинированной мобильности туристов начнем с определения «мобильность», т.к. именно это понятие является наиболее актуальным в век глобальных изменений и социальных трансформаций.

В Большом энциклопедическом словаре представлено следующее понятие мобильности (от лат. mobilis – подвижный) – подвижность, способность к быстрому передвижению, действию [8].

Термин «мобильность», по мнению известного английского социолога Дж. Урри, используется для обозначения того, что движется или способно двигаться [6].

Якимов М.Р. даёт следующее определение мобильности и мобильности населения – количество реализованных транспортных потребностей, а мобильность населения (подвижность населения) – среднее количество поездок с использованием одного или нескольких видов транспорта в течение определенного периода времени, приходящееся на каждого жителя [6].

В связи с тем, что Якимов М.Р. определил синонимами слова «мобильность» и «подвижность», интересно разобрать значение термина «подвижность» – характеристика транспортного поведения населения, определяющее среднее количество передвижений, совершаемых в течение фиксированного промежутка времени с теми или иными целями [7].

Авторы работы «Роль транспортной подвижности населения в повышении качества жизни и развития общества» дали следующие понятия, «транспортная подвижность – характеристика подвижности населения, одного из социальных показателей, связанных с развитием экономики и уровнем жизни в стране». Она рассчитывается как среднее число поездок на транспорте, приходящихся на одного человека. «Принято различать сетевую и маршрутную транспортную подвижность. Сетевая рассчитывается через число полных поездок от пункта отправления до пункта назначения независимо от числа пересадок и видов транспорта. Маршрутная транспортная подвижность определяется через число поездок в транспортном средстве одного маршрута, при этом поездка с одной пересадкой будет учтена как две поездки» [5, с.102].

Сейчас туризм в России претерпевает существенную трансформацию. Туриндустрия переориентировалась на внутренний туризм, увеличился поиск исследования новых регионов и доступности транспортного обеспечения для составления туристической услуги будущим туристам. Для успешного развития туризма в конкретной местности важнейшей задачей является обеспечение транспортной мобильности потоков туристов к её рекреационным объектам.

Определим, что же такое транспортная мобильность? Это процесс безопасного, комфортного, быстрого, доступного и экономически целесообразного перемещения человека или группы людей с использованием одного или нескольких видов транспорта (Рисунок 1).

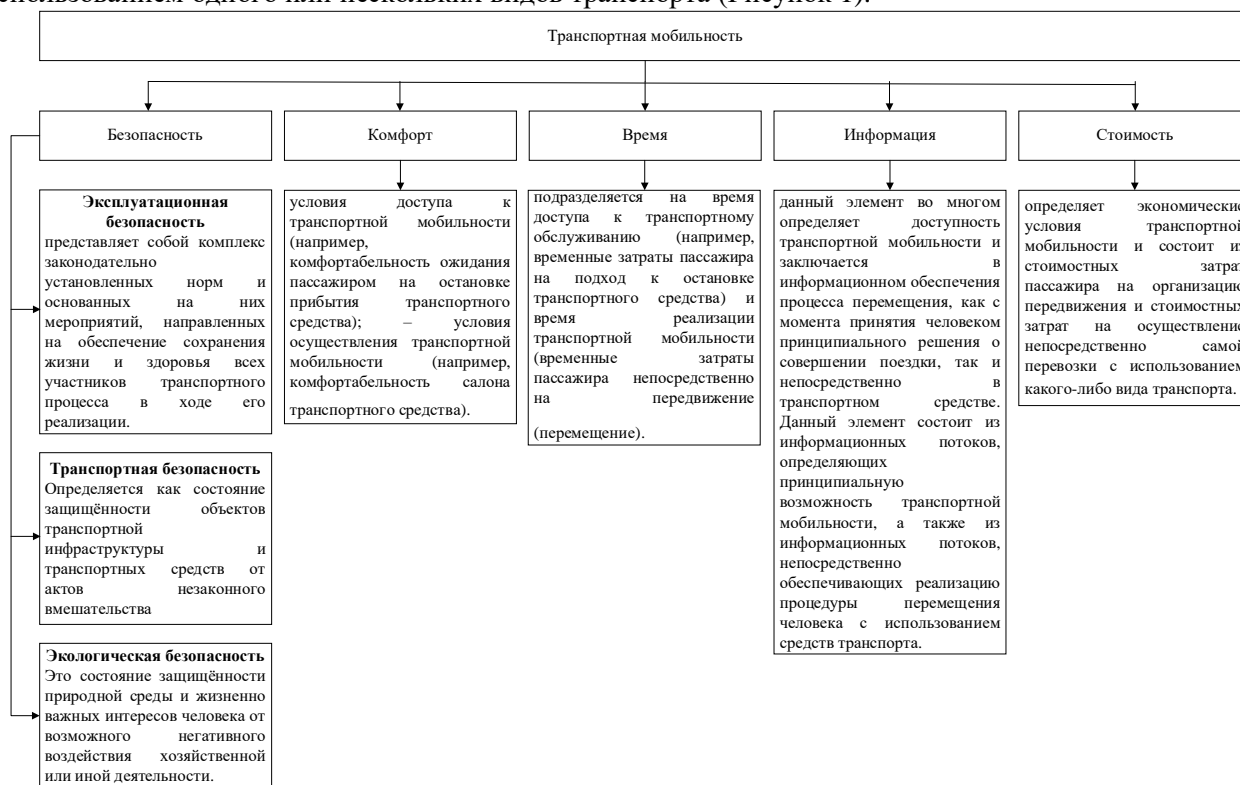


Рисунок 1 – Элементы транспортной мобильности (составлено автором)

В настоящее время важность эффективной транспортной мобильности – ключевой элемент экономического развития агломераций, которые являются двигателями современной экономики.

Поскольку транспортная мобильность реализуется с использованием различных видов транспорта, то, соответственно, необходимо обеспечивать выполнение требований каждого элемента, лежащего в основе данного процесса. Анализ используемых в настоящее время и перспективных видов транспорта позволил выделить следующие основные направления организации комбинированной транспортной мобильности. На рисунке 2 представлены наиболее распространённые виды комбинированной транспортной мобильности туристов (данные собраны на основании проведенного опроса).

Для создания данной схемы был проведен опрос. В опросе участвовало 10 респондентов, которые часто пользуются комбинированными видами транспорта при планировании путешествий. Из схемы можно определить 7 видов самых распространённых комбинаций использования видов транспорта при осуществлении путешествия.

От чего зависит выбор типа комбинированной мобильности? От региона проживания / а также места следования и транспортного обеспечения этих двух агломераций (доступность), цена/уровень дохода, качество и время пересадки.

Изучение источников с названием «комбинированная мобильность» говорит о едином билете на все виды транспорта, но разве билет является основой комбинированной мобильности? Нет, это может являться инструментом, который даёт пропуск к использованию различных видов транспорта.

Давайте объединим все понятия мобильности и определим основу того, что объединяет все понятия мобильности – время! Время перемещения между различными видами транспорта.

Согласимся с тем, что сесть в один вид транспорта и доехать на нём до конечного пункта комфортнее, чем перемещаться с членами семьи и багажом между несколькими видами. Но к некоторым, особенно привлекательным для наших туристов регионам, например, Южный федеральный округ, в данный момент необходимо совершить путешествие с использованием нескольких видов транспорта. И именно в таких случаях мы должны заботиться о времени, комфорте и качестве предоставляемых нашим туристам услуг. Транспортное обслуживание – первый сервис, с



которым встречается турист и именно на данном этапе необходимо предоставить максимальный уровень комфорта. И достигнуть этого достаточно реально, нужно лишь сгладить перемещение между видами транспорта и сделать это возможно, объединив часть управления всеми видами транспорта в одно целое, тогда и механизм перемещения пассажира будет рассматриваться как перемещение по одному, единому виду транспорта.

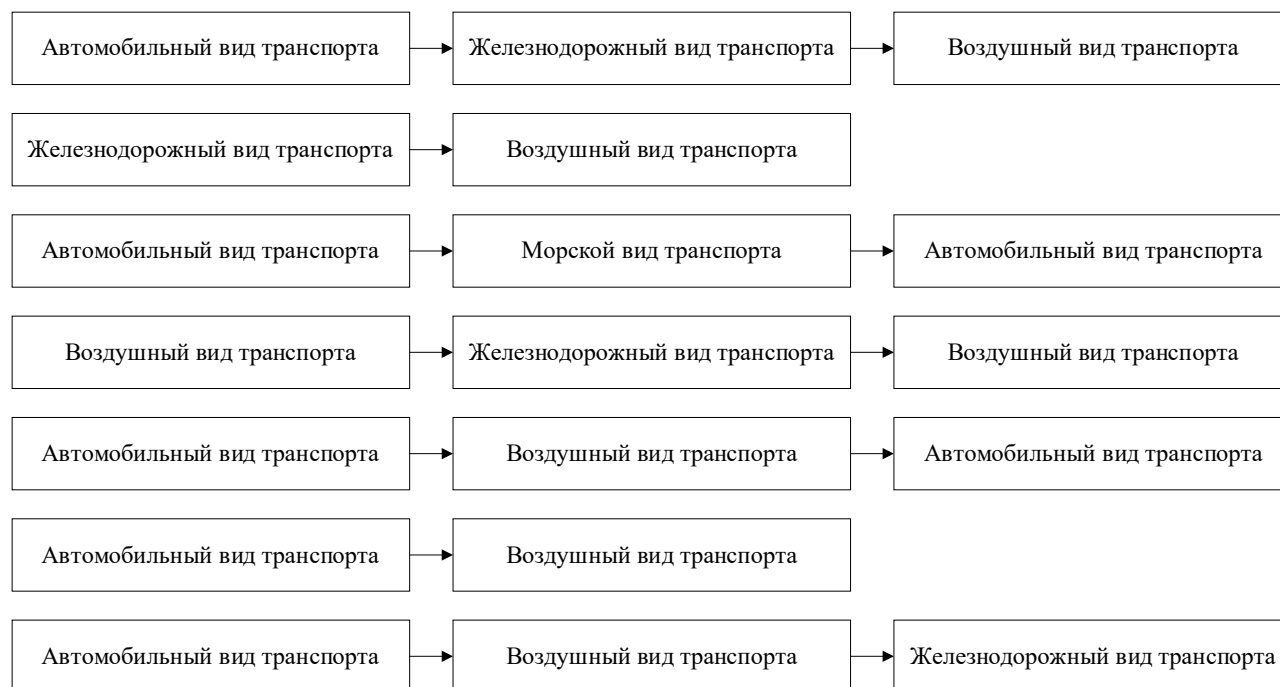


Рисунок 2 – Типы организации комбинированной транспортной мобильности туристов  
(составлено автором)

Основным направлением организации транспортной комбинированной мобильности туристов является управление всеми видами транспорта, создание единого органа, который будет отвечать за то, что пассажир сможет безбарьерно, (без длительного ожидания и поиска нужного поезда или автобуса) добраться «от двери до двери».

Направление деятельности данного управляющего органа, назовём его Центром координации и управления ресурсами транспорта (ЦКиУРТ) или ТОСС (Transport Operation Control Center) может являться:

- часовое и посменное планирование транспортных ресурсов с учётом пиков;
- почасовой анализ видов транспорта с целью выявления пиков;
- почасовой анализ пассажиропотока;
- выявление неэффективного планирования ресурсов;
- управление пиками: динамический расчёт пиковых нагрузок, сглаживание пиков;
- предотвращение сбойных ситуаций в режиме онлайн;
- создание матрицы расписания всех видов транспорта – часовой/суточный/месячный/годовой расчёт потребности транспорта, необходимой для бесперебойной работы транспортного обслуживания пассажиров по всем видам транспорта;
- анализ работы каждого вида транспорта.

Бесспорным является тот факт, что правильно построенная система обмена знаниями транспортного обеспечения туризма между видами транспорта – это эффективный инструмент реализации как стратегии управления транспортным обеспечением туризма, так и стратегии экономического развития отрасли организации в целом.

В современных условиях санкционного давления и внутренней цифровизации процесс обмена знаниями отличается многообразием направлений и форм. Изменяется и формат обмена знаниями. Развитие экономики совместного транспортного обеспечения мобильности туристов, внедрение современных информационно-коммуникационных технологий в управленческую деятельность транспортного обеспечения мобильности туристов организаций создают предпосылки для обмена знаниями между видами транспорта. Цифровое информационное пространство способствует

созданию уникальных практик обмена знаниями, выводя нематериальные отношения на новый уровень развития. Опыт построения платформ обмена знаниями показывает востребованность данного направления среди пользователей как на государственном уровне, так и на уровне отдельных сфер экономики.

**Вывод.** Уникальная и эффективно организованная транспортная комбинированная мобильность туристов – это гарантия повышения мобильности и сокращения времени ожидания транспорта. Единый орган управления рассчитывает время прибытия каждого вида транспорта и моделирует временной интервал до следующего этапа маршрута, указанного в билете пассажира. Безопасность на всех видах транспорта, готовность всех технических систем, постоянная информированность и комфорт пассажиров – это дополнительные факторы, которые обеспечивают высокий уровень транспортной мобильности.

#### **Список использованных источников:**

1. Транспортная стратегия Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ № 3363-р от 27 ноября 2021 г.). – Текст: электронный // URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112030006?index=1>.
2. Галабурда, В.Г. Роль транспортной подвижности населения в повышении качества жизни и развития общества / В.Г. Галабурда, Е.А. Иванова, Т.А. Флягина // Транспорт. – 2016. – № 5. – С. 101-104. – Текст : непосредственный.
3. Гуц, А.В. Модели организации комбинированных (смешанных) пассажирских перевозок / А.В. Гуц // Мир транспорта. – 2020. – №18 (6). – С. 208-219. – Текст : непосредственный.
4. Лapidус, Б.М. Гладкая бесшовная транспортная система - инновационная модель будущего: природа, сущность, детерминанты качества / Б.М. Лapidус, Л.В. Лapidус // Вестник Московского университета. – Серия б. Экономика. – 2017. – № 2. – С. 45-63. – Текст : непосредственный.
5. Методические рекомендации по разработке и реализации мероприятий по организации дорожного движения. Использование программных продуктов математического моделирования транспортных потоков при оценке эффективности проектных решений в сфере организации дорожного движения. – М., 2017. – 72 с. – Текст : непосредственный.
6. Урри, Дж. Мобильности / Дж Урри // Мониторинг общественного мнения. – 2012. – № 5. – С. 197-252. – Текст : непосредственный.
7. Якимов, М.Р. Транспортное планирование: терминологический словарь / М.Р. Якимов. – Москва: Агентство РАДАР, 2022. – 86 с. – Текст : непосредственный.
8. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – Текст: электронный // URL: <https://rus-big-economic-dict.slovaronline.com/>.

**Ключевые слова:** мобильность туристов, транспортная комбинированная мобильность туриста, организация комбинированной мобильности, туризм, транспорт.

**Keywords:** mobility of tourists, combined transport mobility of tourists, organization of combined mobility, tourism, transport.

УДК 379.851

**Морозова Н.И.**,

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Логвинюк А.Р.**,

обучающийся 1 курса бакалавриата  
направления подготовки «Технология транспортной логистики»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

**Экономические аспекты развития туристской отрасли.** В данной статье рассматривается важнейшая экономическая особенность деятельности, связанной с туристическим сектором, который способствует достижению трех первоочередных целей развивающихся стран: получение дохода, занятость и поступления иностранной валюты. В этом отношении туристический сектор может сыграть важную роль в качестве движущей силы экономического развития. Влияние, которое эта отрасль может оказать на разных этапах экономического развития, зависит от конкретных особенностей каждой страны. Учитывая сложность туристического потребления, его экономическое воздействие широко ощущается в других секторах производства, способствуя в каждом случае достижению целей ускоренного развития.

Основная трудность при определении границ туристического сектора состоит в том, чтобы определить, какие инвестиционные затраты следует отнести на развитие туризма. Хотя до сих пор международные агентства не рассматривали его как «сектор» с точки зрения национального учета, туризм предполагает совокупность товаров и услуг, которые предоставляются специально для посетителей.

**Economic aspects of the development of the tourism industry.** This article examines the most important economic feature of activities related to the tourism sector, which contributes to the achievement of three priority goals of developing countries: income generation, employment and foreign exchange earnings. In this regard, the tourism sector can play an important role as a driving force for economic development. The impact that this industry can have at different stages of economic development depends on the specific characteristics of each country. Given the complexity of tourism consumption, its economic impact is widely felt in other sectors of production, contributing in each case to the achievement of accelerated development goals.

The main difficulty in defining the boundaries of the tourism sector is to determine which investment costs should be attributed to the development of tourism. Although until now international agencies have not considered it as a «sector» from the point of view of national accounting, tourism involves a set of goods and services that are provided specifically for visitors.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема экономических аспектов в развитии туризма недостаточно освещена в литературе. Однако, эту тему в своих работах раскрывают такие авторы, как: З.М. Горбылева [1], Е.Г. Леонидова [2], М.Э. Немоляева [3].

В целом, анализ последних исследований и публикаций позволяет определить не только существующие проблемы, но также и уникальные возможности для развития туризма в России. Правильное сочетание традиционных видов туризма с инновационными направлениями может способствовать устойчивому развитию этой отрасли и созданию благоприятной среды для туристических предприятий и потребителей, а также повышению прибыли.

Анализ последних исследований и публикаций по теме исследования показывает, что туризм становится все более значимым сектором в мировой экономике. Он оказывает положительное влияние на экономический рост, занятость, инвестиции и региональное развитие. Исследования показывают, что развитие туризма также способствует росту сбережений и инвестиций внутри страны. Туристы, посещающие регионы с высоким потенциалом для развития туризма, часто

вкладывают деньги в недвижимость, туристические предприятия и другие местные проекты. Это способствует созданию новых рабочих мест и увеличению доходов местного населения.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одной из ключевых тем в исследованиях является взаимосвязь между туризмом и экономическим ростом. Некоторые исследования показывают, что туризм является существенным источником экономического роста для многих стран. Оно также показывает, что развитие туристической отрасли способствует созданию новых рабочих мест и увеличению доходов населения. Однако другие исследования указывают на негативные экономические последствия, такие как увеличение неравенства доходов и повышенная зависимость страны от туристического сектора.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в рассмотрении современного состояния, проблем и перспектив развития экономического роста туризма в России. Рассмотрены примеры успешной практики в решении данной проблемы, а также предложены рекомендации для государственных и частных игроков в сфере туризма.

**Изложение основного материала.** Туризм в России имеет огромный потенциал для развития и является важным сектором экономики. Страна обладает богатым культурным и природным наследием, что привлекает огромное количество туристов из разных стран мира. В последние годы также наблюдается рост интереса к экологическим аспектам развития туристической отрасли [1]. Многие исследования обращают внимание на необходимость устойчивого развития, чтобы минимизировать негативное влияние туризма на окружающую среду. Например, исследования Эндрю Хилиард в 2019 году показывают, что инвестирование в устойчивый туризм может принести пользу не только окружающей среде, но и экономике. Они показывают, что устойчивый туризм может увеличить привлекательность региона для туристов, повысить доходы и создать новые рабочие места. Еще одним важным аспектом, который широко изучается, является роль цифровых технологий в туристической отрасли. Исследования показывают, что цифровые инновации имеют большой потенциал для повышения эффективности и конкурентоспособности сектора. Например, исследование Барбары Нейбл и ее коллег в 2018 году показывает, что использование цифровых технологий может помочь улучшить качество обслуживания туристов, а также снизить затраты и увеличить прибыль для предприятий.

Несмотря на обширный объем исследований и публикаций, все еще существует ряд открытых вопросов, требующих дальнейшего исследования. Например, необходимо более глубокое понимание взаимосвязи между туризмом и экономическим развитием, особенно в отношении развивающихся стран. Также важно провести более детальное исследование влияния цифровых технологий и устойчивого развития на экономику туристического сектора. В целом, исследования и публикации по экономическим аспектам развития туристической отрасли направлены на выявление положительного и отрицательного влияния туризма на экономику, поиск путей устойчивого развития и оптимизации процессов с использованием цифровых технологий. Они играют важную роль в формировании стратегии развития туристической отрасли и принятии решений на уровне правительства и бизнеса.

Отрасль обладает высоким инвестиционным мультипликатором: один рубль вложений приносит в среднем четыре рубля суммарного дохода в других отраслях экономики. Такой же умножающий коэффициент и в занятости – одно рабочее место в туризме приводит к появлению четырех рабочих мест в отраслях, участвующих в производстве туристского продукта [2].

Десятая часть трудоспособного населения Земли, по данным Всемирного совета по туризму, работала в 2019 году в сфере туризма. На данную отрасль экономики приходилось 10,3% мирового ВВП. Для России эта доля в 2017-2018 годах составила 3,9%, на 0,9% превысив показатели США, Великобритании, Австралии [3].

Туризм – существенная составляющая инновационного развития Российской Федерации в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль национальной экономики. В туризме заложена одна из точек роста для многих российских регионов, в том числе:

- обеспечение возможности занятости как квалифицированной рабочей силы, так и неквалифицированной;
- увеличение доходов принимающего сообщества;
- увеличение валового национального продукта;
- развитие существующей инфраструктуры, которая стимулирует торговлю и промышленность;
- стимулирование экономического развития;

- усиление внимания Правительства к туристическим регионам;
- расширение образовательных и культурных горизонтов;
- улучшение качества жизни, связанное с более высоким уровнем дохода;
- сохранение культурного наследия и традиций;
- содействие защите окружающей среды.

**Выводы.** Экономическое развитие туризма в государстве и объем национальных доходов оказывают непосредственное влияние на благосостояние граждан, проживающих на его территории. Экономические исследования последних лет показали, что наибольшее число туристов прибывает из стран со стабильной и хорошо развитой экономикой. Существует также целый ряд экономических факторов, оказывающих непосредственное влияние на развитие туризма, а именно: 1) инфляция; 2) повышение процентных ставок по кредитам; 3) колебания курсов обмена валют. Отмечается, что изменение курса покупки и продажи иностранной валюты по отношению к местной, и наоборот, приводит к тому, что туристы начинают с осторожностью пользоваться услугами туристических фирм, либо вовсе отказываются от поездки. Потенциальные туристы предпочитают провести время на даче, до тех пор пока экономическая обстановка не изменится в лучшую сторону. Этого же эффекта следует ожидать при росте инфляционных процессов и росте процентов на оплату взятых кредитов.

#### **Список использованных источников:**

1. Горбылева, З.М. Экономика туризма: Учебное пособие / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2011. – 295 с. – Текст: непосредственный.
2. Леонидова, Е.Г. Проблемы развития внутреннего туризма в регионе и некоторые пути их решения / Е.Г. Леонидова // Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации 1 марта 2017 г.: Сборник трудов X Международной научно-практической конференции. – Белгород. – С. 303-306. – Текст: непосредственный.
3. Немоляева, М.Э. Подготовка экспертов по классификации гостиниц и иных средств размещения / М.Э. Немоляева // Туризм: право и экономика. – 2012. – № 4. – С. 7-9. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, экономический туризм, инновация, экономика, туризм в России.

**Keywords:** tourism, economic tourism, innovation, economy, tourism in Russia.

УДК 379.851

**Морозова Н.И.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Шкуренко А.Е.,**

обучающаяся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Техносферная безопасность»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

## **О НЕКОТОРЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

**О некоторых экономических аспектах развития туристической отрасли.** В статье рассматривается экономический вклад туризма в национальную экономику: создание рабочих мест, приток валюты и положительное влияние на различные секторы экономики, такие как транспорт, гостиницы, рестораны и местные предприятия.

В статье обсуждаются отдельные экономические проблемы и вызовы, с которыми сталкивается туристическая отрасль, такие как конкуренция с другими странами или регионами, изменение паттернов потребления туристов, воздействие экономических кризисов и факторов, связанных с изменением климата и экологическими проблемами. Рассматривается роль государства в развитии туристической отрасли, включая политику по привлечению инвестиций, развитию инфраструктуры, регулированию рынка и стимулированию инноваций. Могут также обсуждаться стратегии развития туризма, направленные на устойчивое развитие и минимизацию негативного влияния на окружающую среду и культурное наследие.

**About some economic aspects of the development of the tourism industry.** The article examines the economic contribution of tourism to the national economy: job creation, currency inflow and positive impact on various sectors of the economy, such as transport, hotels, restaurants and local businesses.

The article discusses individual economic problems and challenges faced by the tourism industry, such as competition with other countries or regions, changing patterns of tourist consumption, the impact of economic crises and factors related to climate change and environmental problems. The role of the state in the development of the tourism industry is considered, including the policy of attracting investment, infrastructure development, market regulation and stimulating innovation. Tourism development strategies aimed at sustainable development and minimizing the negative impact on the environment and cultural heritage can also be discussed.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исходя из анализа последних исследований и публикаций по исследуемой теме, можно выделить ряд ключевых тенденций в развитии туризма: рост туристического спроса, влияние цифровизации, возрастающая роль онлайн-бронирования, устойчивый туризм и роль государства.

Туристическая отрасль имеет значительный экономический потенциал и способствует устойчивому развитию. Важно проводить дальнейшие исследования для понимания экономических аспектов развития отрасли и принятия соответствующих мер для поддержки и стимулирования ее роста.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одна из основных проблем связана с сезонностью туристического спроса, недостаточным использованием информационных и коммуникационных технологий в туризме, отсутствием эффективной координации между различными секторами и заинтересованными сторонами в сфере туризма.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в анализе и обзоре существующих экономических последствий и возможностей, связанных с развитием туризма в различных регионах и странах. Рассмотрено влияние туризма на местное экономическое развитие, создание рабочих мест и повышение уровня жизни населения, привлечение инвестиций и развитие инфраструктуры.

**Изложение основного материала.** В последние годы туристская отрасль стала важной составляющей многих экономик, способствуя развитию местного бизнеса, созданию рабочих мест и привлечению иностранных инвестиций. Экономические аспекты развития туристской отрасли имеют значительное влияние на государственные бюджеты, валютные доходы и общее процветание страны.

Политика и стратегии развития туризма играют ключевую роль в привлечении туристов, создании рабочих мест и увеличении доходов. Одной из важнейших задач политики развития туризма является формирование благоприятного инвестиционного климата. Стратегия развития туризма должна включать в себя не только привлечение иностранных туристов, но и развитие внутреннего туризма.

Одним из акцентов в стратегии развития туризма должно быть сохранение природных и культурных ресурсов страны. Важно проводить экологически чистые туристические мероприятия, ограничивать массовый туризм в экологически уязвимых районах и ограничивать строительство туристических объектов в заповедных зонах.

Еще одним важным аспектом политики и стратегии развития туризма является поддержка и развитие малого и среднего бизнеса в туристической отрасли. Малые и средние предприятия могут предложить уникальные туристические продукты и внести значительный вклад в экономику страны.

Также стимулирование инноваций в туризме и внедрение современных информационных технологий в сфере гостеприимства имеет большое значение для эффективного развития туристической индустрии. Онлайн-бронирование, цифровые путеводители и дрон-туры становятся все более популярными и должны быть внедрены во всех сегментах туристического бизнеса.

Одним из основных экономических результатов от развития туризма является создание новых рабочих мест и сокращение безработицы. Туристическая отрасль требует множество различных профессиональных навыков от персонала отелей и ресторанов, транспортных компаний и предприятий сферы развлечений. При создании новых предприятий, поддержке туристской инфраструктуры и проведении рекламных кампаний происходит активное развитие отраслей связанных с туризмом: строительной, транспортной, общественного питания и даже сельского хозяйства.

Туризм также способствует развитию инфраструктуры. Чтобы привлечь больше туристов, на дестинации необходимы развитая дорожная сеть, транспортные услуги, доступность гостиниц и ресторанов, а также общественных мероприятий и достопримечательностей. Развитие инфраструктуры помогает не только поддерживать поток туристов, но и стимулирует развитие других отраслей экономики, например, строительной и транспортной.

Туризм также имеет значительное влияние на валютные доходы страны. Иностранцы туристы, потратившие деньги на различные товары и услуги, являются источником валюты для страны. Активное развитие туристской отрасли способствует притоку иностранных инвестиций, улучшению торгового баланса и увеличению доходов.

Однако, следует отметить, что развитие туризма может иметь и некоторые отрицательные экономические последствия. Например, экономика страны, основанная на туризме, может быть очень уязвима к изменениям и колебаниям спроса. Если поток туристов внезапно снижается, это может привести к экономическому спаду и увеличению безработицы. Также, иногда местные жители могут столкнуться с повышением цен на жилье и товары из-за дефицита и роста спроса.

**Выводы.** В целом, развитие туристской отрасли оказывает положительное влияние на экономику, создавая новые рабочие места, способствуя развитию инфраструктуры и привлечению иностранных инвестиций. Однако, необходимо учитывать баланс между экономическими выгодами и социальными последствиями, чтобы обеспечить устойчивое и гармоничное развитие туристской отрасли.

#### **Список использованных источников:**

1. Леонидова, Е.Г. Проблемы развития внутреннего туризма в регионе и некоторые пути их решения / Е.Г. Леонидова // Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации: Сборник трудов X Международной научно-практической конференции (Белгород, 1 марта 2017 г). – Белгород : Издательский дом «Белгород», 2017. – С. 303-306. – Текст : непосредственный.
2. Можаяева, Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 336 с. – Текст: непосредственный.
3. Севастьянов, Д.В. Страноведение и международный туризм: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. / Д.В. Севастьянов. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 327 с. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** экономика, туризм, инфраструктура, традиционный туризм, развитие туризма.

**Keywords:** economy, tourism, infrastructure, traditional tourism, tourism development.

УДК 338.48 : 334.72

**Овчаренко Л.А.,**

доктор экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,

**Овчаренко К.Т.,**

обучающаяся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки 43.03.02 «Туризм»  
(профиль «Туризм и гостиничная деятельность»),

**Туренко К.В.,**

обучающийся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки 43.03.02 «Туризм»  
(профиль «Туризм и гостиничная деятельность»),  
ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления

и государственной службы»,

г. Донецк, Россия

### **ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ГЧП В ТУРИЗМЕ И СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ ДНР)**

**Формирование модели ГЧП в туризме и сфере гостеприимства (на примере ДНР).** В данной статье рассмотрены вопросы формирования модели ГЧП в туризме и сфере гостеприимства в контексте активизации их развития в Донецкой Народной Республике. В частности, выявлены: основные составляющие модели взаимодействия государства и бизнеса для развития туризма и сферы гостеприимства в условиях региона с достаточным количеством природных ресурсов и ограниченной туристско-рекреационной инфраструктурой; детерминированы меры по привлечению местного населения в процессы инвестирования и развития туризма и сферы гостеприимства в контексте ГЧП.

**Formation of a PPP model in tourism and hospitality on the example of the DPR.** The article considers the issues of forming a PPP model in tourism and hospitality in the context of enhancing its development in the Donetsk People's Republic. In particular, it reveals: the main components of the model's interaction between the state and business for the development of tourism and hospitality in the conditions of the region with a sufficient amount of natural resources and limited tourism and recreational infrastructure; deterministic measures to attract the local population in the processes of investment and development of tourism and hospitality in the context of PPP.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами развития ГЧП и совершенствования его механизмов на примере туризма и индустрии гостеприимства занимались многие отечественные и зарубежные исследователи, среди них, например, М.В. Аликаева, Д.В. Амелькина, М.С. Гусева, О.Т. Ергунова, Ф.Р. Кетова, И.В. Митрофанова, С.Г. Пьянкова, И.А. Рябова, Т.В. Черкашина, Г.С. Ферару, А.А. Цветкова, О.В. Яковенко [1-6].

Вместе с тем, в Донецкой Народной Республике, в зоне проведения СВО, развитие ГЧП в туризме и сфере гостеприимства сопряжено с целым рядом особенностей, связанных, в первую очередь, с практически полным уничтожением туристско-рекреационной инфраструктуры в регионе, отсутствием условий, в том числе институциональных, для активизации ГЧП. Другими словами, внедрение механизмов ГЧП следует начинать «с нуля», что предполагает как минусы, так и плюсы с точки зрения заимствования передового мирового и отечественного опыта, преодоления региональных трудностей и учета социально-экономических, демографических, природных и других особенностей.

**Выделение нерешенной проблемы.** Территория Донецкой Народной Республики характеризуется достаточным природным рекреационным потенциалом. В советские времена сеть рекреационных учреждений была достаточно хорошо развита (в первую очередь это касалось побережья Азовского моря и долины р. Северский Донец). Однако за годы пребывания в составе Украины инвестиции в развитие отрасли не выделялись, соответственно, инфраструктура устаревала и перестала отвечать современным на тот период требованиям. А, начиная с 2014 года по текущий период, существующая туристско-рекреационная инфраструктура региона была законсервирована, уничтожена в результате военных действий либо использовалась, но зачастую не по назначению. В



текущих условиях до завершения СВО ни на какие масштабные инвестиции рассчитывать не приходится, однако по завершении военных действий вопрос о реанимировании отрасли станет актуален, принимая во внимание существующие высокие потребности населения в отдыхе и оздоровлении.

Развитие туризма и сферы гостеприимства в регионе с ограниченной туристско-рекреационной инфраструктурой и достаточным количеством природных ресурсов (а именно к таким регионам можно отнести ДНР) может быть успешным при использовании современных стратегий и моделей сотрудничества между государством и бизнесом (ГЧП), поиск таких инструментов является важнейшей научно-практической проблемой.

**Цель статьи.** Цель данной статьи – на основе обобщения и анализа передового российского и мирового опыта ГЧП обосновать значимые аспекты активизации сотрудничества государства и бизнеса в туризме и сфере гостеприимства на примере Донецкой Народной Республики.

**Изложение материалов основного исследования.** В РФ из 175 проектов, реализуемых на принципах ГЧП в туризме и сфере гостеприимства, свыше 60% реализуются на муниципальном уровне [7], что свидетельствует о формировании органами местного самоуправления активной политики в привлечении частных инвестиций. Проекты существенно различаются по туристским объектам и формам реализации ГЧП/МЧП, что свидетельствует о широком диапазоне бизнес-моделей. Наиболее распространенными объектами инвестирования на условиях ГЧП являются центры туризма (36%), гостиницы, кемпинги, базы отдыха (22%), объекты культурного наследия в целях развития усадебного туризма (18%), объекты туристско-рекреационного кластера (12%) [7].

По состоянию на середину 2023 г., по данным Национального центра ГЧП, в российской структуре проектов, реализуемых в рамках ГЧП, на сферу туризма приходится 2,95%. В последние годы имеет место рост количества проектов и расширение географии проектов. Если в первой половине 2017 года на сайте Национального центра ГЧП было представлено всего 26 проектов в сфере туризма общей стоимостью около 17,1 млрд. руб., то в середине 2023 г. количество таких проектов увеличилось до 206, их общая стоимость составляет порядка 176,2 млрд руб. [7]. Новые регионы Российской Федерации, в том числе ДНР, по объективным причинам не представлены в статистических отчетах РФ, включая сферу туризма и гостеприимства.

Модель взаимодействия государства и бизнеса для развития туризма и сферы гостеприимства в регионе, на примере ДНР, может включать следующие составляющие (Таблица 1).

Таблица 1 – Базовые составляющие модели ГЧП в туризме и сфере гостеприимства

№ п/п	Наименование	Характеристика
1	Формирование стратегии развития туризма	Государство должно разработать долгосрочную стратегию развития туризма в регионе, учитывающую потенциал природных ресурсов (морское побережье, ООПТ, внутренние водоемы) и определяющую ключевые направления развития.
2	Создание местных органов управления туризмом	Государство может содействовать созданию локальных туроператоров и органов власти, ответственных за развитие и продвижение туризма в регионе. Эти органы могут оценить потенциал региона и разработать стратегию развития туризма.
3	Партнерство с частными компаниями	Государство может активно взаимодействовать с частными компаниями в сфере гостеприимства и туризма, чтобы создать совместные предприятия и проекты. Это может включать в себя соглашения о развитии и управлении туристическими объектами.
4	Привлечение инвесторов	Государство должно создать благоприятные условия для инвестиций в туристическую инфраструктуру (налоговые льготы, гарантии безопасности инвестиций и другие меры стимулирования).
5	Создание туристской инфраструктуры	Инвесторы и бизнес должны разрабатывать и строить туристическую инфраструктуру, такую как отели, рестораны, транспортные маршруты и развлекательные объекты.
6	Обучение кадров	Государство может поддерживать образовательные программы для подготовки профессионалов в сфере гостеприимства, чтобы обеспечить высокий уровень обслуживания.

Продолжение Таблицы 1

7	Продвижение и маркетинг	Государство и бизнес должны вместе работать над продвижением региона как туристического направления (участие в международных выставках, создание туристических брендов, проведение маркетинговых кампаний).
8	Развитие устойчивого туризма	Важно учесть влияние туризма на окружающую среду и общество, необходимо соблюдать принципы устойчивого туризма, чтобы минимизировать отрицательное воздействие на природу и культуру.
9	Развитие транспортных связей	Улучшение транспортных связей с другими регионами и странами может способствовать увеличению потока туристов.
10	Мониторинг и оценка	Регулярный мониторинг и оценка результатов помогут корректировать стратегию развития туризма в соответствии с изменяющимися условиями.
11	Содействие и поддержка предпринимателей	Государство может предоставлять консультации и поддержку предпринимателям в сфере туризма, в том числе доступ к финансированию и сетям связей.
10	Привлечение туристических агентств	Сотрудничество с международными и национальными туристическими агентствами может помочь привлечь туристов и организовать туристические мероприятия.
12	Разработка туристических маршрутов и продуктов	Местные органы власти и бизнес могут работать совместно над разработкой туристических маршрутов и продуктов, которые выделяют уникальные природные ресурсы региона. Это может включать экотуризм, активный отдых, культурные, историко-патриотические маршруты и т.д.

В ДНР еще до воссоединения с РФ 30.12.2020 г. была принята и утверждена Приказом Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики № 01-09/259 Стратегия развития внутреннего и въездного туризма в Донецкой Народной Республике на 2021-2025 гг. Однако, в связи с проведением СВО и восстановлением территориальной целостности ДНР в рамках Донецкой области до 2014 г. Стратегия подлежит корректировке.

В контексте эффективного развития ГЧП ключевым фактором успеха может быть привлечение местного населения в процессы инвестирования и развития туризма в регионе. Чтобы обеспечить эффективное взаимодействие с местным населением, государству и местным органам власти целесообразно реализовывать следующие меры (Таблица 2).

Таблица 2 – Перечень мер по привлечению местного населения в процессы инвестирования и развития туризма и сферы гостеприимства в контексте ГЧП

№ п/п	Наименование	Характеристика
1	Образование и тренинги	Предоставление местным жителям обучения и тренингов по предпринимательству, гостеприимству и туризму может помочь им стать активными участниками в развитии туристической инфраструктуры. Это может включать в себя курсы, мастер-классы и семинары.
2	Финансовая поддержка	Создание фондов или программ, которые предоставляют местным предпринимателям финансовую поддержку или доступ к кредитам с низкой процентной ставкой, может сделать инвестиции в туризм более доступными для местного населения.
3	Партнерство с местными предприятиями	Государство и бизнес могут активно искать местных партнеров для совместных инвестиционных проектов. Это может быть сотрудничество с сельскохозяйственными предприятиями для поставки продуктов в рестораны, создание совместных экскурсионных маршрутов и т.д.
4	Информационная кампания	Проведение информационных кампаний для местного населения о возможностях, которые предоставляет развитие туризма, и о том, как они могут стать частью этого процесса.

Продолжение Таблицы 2

5	Содействие созданию кооперативов	Поощрение местных жителей создавать кооперативы и объединять усилия для развития туризма. Например, они могут совместно арендовать и обслуживать номера для туристов или организовывать сувенирные магазины.
6	Участие в разработке туристических продуктов	Местные жители могут быть вовлечены в процессы разработки туристических продуктов и услуг. Их знание местных традиций, культуры и природных достопримечательностей может придать продуктам уникальный характер.
7	Формирование туристского сообщества	Создание организации или сообщества, объединяющего местных предпринимателей и всех интересующихся развитием туризма, может помочь им обмениваться опытом, решать общие проблемы и продвигать интересы региона.

Привлечение местного населения в развитие туризма и сферы гостеприимства не только способствует улучшению экономического положения региона, но и помогает сохранить местную культуру и природную среду. Важно, чтобы усилия по привлечению местных жителей были частью всесторонней стратегии развития туризма и согласованы с интересами всех сторон.

**Выводы.** Таким образом, рассмотренные в статье вопросы, касающиеся значимых аспектов развития ГЧП в туризме и сфере гостеприимства Донецкой Народной Республики, представляют собой актуальное научно-практическое направление исследований. В частности, в статье выявлены основные составляющие универсальной модели взаимодействия государства и бизнеса для развития туризма и сферы гостеприимства в условиях региона с достаточным количеством природных ресурсов и ограниченной туристско-рекреационной инфраструктурой (к каковым относится ДНР); определены стимулы, мотивирующие бизнес-структуры и местное население к участию в ГЧП в сфере туризма и гостеприимства; детерминированы меры по привлечению местного населения в процессы инвестирования и развития туризма и сферы гостеприимства в контексте ГЧП; определены функции федеральных, местных республиканских органов власти и бизнес-структур в контексте ГЧП в туризме и сфере гостеприимства; обоснованы направления совершенствования законодательства РФ в области активизации развития ГЧП в туризме и сфере гостеприимства. В условиях ДНР применение прогрессивных подходов к развитию ГЧП активизирует его развитие и положительно отразится на темпах формирования туристско-рекреационной инфраструктуры региона.

**Список использованных источников:**

1. Аликаева, М.В. Роль института государственно-частного партнерства в развитии привлекательности сферы туризма и гостеприимства / М.В. Аликаева, Ф.Р. Кетова // *Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного социоэкономического развития* : сборник статей межд. науч.-практ. конференции, Сочи, 04–08 октября 2017 года / Научно-исследовательский институт истории, экономики и права. – Сочи: АНО «Научно-исследовательский институт истории, экономики и права», 2017. – С. 11-15. – Текст : непосредственный.
2. Государственно-частное партнерство как инструмент устойчивого развития индустрии гостеприимства и туризма: российский кейс / С.Г. Пьянкова, И.В. Митрофанова, О.Т. Ергунова, И.А. Рябова // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. – 2022. – Т. 12, № 3-1. – С. 434-447. – DOI 10.34670/AR.2022.35.53.050. – Текст : непосредственный.
3. Гусева, М.С. Взаимодействие государства и бизнеса в развитии внутреннего и въездного туризма / М.С. Гусева, Д.В. Амелькина // *Ars Administrandi (Искусство управления)*. – 2017. – Т. 9, № 2. – С. 217-236. – DOI 10.17072/2218-9173-2017-2-217-236. – Текст : непосредственный.
4. Цветкова, А.А. Развитие туристской отрасли России с помощью механизмов государственно-частного партнерства / А.А. Цветкова // *Коммуникология: электронный научный журнал*. – 2017. – Т. 2, № 2. – С. 44-52. – Текст : непосредственный.
5. Черкашина, Т.В. Формирование эффективного механизма государственно-частного партнёрства в сфере туризма / Т.В. Черкашина // *Сборник научных работ серии*

«Государственное управление». – 2022. – № 27. – С. 151-159. – DOI 10.5281/zenodo.7388926. – Текст : непосредственный.

6. Яковенко, О.В. Государственно-частное партнерство как одно из направлений развития туризма на федеральном и региональном уровнях / О.В. Яковенко, Г.С. Ферару // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2016. – № 1(45). – С. 59-65. – Текст : непосредственный.
7. Платформа поддержки инфраструктурных проектов «РОСИНФРА». – Текст: электронный // URL: <https://rosinfra.ru/project> (дата обращения 24.08.2023).

**Ключевые слова:** государственно-частное партнерство, модель, туризм, сфера гостеприимства, Донецкая Народная Республика.

**Keywords:** public-private partnership, model, tourism, hospitality, Donetsk People's Republic.

УДК 379.851

**Прохорова О.В.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
ЧОУ ПО «Ставропольский многопрофильный колледж»,  
г. Ставрополь, Россия

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ**

**Экономические факторы развития туризма в России.** В данной статье рассматриваются специфика воздействия и влияния экономических факторов на развитие туризма в России с целью создания привлекательного рынка туристских услуг и достижения высокого качества обслуживания туристов.

Развитие туристской области является дополнительным источником доходов регионального и федерального бюджетов, что позволяет говорить о значительной роли экономического развития туризма для страны в целом.

Суть такого развития можно проследить, изучив систему конкретных экономических факторов, отражающих количество и качество туристических услуг, экономические показатели производственно-обслуживающей деятельности объектов, занятых в туристической индустрии.

Роль влияния экономических факторов на развитие туризма неоспорима. Благодаря развитию туристической сферы высвобождаются необходимые финансовые средства, могущие быть направленными на хозяйственные, социальные и гуманитарные нужды.

**Economic factors of tourism development in Russia.** This article examines the specifics of the impact and influence of economic factors on the development of tourism in Russia in order to create an attractive market for tourist services and achieve high quality tourist services. The development of the tourism region is an additional source of income for the regional and federal budgets, which allows us to speak about the significant role of economic development of tourism for the country as a whole. The essence of such development can be traced by studying the system of specific economic factors reflecting the quantity and quality of tourist services, economic indicators of production and service activities of objects engaged in the tourism industry. The role of the influence of economic factors on the development of tourism is undeniable. Thanks to the development of the tourism sector, the necessary financial resources are released, which can be directed to economic, social and humanitarian needs.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема влияния экономических факторов на туризм в РФ на современном этапе развития недостаточно исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Ю.О.Иванова [1], Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко, В.З Шурбе, А.В Курнявкин, М.В Приставка [3], С.Ш. Саякова [5] и др.

Основным содержанием их работ являются современное состояние и перспективы развития туризма в России, а также изучаются основные экономические факторы, влияющие на этот процесс.

**Выделение нерешенной проблемы.** Экономическое развитие туризма, а также его благотворное влияние на экономику конкретного региона проявляется, прежде всего, в том, насколько полно средства, истраченные туристами на приобретение определенного рода услуг, оказываются вовлечены в промышленный, сельскохозяйственный и производственный сектора

экономики. Такое вовлечение возможно при условии, что деньги, истраченные туристами на покупку услуг и продуктов туристического производства, попадут именно в бюджет государства. Для обеспечения устойчивых показателей туристического потока необходимо создать подходящие экономические условия, позволяющие оказывать качественные туристические услуги большому количеству как иностранных, так и местных граждан.

**Цель статьи** заключается в исследовании экономических факторов развития туризма в Российской Федерации.

**Изложение основного материала.** Экономическое развитие государства и объем национальных доходов оказывают прямое влияние на благосостояние граждан, проживающих на его территории. Экономические исследования последних лет показали, что наибольшее число туристов прибывает из стран со стабильной и хорошо развитой экономикой. Непосредственное влияние на развитие туризма оказывает комплекс экономических факторов, включающий в себя: инфляцию, повышение процентных ставок по кредитам, колебания в курсе обмена валют. Б

В процессе исследования было выявлено, изменения курсов покупки и продажи иностранных валют по отношению к местным валютам, и наоборот, приводит к тому, что туристы начинают с осторожностью пользоваться услугами туристических фирм, либо и вовсе отказываются от поездки. Потенциальные туристы предпочитают провести время на даче, до тех пор пока экономическая обстановка не изменится в лучшую сторону. Этого же эффекта следует ожидать при росте инфляционных процессов и росте процентов на оплату взятых кредитов. Увеличение стоимости туристической путевки всего на 5-7%, как правило, приводит к падению спроса на нее не менее чем на 18-20%.

Крайне негативно туристический бизнес также реагирует на экономический спад, свойственный как для национальной, так и для мировой экономики. Например, итогом событий конца 1980-х годов, стало резкое сокращение внутреннего туристического потока на территории постсоветских государств, что крайне негативно отразилось на туристической отрасли в целом. Примером негативного воздействия экономического развития туризма на современном этапе выступает потеря местным населением, присущих ему культурных традиций и приобщение к ценностям, навязанным извне под влиянием выгоды.

Основными экономическими факторами, оказывающими влияние на развитие туризма в России, в настоящее время являются: национальные и политические интересы; уровень межнациональных связей; включенность в международный туристический бизнес; уровень государственного финансирования туристической области; наличие материальной базы для создания развитого туристического региона, способность создания привлекательного туристического продукта, финансовая возможность включения местного туристического бизнеса в международный бизнес, способность поддержания необходимого уровня безопасности, а также привлечение квалифицированных специалистов. Негативными факторами, оказывающими непосредственное влияние на развитие экономического туризма, являются стихийные бедствия, катаклизмы природного и техногенного происхождения.

Туризм является специфической отраслью народного хозяйства, которая ориентирована на использование природных ресурсов без существенного их преобразования. Итогом и результатом наличия туристической деятельности является перемещение потребителей к месту нахождения ресурсов, количество и качеству которых должно быть неизменным на протяжении многих лет. Все сказанное вполне справедливо и применимо к туристическим объектам, которые расположены на территории иностранных государств. Что же касается уровня развития экономического туризма в России, то тут обстановка немного другая. Туристический бизнес страны развит в полной мере, в результате чего спрос на оказание туристических услуг оказывается удовлетворенным за счет территории иностранных государств, что позволяет говорить о преобладании выездного туризма.

Россияне, желающие хорошо отдохнуть, поправить здоровье, провести запоминающийся медовый месяц, либо отпуск, вынуждены уезжать за рубеж, так как местный туристический бизнес не позволяет им рассчитывать на получение того спектра услуг, на который можно претендовать на территории иностранного государства.

В результате оттока туристов страдает не просто репутация государства, но, прежде всего, теряются значительные денежные ресурсы, идущие в бюджет иностранных государств.

Чтобы изменить сложившуюся ситуацию, необходимо превратить национальный туризм в инвестиционную привлекательную отрасль, что невозможно без создания системы учета,

планирования и использования существующих туристических объектов. До тех пор, пока указанное не будет выполнено, говорить о каком либо развитии российской туристической сферы в лучшую сторону, рано. Так, стоимость получения туристических услуг в России находится на том же уровне, что и на территории таких современных центров туризма, как Турция, Египет, Кипр и Греция, тогда как уровень оказания этих услуг, на порядок ниже. Ситуацию удалось несколько стабилизировать и изменить в лучшую сторону после присоединения к России территории Крыма и введения иностранными государствами, определенных санкций, препятствующих массовому выезду россиян за рубеж. И все же, говорить о значительном скачке, произошедшем в уровне экономического развития туризма в России, нельзя.

Для обеспечения устойчивых показателей туристического потока необходимо создать соответствующие экономические условия, которые позволят оказывать качественные туристические услуги большому количеству как иностранных, так и местных граждан.

Условия должны складываться из показателей, таких как: создание сети гостиниц, услугами которых могли бы воспользоваться туристы с разным уровнем финансовой обеспеченности. Создание большого количества доступных в ценовом и качественном плане, кафе, в которых туристы могли бы приятно провести время, оставить некоторое количество денег, но не обеднеть; создание обширных туристических зон, включающих развлекательные, культурные, исторические и социальные комплексы; разработка общей туристической концепции, в основе которой должна лежать определенная идея.

Ни один турист не приедет в страну, где негде спать, нечего есть, не поддерживается должный уровень безопасности, и нет средств, для достижения им необходимого уровня комфорта.

**Выводы.** Таким образом, исходя из выше изложенных данных, можно сделать вывод о том, что роль экономических факторов в развитии туризма России неоспорима. В результате развития туристической сферы высвобождаются необходимые финансовые средства, могущие быть направленными на хозяйственные, социальные и гуманитарные нужды государства и общества.

#### **Список использованных источников:**

1. Иванова, Ю.О. Разработка модели влияния индустрии туризма и гостеприимства на экономический рост/ Ю.О. Иванова // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 12. – С. 2979-2992. – Текст : непосредственный.
2. Крезова, О.И. Международный туризм как направление социальной и культурной деятельности / О.И. Крезова // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – № 11. – С. 18. – Текст : непосредственный.
3. Нюренбергер, Л.Б. Подходы к развитию регионального туризма в контексте турбулентности экономики впечатлений / Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко, В.З. Шурбе, А.В. Курнявкин, М.В. Приставка // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 12. – С. 2967-2978. – Текст : непосредственный.
4. Морозова, Т.В. Проблемы и перспективы развития этнокультурного туризма на территориях приграничья / Т.В. Морозова, Г.Б. Козырева Г.Б., Р.В. Белая, А.А. Морозов // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 11. – С. 2565-2574. – Текст : непосредственный.
5. Саякова, С.Ш. Религиозный туризм как составная часть современной индустрии туризма / С.Ш. Саякова // Вестник дипломатической академии министерства иностранных дел Кыргызской республики им. Казы Дикамбаева. – 2019. – № 11. – С. 33-40. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** экономические факторы, финансовые средства, туризм, развитие.

**Keywords:** economic factors, financial resources, tourism, development.

УДК 379.851

**Старцева Н.В.**,  
обучающаяся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Строительство и техносферная безопасность»,  
**Морозова Н.И.**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА: БАЛАНС ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ФАКТОРОВ**

**Экономические аспекты развития индустрии туризма: баланс положительных и отрицательных факторов.** Статья посвящена рассмотрению аспектов, связанных с развитием индустрии туризма и гостеприимства. Туристская отрасль является важным сектором экономики многих стран, способствующим росту ВВП, созданию рабочих мест и привлечению иностранных инвестиций. Развитие туризма имеет не только положительные, но и отрицательные экономические аспекты, которые следует учитывать при формировании стратегии развития данной отрасли.

**Economic aspects of tourism industry development: balance of positive and negative factors.** The article is devoted to the consideration of aspects related to the development of the tourism and hospitality industry. The tourism industry is an important sector of the economy of many countries, contributing to GDP growth, job creation and attracting foreign investment. The development of tourism has not only positive, but also negative economic aspects that should be taken into account when forming a strategy for the development of this industry.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В последние годы широко обсуждаются темы устойчивого туризма и его экономический потенциал. Исследования показывают, что устойчивый туризм может быть выгоден для всех заинтересованных сторон – туристов, местного населения и бизнеса. Одним из последних исследований в области экономических аспектов развития туристской отрасли является исследование, проведенное компанией PwC (PricewaterhouseCoopers) под названием «World in 2050: The Long View of Global Tourism Growth». В этом исследовании анализируется прогнозный рост международного туризма до 2050 года и его экономическое влияние на различные страны и регионы мира. Таким образом, анализ последних исследований и публикаций позволяет сделать вывод о значимости туризма для экономики, важности различных факторов, влияющих на развитие туристской отрасли, а также о необходимости развития устойчивого туризма.

**Выделение нерешенной проблемы.** Развитие туризма сталкивается с серьезными проблемами, а именно:

- 1) слабо развитая дорожная и туристическая инфраструктура;
- 2) низкий уровень качества персонала в индустрии туризма, проблемы с подготовкой персонала и его образованием;
- 3) некачественный менеджмент в индустрии туризма.

**Цель статьи** – оценка развития туристической отрасли.

**Изложение основного материала.** Туризм является одной из ключевых отраслей мировой экономики, которая имеет значительное влияние на экономическое развитие государств и регионов. Привлечение туристов и развитие туристской отрасли сопряжено с рядом экономических выгод и возможностей, которые оказывают положительное воздействие на местную и общенациональную экономику.

Во-первых, туризм является мощным источником доходов для различных секторов экономики. В отрасль туризма входит множество подотраслей, таких как гостиничный бизнес, ресторанное дело, транспортные компании, туристические агентства, музеи и достопримечательности. Развитие туристического потока стимулирует развитие всех этих секторов, способствуя созданию новых рабочих мест и повышению уровня доходов населения. Кроме того, в

связи с увеличением туристического потока растет спрос на товары и услуги, что стимулирует экономическую активность предприятий и способствует росту производственных и инвестиционных возможностей.

Во-вторых, туризм является сильным стимулом для развития инфраструктуры. Для привлечения и удержания туристов необходимо обеспечить комфортные условия проживания, транспортную доступность, качественные сервисы и разнообразие развлечений. Поэтому развитие туризма влечет за собой инвестиции в строительство и модернизацию инфраструктуры, включая строительство гостиниц, аэропортов, дорог, природных и исторических объектов. Это создает новые рабочие места в строительной индустрии и обновляет общественное наследие, обогащая культурное и природное наследие государства.

В-третьих, туризм способствует росту экспортного потенциала страны. Зарубежные туристы приносят с собой иностранную валюту и осуществляют оплату различных услуг и товаров в посещаемой стране. Это способствует увеличению экспорта и снижению дефицита торгового баланса. Кроме того, интеграция в мировые туристические сети и привлечение иностранных инвесторов позволяют создать новые туристические продукты и уникальные услуги, которые могут стать лидерами на рынке и повысить конкурентоспособность страны в мировом туристическом сообществе.

Однако необходимо учитывать, что туризм может иметь и отрицательные экономические последствия, такие как экологические проблемы, социальное и экономическое неравенство, перенаселение и другие негативные аспекты. Поэтому важно устанавливать эффективный механизм регулирования и управления туристическим потоком, чтобы усилить его позитивное воздействие на экономику и минимизировать негативные последствия.

Развитие туристской отрасли оказывает существенное влияние на экономическое развитие страны: привлечение туристов стимулирует создание рабочих мест, развитие инфраструктуры, рост экспортного потенциала и общую экономическую активность. Однако, важно соблюдать баланс между экономическими выгодами и социальной ответственностью, чтобы обеспечить устойчивое развитие туризма и максимально использовать его потенциал для процветания страны и ее населения.

Тем не менее, существует нерешенная проблема, которая омрачает развитие туризма. Речь идет об экологических последствиях, вызванных массовым туризмом. Увеличение числа туристов в локальных экологически чувствительных районах может привести к разрушению природных ресурсов, загрязнению воды и воздуха, а также к сокращению биоразнообразия. Это может иметь долгосрочные отрицательные последствия для окружающей среды, а также для местного населения, которое зависит от этих ресурсов для своего существования. Решение этой проблемы требует комплексного подхода и активного участия всех заинтересованных сторон – правительств, местных жителей, туристических операторов и туристов. Необходимо разрабатывать и внедрять стратегии устойчивого туризма, которые учитывали бы взаимодействие туризма с природной средой и сохранение культурных ценностей. Такие меры, как контроль над числом посетителей, внедрение экологически чистых технологий и образовательные программы, способствующие осознанному поведению туристов, могут помочь сохранить экологическую устойчивость при развитии туристической отрасли.

В целом, развитие туризма является важным фактором для экономического роста многих регионов. Однако, необходимо ставить перед собой цель развития устойчивого и экологически ответственного туризма, чтобы с минимальными негативными последствиями получить максимальные выгоды для страны и общества в целом.

**Выводы.** Установлена необходимость баланса между положительными и отрицательными факторами. Развитие туризма должно осуществляться с учетом интересов местного населения, устойчивости окружающей среды и социальной справедливости. Это подразумевает разнообразие туристического продукта, управление туристическим потоком, обучение персонала и инвестиции в развитие местного предпринимательства. Только в таком случае туристская отрасль сможет полностью реализовать свой экономический потенциал и создать благоприятные условия для всех заинтересованных сторон.



**Список использованных источников:**

1. Богданов, Е.И. Экономика отрасли туризма: учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 318 с. – Текст : непосредственный.
2. Бугорский, В.П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В.П. Бугорский. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 165 с. – Текст : непосредственный.
3. Горбылева, З.М. Экономика туризма: Учеб. пособие / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2017. – 299 с. – Текст : непосредственный.
4. Малыгина, Н.В. Экологический туризм: учебник / Н.В. Малыгина. – М. : Прометей, 2019. – 163 с. – Текст : непосредственный.
5. Morozova, N.I. Prospects for the development of Big data technologies in recommendation tourism systems / N. I. Morozova, I. B. Kushnir // Modern informatization problems in the technological and telecommunication systems analysis and synthesis (MIP-2023'AS) : Proceedings of the XXVIII-th International Open Science Conference, Yelm, WA, USA, 15 ноября 2022 года – 15 2023 года. – Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House LLC, 2023. – P. 162-169. – EDN KDUVNU. – Текст : непосредственный.
6. The Resource Constraints of the Tourism Industry Growth in Russia / I. B. Kushnir, E. B. Ivushkina, N. I. Morozova, A. N. Samodelov // Growth Poles of the Global Economy: Emergence, Changes and Future Perspectives / Plekhanov Russian University of Economics. – Luxembourg : Springer Nature, 2020. – P. 109-120. – DOI 10.1007/978-3-030-15160-7\_10. – EDN KFNRON. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, экономический туризм, развитие, экономические аспекты, факторы, устойчивость.

**Keywords:** tourism, economic tourism, development, economic aspects, factors, sustainability.

УДК 911.3:338.4

**Чеглазова М.Е.,**

кандидат географических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,

**Глухоедов Д.И.,**

обучающийся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»,  
г. Симферополь, Россия

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

**Маркетинговые инструменты управления качеством в сфере туристских услуг.** В данной статье рассматриваются маркетинговые инструменты управления качеством в сфере туристских услуг, которые включают в себя контроль действий и планирование для того, чтобы гарантировать высокое качество продуктов и услуг предприятий сферы туризма и гостеприимства.

Туристские организации должны отдавать приоритет и создавать среду, способствующую повышению качества услуг и достижению корпоративных целей. Использование инструментов управления качеством имеет множество преимуществ, включая уменьшение количества ошибок, улучшение коммуникации, обеспечение соответствия предприятий и многое другое.

**Marketing tools for quality management in the field of tourist services.** This article discusses marketing quality management tools in the field of tourism services, which include control of actions and planning in order to guarantee the high quality of products and services of tourism and hospitality enterprises.

Tourism organizations should give priority and create an environment conducive to improving the quality of services and achieving corporate goals. The use of quality management tools has many

advantages, including reducing the number of errors, improving communication, ensuring compliance of enterprises and much more.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Необходимо отметить, что среди отечественных ученых проблемами повышения качества услуг и обслуживания в нашей стране занимались: Орлов А.И., Саак А.Э., Пшеничных Ю.А., Кибанов А.Я., Мазур И.И., Шапиро В.Д. Данному вопросу также уделяли внимание такие авторы, как О.В. Аристов, Л.Е. Басовский, А. Ваймерскирх, С. Джордж, Т.А. Джум, А.И. Момот. Основным содержанием их работ являются определение понятийного аппарата и основ оценивания качества услуг в сфере туризма и гостеприимства.

**Цель статьи** – изучить маркетинговые инструменты управления качеством в сфере туристских услуг. Для понимания концепции качества обслуживания также важно помнить об основных характеристиках туристских услуг, а именно неразделимость, неоднородность и неосвязаемость. По сравнению с товарами услуги основаны на производительности, и их качество сложно измерить. Нелегко проверить, измерить и оценить качество обслуживания. Из-за ее неосвязаемости оценка качества услуги становится затруднительной. Также следует отметить, что туристские услуги неоднородны по своей природе, и производительность варьируется от производителя к потребителю. Таким образом, довольно сложно измерить качество услуги, но его можно успешно оценить в соответствии с удовлетворенностью клиента.

**Изложение основного материала.** Отличительной особенностью туризма является то, что он может создавать возможности без больших инвестиций и приносить значительную добавленную стоимость во многих направлениях. Его преимущества проявляются в макроэкономических, финансовых и валютных отношениях, в экономике многих отраслей бизнеса, связанных с туризмом, а также в создании новых рабочих мест даже в проблемных с точки зрения занятости регионах. Туризм является так называемой секторальной отраслью, поэтому он влияет на многие другие отрасли экономики, которые работают на него (транспорт, строительная индустрия, пищевая промышленность, производство мебели, фотографическая промышленность, переводческие услуги, полиграфия и так далее). Туризм возрождает культурные, исторические, технические или природные достопримечательности (например, замки, музеи, галереи, народные музеи под открытым небом и другие). С этой точки зрения туризм предоставляет значительные возможности для структурных изменений и развития экономики [1].

Туристический рынок отличается высокой конкуренцией, и для успешной работы на этом рынке необходимо применять принципы управления маркетингом.

Сегодняшний век – это век качества. Производители научились производить качественные товары или услуги, чтобы добиться успеха в конкуренции. Качество является таким фактором, который увеличивает затраты, если качество повышается, тогда как качество снижается, если себестоимость продукции снижается [6]. Поэтому необходимо соблюдать баланс себестоимости и качества продукции.

В туризме важность качества играет значительную роль во всех сферах жизни. Гость нуждается в продуктах в сфере туризма, где он может быть уверен в получении услуг высокого качества с оптимальным соотношением цены и качества.

Для этого необходимо тщательно изучить и понять интересы, желания потребителей, покупательную способность и позицию конкурентов.

Качество обслуживания в индустрии гостеприимства становится одним из наиболее важных факторов для получения устойчивого конкурентного преимущества и доверия клиентов на высококонкурентном рынке, и, следовательно, качество обслуживания может дать индустрии гостеприимства возможность создать конкурентную дифференциацию.

Совокупность свойств и полезностей любого товара или услуги называется качеством. Качество товаров или услуг удовлетворяет потребности потребителей. Надежное обслуживание, долговечность, удобство, качество изготовления, эстетика, состав и т.д. – это качества продукции [4]. Стратегическая приверженность, вовлеченность сотрудников, качество продукции, технологии, количество, методы и т.д. влияют на качество любого продукта. Качество всех товаров не становится одинаковым. Различные товары различного качества производятся в соответствии с потребностями, желаниями, интересами и покупательной способностью клиентов.

Качество в индустрии туризма и гостеприимства определяется как «последовательное предоставление продуктов и услуг для гостей в соответствии с ожидаемыми стандартами». Гости все

чаще готовы платить больше, когда посещают объекты гостеприимства, предлагающие услуги, которые соответствуют или превосходят их ожидания.

Концепция всеобщего управления качеством (TQM) – это цикл, состоящий из пяти основных действий: планирование качества, реализация качества, оценка качества, достижение качества и улучшение качества, который постоянно повторяется. Преимущества внедрения TQM для сферы услуг, туризма и гостиничного бизнеса велики как с экономической, так и с социальной точки зрения.

Внедрить концепцию всеобщего управления качеством (TQM) в маркетинге называется качественным маркетингом. Это играет важную роль в удовлетворении потребностей клиентов. Также следует принять решение о том, как реализовать принятые решения по повышению качества продукта или услуги. Качество товаров – это очень важная проблема, с которой сталкивается туристское предприятие, прилагая совокупность усилий для повышения качества продукции или услуг. TQM уделяет особое внимание удовлетворению потребностей клиентов. Круг качества, обучение, мнения клиентов, стратегическая роль, сравнительная оценка, статистические инструменты, использование технологий и т.д. повышают качество. Стратегическая приверженность, вовлеченность сотрудников, качественные материалы, новые технологии, улучшенные методы, групповые усилия и т.д. являются основными элементами качественного маркетинга. Без таких элементов качественный маркетинг становится невозможным [2].

Метод организационного управления, называемый всеобщим управлением качеством (TQM), фокусируется на предоставлении клиентам высококачественных товаров и услуг. Являясь одним из инструментов стратегии управления качеством, всеобщее управление качеством также вовлекает всех сотрудников в соблюдение высоких стандартов работы по всем направлениям. Применение TQM на практике может помочь туристским предприятиям получить конкурентное преимущество и повысить производительность труда.

Считается, что многие подходы к управлению качеством, в том числе «Шесть сигм» и «бережливое производство», уходят корнями в общее управление качеством. Некоторые идеи из TQM также могут быть связаны с ISO 9001, наиболее широко используемым стандартом системы управления качеством (QMS). Полное управление качеством имеет решающее значение. Потому что он предлагает гибкую основу для реализации успешных инициатив в области качества и производительности во всех функциях компании [3].

Диаграммы Парето, причинно-следственные диаграммы, гистограммы, контрольные диаграммы, диаграммы рассеивания, графики и контрольные листы – это семь инструментов контроля качества, необходимых для решения проблем качества. Все эти инструменты имеют решающее значение и часто используются в производственном секторе для отслеживания общих операций и постоянного улучшения процессов.

В своей простейшей форме TQM обеспечивает качество обслуживания, которое обеспечивает баланс между ожиданиями гостей и их восприятием полученной услуги. Следовательно, чем больше информации туристское предприятие может получить от гостя, тем меньше разрыв между ожиданием и восприятием предоставляемой услуги.

Глобализация рыночной экономики вынудила предприятия туристского сектора сосредоточиться на поддержании устойчивого конкурентного преимущества, которое напрямую связано с поддержанием качества. Комплексное управление качеством (TQM) считается эффективной моделью такого видения.

Итак, сумма характеристик и полезности товаров или услуг называется качеством. Реализация концепции всеобщего управления качеством в маркетинге называется маркетингом качества. Качественный маркетинг прилагает усилия для повышения качества товаров или услуг. Он также обозначает качество товаров или услуг, качество распределения и канала распределения, а также качество послепродажного обслуживания. Маркетинг качества использует различные инструменты для повышения качества продуктов или услуг.

Качество услуг в сфере туризма и гостеприимства можно разделить на следующие компоненты:

- функциональное качество – то, как качество обслуживания предоставляется клиенту;
- техническое качество – то, что доставляется клиенту;
- непрерывные улучшения;
- управление взаимоотношениями с клиентами;
- качество поставщика.

Маркетинг качества – это концепция, ориентированная на клиента. Приоритетом является удовлетворенность клиентов. Товары или услуги, которые хотят и желают клиенты, должны быть доступны в нужном месте, по разумной цене и в нужное время, чтобы удовлетворить клиентов [5]. Это основная философия качественного маркетинга. Основными инструментами качественного маркетинга являются следующие:

1. Круг качества – важный инструмент маркетинга. Он был разработан в Японии в 1960-х годах с целью предоставления рекомендаций руководству высшего уровня. Круг качества – это группа сотрудников, работающих в одной организации. Такая группа может состоять из 5-12 человек. Эта группа регулярно работает над повышением качества продукта. Поскольку в такую группу привлекаются специалисты разных тематик, это становится очень эффективным. Члены группы знают способ решения любой задачи, способы использования техники и порядок выполнения любой работы в группе с обязанностями. Круг качества – это группа сотрудников, которые собираются вместе, регулярно обсуждают вопросы, связанные с качеством, выясняют причины, рекомендуют решения и предпринимают шаги по реформированию. Рабочий процесс этой группы становится поэтапным.

2. Обучение. Ответственность за улучшение качества не должна возлагаться на какого-либо одного человека или отдельный отдел. Все лица, участвующие в организации, должны быть активными и вовлеченными в нее. Все сотрудники, от руководителей до работников нижнего звена, должны знать о качестве продукции, и все они должны стремиться к его достижению. Для этого необходимо проводить регулярное обучение сотрудников. Качество является обязательным условием успеха. Все сотрудники должны знать необходимые условия для обеспечения качества и получить знания о том, как его можно достичь. Что такое качество? Почему это необходимо? Как можно добиться качества? Кто несет ответственность за поддержание или повышение качества? Обо всем этом следует доводить до сведения сотрудников посредством обучения.

3. Идеи потребителей. Качество продуктов или услуг предназначено для потребителей. Таким образом, качество должно соответствовать ожиданиям потребителей, которые рациональны и знают все о товарах или услугах. Их помощь становится очень важной при разработке нового продукта, придании любым продуктам новых характеристик. Поэтому их идеи следует собирать, анализировать и учитывать при предоставлении туристских услуг. Необходимо собрать различные идеи многих потребителей и реализовать лучшую идею, чтобы поддерживать стандарт качества и качественно улучшать любой продукт по сравнению с продуктами конкурентов. В результате продукция становится товарной.

4. Другим важным инструментом качественного маркетинга является стратегическая роль. Маркетологи должны получить возможность играть стратегическую роль в производстве качественных товаров. Если такая роль отсутствует, функция качества в документах остается ограниченной. Качество должно быть в товаре, а не в рекламе. Маркетологи должны делать товары или услуги качественными, выполняя стратегическую задачу.

5. Статистические инструменты. Измерением качества товара или услуги является его уровень и регулярность. Качество имеет разные уровни. Их не следует искажать, а поддерживать регулярно. Если товары высокого качества были поставлены на рынок один раз, качество этого товара не должно снижаться в дальнейшем. Таким образом, статистические инструменты можно использовать для придания регулярности качеству. Если качество поддерживается регулярно, клиенты чувствуют себя удовлетворенными. В результате может быть достигнут организационный успех.

6. Бенчмаркинг – это процесс изучения того, как другие фирмы делают вещи исключительно высокого качества. Если какой-либо конкурент произвел товары высокого класса и обеспечил регулярность, процесс изучения его метода и подражания ему называется бенчмаркингом. Идеи бенчмаркинга просты и понятны. Из этого хорошего метода можно извлечь пользу и использовать другие

Качественный маркетинг – требование времени. Для качественного маркетинга необходимы стратегическая приверженность, вовлечение сотрудников, качественные материалы, новые технологии, улучшенные методы и групповые усилия.

1. Стратегическая приверженность является необходимым элементом качественного маркетинга. Руководство высшего звена должно быть стратегически привержено производству качественных товаров. Такое обязательство приводит к изменениям в культуре организации и делает

качество своей целью, а не идеалом. В результате наступает стабильность и регулярность качества товаров или услуг.

2. Другим важным элементом качественного маркетинга является вовлечение сотрудников. Все сотрудники должны продолжать прилагать усилия для производства качественной продукции. Учитывая этот факт, высшее руководство должно вовлечь всех сотрудников в кампанию или миссию по обеспечению качества продукции.

3. Качественные материалы. Качество не может быть достигнуто только за счет вовлечения сотрудников и стратегической приверженности. Для этого также необходимы качественные материалы. Если исходные материалы низкого качества, конечная продукция также становится низкого качества.

4. Новые технологии каждый раз совершенствуются. Качество товара, произведенного с использованием новых и высоких технологий, становится стабильным и надежным.

5. Улучшенный метод. Качество не может достигаться только стратегическими обязательствами, вовлеченностью сотрудников, качественными материалами и новыми технологиями. Для этого также необходим улучшенный метод. Благодаря усовершенствованному методу процесс производства становится гибким.

6. Групповые усилия. Развитие, а также заинтересованность всех сотрудников становятся необходимыми для повышения качества и поддержания регулярности качества. Должна быть сформирована группа, включающая людей, которые способны решать проблемы, использовать новые технологии, использовать статистические инструменты и работать в группе. Группе предоставлены особые права и обязанности по контролю качества. Эта группа работает над поддержанием качества, его продвижением и соблюдением регулярности. Таким образом, групповые усилия являются обязательными для качественного маркетинга.

**Выводы.** С каждым годом индустрия туризма и гостеприимства развивается. С каждым годом все больше и больше людей открывают для себя новую страну, регион, локацию. Сегодня можно сказать, что туризм – явление многообразное и обширное, оно охватывает практически все отрасли экономики во всем мире. В индустрии туризма и гостеприимства можно выделить следующие основные отрасли: размещение, питание, транспорт, развлечения и туристические услуги. Следует отметить, что в связи с глобализацией всех экономических процессов качественный сервис в туризме сейчас выходит на первое место. Предприятия сферы туризма стремятся завоевать рынок, придавая большое значение квалификации своих сотрудников и качественному сервису, ведь часто качественный сервис для клиентов становится самым важным при выборе туристского предприятия.

#### **Список использованных источников:**

1. Глухоедов, Д.И. Управление качеством обслуживания в индустрии туризма и гостеприимства / Д.И. Глухоедов // Крымский мир: культурное наследие. Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Симферополь, 2022. – С. 253-257. – Текст : непосредственный.
2. Овсянко, Д.В. Управление качеством : учебное пособие / Д.В. Овсянко ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2011. – 204 с. – Текст : непосредственный.
3. Ополченев, И.И. Управление качеством в сфере услуг : учебник / И.И. Ополченев. – М. : Советский спорт, 2008. – 248 с. – Текст : непосредственный.
4. Чеглазова, М.Е. Инструмент управления качеством в туристской индустрии – модель SERVQUAL / М.Е. Чеглазова, А.С. Белоконь // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VII Международной научно-практической конференции, пгт Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13-14 мая 2022 г. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2022. – С.117-121. – Текст : непосредственный.
5. Чеглазова, М.Е. Методы и способы внедрения маркетинговых инструментов в обеспечение качества сервиса / М.Е. Чеглазова, Д.И. Глухоедов // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. Сборник научных трудов VII Всероссийской конференции с международным участием. – Симферополь, 2022. – С. 217-222. – Текст : непосредственный.
6. Чеглазова, М.Е. Обзор подходов к обеспечению качества в туризме / М.Е. Чеглазова, Д.И. Глухоедов // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VII Международной научно-практической

конференции, Республика Крым, (г. Ялта, пгт Форос, 13-14 мая 2022 г.). – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2022. – С.25-28. – Текст : непосредственный.

7. Чеглазова, М.Е. Основные аспекты маркетинга в управления качеством услуг на туристских предприятиях / М.Е. Чеглазова, Д.И. Глухоедов // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: материалы VIII Международной научно-практической конференции: К 75-летию Крымского университета культуры, искусств и туризма, Республика Крым, (г. Ялта, пгт Форос, 12-13 мая 2023 г.). – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2023. – С.249-252. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, качество в туризме, удовлетворенность клиентов, лояльность клиентов, управление качеством, концепция всеобщего управления качеством (TQM), качественный маркетинг.

**Keywords:** tourism, quality in tourism, customer satisfaction, customer loyalty, quality management, concept of total quality management (TQM), quality marketing.

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

УДК 338.48

**Вашкевич Н.П.**,

аспирант,  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого»,  
г. Санкт-Петербург, Россия

### **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА**

**Цифровая трансформация туристической отрасли как инструмент развития инклюзивного туризма.** В работе показаны основные тенденции цифровой трансформации туристической отрасли. Описан феномен виртуального туризма. Показаны преимущества и недостатки виртуального туризма как инструмента развития инклюзивного туризма. Сформулированы рекомендации по использованию инструментов виртуального туризма для создания инклюзивных туристических продуктов.

**Digital transformation of the tourism industry as a tool of development of inclusive tourism.** The paper analyzes the main trend of digital transformation of the tourism industry. The phenomenon of virtual tourism is described. The advantages and disadvantages of virtual tourism as a tool of development of inclusive tourism are demonstrated. Recommendations for implementation of digital tourism tools for development of inclusive tourism products are formulated.

**Постановка проблемы.** Важными направлениями развития бизнеса во всех отраслях экономики являются цифровая трансформация [4] и ESG-трансформация [7]. Под цифровой трансформацией понимается внедрение инновационных бизнес-моделей, основанных на активном использовании передовых информационных технологий [4]. Сущность ESG-трансформации заключается в частичной переориентации бизнеса на достижение целей, связанных с социальными, экологическими и корпоративными ценностями (вместо характерной для более ранних этапов развития предпринимательской деятельности направленности исключительно на максимизацию своей частной выгоды) [7, 8]. Социальные цели представляют собой обеспечение равенства всех людей независимо от их индивидуальных особенностей (применительно к бизнесу можно говорить о равенстве доступа к товарам и услугам), экологические цели заключаются в минимизации ущерба окружающей среде при ведении хозяйственной деятельности, тогда как корпоративные цели состоят в прозрачности и добросовестности управления компанией. От того, насколько эффективно предприятие реализует эти два вида трансформаций, во многом зависит уровень его конкурентоспособности на современном рынке.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Хотя, как было сказано выше, эти два вида трансформации являются основными направлениями развития предпринимательской деятельности и по этой причине зачастую происходят одновременно, их взаимосвязь в существующей литературе изучена недостаточно полно. Как правило, исследователи в своих работах анализируют только один из этих видов трансформации бизнеса [4], не уделяя достаточного внимания их взаимному влиянию [3, 7].

**Выделение нерешенной проблемы.** В силу такого одностороннего подхода к изучению направлений трансформации бизнеса описания происходящей эволюции предпринимательской деятельности неполны и, что очень важно, отсутствует информация о том, как эти виды трансформации бизнеса могут поддерживать друг друга.

**Цель статьи.** В данной работе мы опишем, как цифровая трансформация туристической отрасли способствует развитию инклюзивного туризма (который, в свою очередь, является важной частью ESG-трансформации).

**Изложение основного материала исследования.** Специфика туристического продукта заключается в том, что его важным элементом традиционно является путешествие, т.е. физическое перемещение потребителя из места его постоянного проживания в другой регион (т.е. в

определенную дестинацию). Во многом именно наличие такой поездки формировало ценность туристического продукта для потребителя, поскольку она позволяла ему на некоторое время отказаться от привычного образа жизни, увидеть другие страны и регионы и заняться определенными видами активностей, осуществление которых в месте его постоянного проживания затруднительно или невозможно. В силу этого исторически цифровые технологии в индустрии туризма охватывали только взаимодействие с потребителем на стадиях выбора и приобретения продукта, тогда как непосредственное предоставление этого продукта осуществлялось в физическом формате [2]. Важным элементом «классического» варианта цифровой трансформации туристической отрасли стало активное использование цифровых платформ (таких, как AirBnB, BlaBlaCar, Aviasales и т.д.), которые значительно упростили для потребителей выбор оптимального варианта проживания и поездки, позволили существенно сократить затраты на приобретение туристических услуг и снизили зависимость от туристических агентств как от ключевых поставщиков туристического продукта.

Однако ситуация существенно изменилась вследствие пандемии COVID-19 и связанного с ней глобального локдауна. Ограничения на поездки и на пребывания в общественных местах привели к тому, что предприятия ряда отраслей, так же, как и туристический бизнес, ориентированных на предоставление своих услуг в физическом формате (поскольку наличие физической составляющей формировало значительную часть ценности их продукта; к числу таких отраслей относятся розничная торговля, общественное питание и т.д.), стали переходить к предоставлению своих услуг в дистанционном формате [3]. В частности, широкое распространение получило приобретение продуктов питания и готовой еды онлайн с их последующей доставкой потребителю.

Аналогичную трансформацию, хотя и в меньшем масштабе, пережила и туристическая индустрия, где стали активно внедряться виртуальные туристические продукты (виртуальные экскурсии, виртуальные поездки и т.д.) [1]. Суть таких виртуальных продуктов заключается в том, что потребитель не покидает место своего постоянного проживания, а осматривает интересующий его объект, расположенный в другом регионе, онлайн. Такое виртуальное посещение сопровождается услугой экскурсовода, как правило, предоставляемой в автоматизированном режиме (чаще всего при помощи заранее подготовленного аудиогuida, однако возможно и использование «живого» экскурсовода в формате вебинара или трансляции с объекта). Данный подход к цифровой трансформации туристической отрасли (в отличие от описанного выше «классического» подхода) мы можем назвать нетрадиционным, поскольку он предполагает переход к инновационной бизнес-модели организации деятельности туристических предприятий и к принципиально иному способу формирования ценности туристического продукта.

Несмотря на то, что изначально такой формат предоставления туристических услуг был не совсем понятен потребителям, он набирает популярность благодаря тому, что для клиентов становится привычным потреблять любые услуги в цифровом формате, а отсутствие необходимости в поездке удешевляет доступ к туристической услуге и упрощает ее потребление (поскольку экономится время на поездку). Можно предположить, что дальнейшее развитие цифровых технологий (и, в частности, технологий виртуальной реальности) будет способствовать еще большему росту популярности такого виртуального туризма, поскольку различие между физической и виртуальной реальностью будет непрерывно сокращаться.

Очевидно, что виртуальный туризм может стать важным инструментом развития инклюзивного туризма:

– значительную часть потенциальной целевой аудитории услуг инклюзивного туризма составляют маломобильные группы населения, организация поездки для которых затруднительна по техническим причинам [6]. Очевидно, что отсутствие потребности в поездке резко расширяет возможности потребления туристических услуг для этой категории клиентов;

– люди с особыми возможностями здоровья чаще всего имеют ограниченный доход, которые делает для них традиционные туристические продукты недоступными с экономической точки зрения. Отсутствие необходимости оплачивать поездку и проживание в другом регионе ведет к снижению стоимости туристической услуги и делает ее более доступной;

– лица, относящиеся к маломобильным группам населения, зачастую, за исключением своей низкой мобильности, ничем не отличаются от других групп потребителей информационного продукта (каким является виртуальный туризм) с точки зрения возможностей его восприятия. Благодаря этому, можно говорить о том, что виртуальный туризм, ориентированный на массовую аудиторию, обеспечивает подлинную инклюзивность предоставления туристических услуг для



маломобильных групп населения, поскольку он не делает различия между ними и остальными потребителями.

По этой причине, по нашему мнению, компаниям, занимающимся цифровым туризмом, следует позиционировать свою деятельность не только как передовой формат предоставления туристических услуг, отличающийся высоким уровнем комфорта, но и как создание возможности приобретения туристических продуктов для аудиторий, ранее не охваченных туристическими услугами, т.е. как инструмент развития инклюзивного туризма. Эта особенность виртуального туризма должна также учитываться при разработке стратегии развития туристической отрасли в Российской Федерации.

Подчеркнем, что виртуальный туризм не является универсальным инструментом поддержки инклюзивного туризма, так как:

- он не предоставляет людям с особыми потребностями возможности сменить свой привычный образ жизни и воспользоваться преимуществами пребывания в другом регионе (он только предоставляет информацию об этом регионе в комфортном и увлекательном формате). При этом для людей с особыми возможностями здоровья периодическая смена обстановки является важным фактором их психического и морального благополучия, как и возможность занятий теми видами деятельности, которые характерны для других регионов (например, отдых на море);

- виртуальный туризм не предполагает достаточных возможностей для социального взаимодействия (которое неизбежно возникает в туристической группе во время поездки), тогда как такое общение необходимо для людей с особыми потребностями;

- хотя для маломобильных групп населения виртуальный туризм, как было сказано выше, обеспечивает полноценную инклюзивность, для других категорий клиентов с особыми потребностями виртуальный туристический продукт требует столь же глубокой адаптации, как и физический туристический продукт. Речь идет о людях с нарушениями работы органов чувств (т.е. имеющих проблемы со слуховым и зрительным восприятием), людях с когнитивными проблемами и т.д. В существующей модели виртуального туризма их запросы практически не учитываются, что не позволяет говорить о подлинной инклюзивности виртуальных туристических услуг. По этой причине необходимо разработка виртуальных туристических продуктов, адаптированных под запросы этих лиц [5].

**Выводы и предложения.** Таким образом, мы можем констатировать следующее:

- цифровая трансформация туристической отрасли создает основу для ее ESG-трансформации, поскольку она формирует технологические условия для развития инклюзивного туризма;

- туристическим компаниям, предоставляющим услуги виртуального туризма, необходимо подчеркивать их роль как инструмента обеспечения равного доступа к туристическим продуктам для разных групп населения. Это позволит расширить целевую аудиторию таких компаний и позволит сформировать их привлекательный образ в глазах общества;

- для отдельных категорий клиентов с особыми потребностями (маломобильных групп населения) обычные (т.е. ориентированные на массовую аудиторию) услуги виртуального туризма обеспечивают подлинную инклюзивность, поскольку они позволяют этим клиентам получать туристические услуги наравне с другими потребителями, ничем не выделяясь среди них (иными словами, для этих категорий населения виртуальный туризм позволяет устранить дискриминацию);

- виртуальный туризм не может рассматриваться как единственный инструмент развития инклюзивного туризма, поскольку ему присущ ряд ограничений, снижающих его ценность как формата предоставления туристических услуг для людей с особыми потребностями. Виртуальный туризм как инструмент инклюзивного туризма должен выступать в качестве дополнения к традиционному физическому туризму (что требует включения соответствующих мероприятий в стратегии развития туризма в Российской Федерации);

- наряду с массовыми виртуальными туристическими продуктами необходимо создавать виртуальные туристические продукты, ориентированные на людей с особыми потребностями (когнитивные нарушения, проблемы со зрением и слухом и т.д.).

#### **Список использованных источников:**

1. Вечерская, Е.В. Виртуальные экскурсии как средство решения проблем туризма во время эпидемии COVID-19 / Е.В. Вечерская, Э.Р. Кутыева // Молодежный туризм в России:

- ресурсы, тенденции, перспективы : Сборник статей по материалам 5-й студенческой научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 24 апреля 2020 года. – СПб. : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2020. – С. 298-301. – EDN TCLCHK. – Текст : непосредственный.
2. Воронова, О.В. Современные тенденции развития рынка услуг Российской Федерации в условиях цифровой трансформации (на примере индустрии гостеприимства) / О.В. Воронова, В.А. Харева, Т.С. Хныкина // Международный научный журнал. – 2019. – № 1. – С. 19-25. – EDN MOLIYN. – Текст : непосредственный.
  3. Довганева, Ю.А. Переход малого бизнеса к цифровизации в условиях пандемии / Ю.А. Довганева, Е.А. Алексеева // Управление развитием экономически систем, Санкт-Петербург, 21-22 декабря 2021 года. – СПб. : Издательско-полиграфическая ассоциация высших учебных заведений, 2021. – С. 42-48. – EDN KJLRVI. – Текст : непосредственный.
  4. Котляров, И.Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции / И. Д. Котляров // Управленец. – 2020. – Т. 11, № 3. – С. 72-81. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-3-6. – EDN QCAMVP. – Текст : непосредственный.
  5. Мустафина, А.В. Оптимизация модели доступного цифрового контента в гостиницах на основе управления инклюзивным туризмом / А.В. Мустафина, О.Е. Пирогова // Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития : сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции, Курск, 20-21 октября 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 184-191. – EDN FOSLNA. – Текст : непосредственный.
  6. Пирогова, О.Е. Инклюзивный туризм: понятие и сущность / О.Е. Пирогова, А.В. Мустафина, А.Э. Гамидова // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6 (174). – С. 81-89. – DOI 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89. – EDN LDZOHF. – Текст : непосредственный.
  7. Шелейко, В.А. Основные подходы к формированию ESG политики в туризме / В.А. Шелейко, А.А. Курочкина // Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития : сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции, Курск, 20-21 октября 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 282-287. – EDN UQVBWS. – Текст : непосредственный.
  8. Экологизация розничной торговли: анализ стратегий / В.В. Бахарев, И.В. Капустина, Г.Ю. Митяшин, Ю.В. Катрашова // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. – 2020. – Т. 12. – № 5. – С. 79-96. – DOI 10.12731/2658-6649-2020-12-5-79-96. – EDN OJXCO. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** цифровая трансформация, виртуальный туризм, инклюзивный туризм.

**Key words:** digital transformation, virtual tourism, inclusive tourism.

УДК 339.138

Гизун Э.И.,

обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Социология»,  
ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет им. И. Канта»,  
г. Калининград, Россия

## **ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

**Цифровой маркетинг как фактор влияния на потребительское поведение в сфере туристических услуг.** В статье рассматривается влияние современных технологий цифрового маркетинга на потребительское поведение в сфере туризма.

Развитие цифровых технологий кардинально изменило потребительское поведение туристов. В настоящее время потенциальные путешественники имеют прямой доступ к гораздо большему объему информации и могут самостоятельно совершать онлайн-покупки. Применение цифрового маркетинга – обязательное условие для успешной деятельности любого туристского предприятия. В

работе описана роль влияния цифрового маркетинга на формирование потребительского поведения в сфере туризма.

**Digital marketing as a factor of influence on consumer behavior in the sphere of tourism services.** The article examines the impact of modern digital marketing technologies on consumer behavior in the field of tourism.

The development of digital technologies has radically changed the consumer behavior of tourists. Potential travelers now have direct access to much more information and can make their own online purchases. The use of digital marketing is a prerequisite for the success of any tourism enterprise. The paper describes the role of the influence of digital marketing on the formation of consumer behavior in the field of tourism.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением влияния цифрового маркетинга на поведение потребителей занимались такие российские научные исследователи, как Винюков А.А., Покровская Н.Н., Латушкина Т.А., Долженко И.Б., Айткеева Ш.И., Ямпольская Д.О., Мийзамов И., Медведева О.С., Кожина О.А. и другие.

**Выделение нерешенной проблемы.** За последние несколько лет цифровой маркетинг захватил Интернет, индустрию туризма в том числе. Туристские компании осознали важность цифрового маркетинга и его использования для достижения лучших результатов. Это помогает им повысить узнаваемость своего бренда и получить максимальную положительную обратную связь от потенциальных клиентов.

**Цель статьи** – изучение теоретических аспектов влияния цифрового маркетинга на потребительское поведение в туристской индустрии.

**Изложение основного материала.** Цифровой маркетинг произвел революцию в индустрии туризма. Последние достижения в области цифровых технологий, такие как виртуальная реальность (VR), дополненная реальность, а также блоги о еде и путешествиях, полностью изменили подход потребителей к путешествиям [2].

Цифровой маркетинг – это процесс планирования и внедрения концепций, идей, цен, рекламных акций и дистрибуции. Цифровой маркетинг также определяется как маркетинговая деятельность, которая использует различные цифровые инструменты, такие как социальные сети, поисковая оптимизация (SEO), оплата за клик (PPC), контент- и видеомаркетинг (CVM) и различные другие цифровые медиа [3].

Цифровой маркетинг приглашает пользователей Интернета читать, изучать и понимать предлагаемый им контент с целью стимулирования желания покупать туристские продукты или услуги. Использование цифрового маркетинга сегодня становится все более распространенным, поскольку оно имеет преимущества перед традиционными методами.

Благодаря цифровому маркетингу происходит быстрое распространение информации, охватывается широкая географическая область, нет ограничений по времени, он является дешевым и эффективным для пользователей и помогает маркетологам в создании имиджа бренда [2].

Рассмотрим векторы влияния цифрового маркетинга на потребительское поведение в туризме [1]:

1) Упрощение покупки турпродукта, т.к. благодаря цифровым технологиям потребитель имеет возможность сравнивать турпродукт в разных компаниях, выбирая наилучший вариант для себя.

2) Повышение онлайн-лояльности у потребителей. Лояльность в Интернете имеет некоторое сходство с лояльностью в традиционных продажах, но также имеет и очевидные отличия. Интернет снимает географические и временные ограничения, расширяет выбор продуктов и снижает затраты на переключение. Более того, формирование онлайн-лояльности включает в себя процессы, включающие внутренние и внешние переменные по отношению к потребителям, которые отличаются от формирования лояльности в традиционной коммерции. Эти переменные связаны с характеристиками веб-сайтов, коммерческими предложениями и сообщениями на сайтах, а также отношениями пользователей с сайтами.

3) Развитие Интернет-сайтов, социальных сетей, обилие информации в Интернете способствуют тому, что туристские компании более подробно и ярко описывают продаваемые турпродукты и услуги.

4) Персонализация веб-сайта оказывает прямое и положительное влияние на первое впечатление потребителя о сайте. Первое впечатление определяется как когнитивное суждение

потребителя или эмоциональное состояние, возникающее в результате посещения веб-сайта. Этот процесс неосознанный и быстрый (около 50 мс), и благодаря ему потребитель выборочно организует центральную и периферийную информацию, доступную на веб-сайте. Наконец, процесс зависит от целей и ожиданий потребителя, а также атрибутов сайта и включает в себя непосредственное, последовательное и стабильное его представление. Первое впечатление о сайте сначала формируется вокруг аспектов, связанных с эстетикой, а контент на втором месте.

5) Повышение требовательности клиентов. Сегодня недостаточно присутствовать в социальных сетях, занимать первое место в Google или иметь отличный веб-сайт. Покупательское поведение потребителя стало более разборчивым при взаимодействии с брендом в Интернете. Онлайн-обзоры показывают, насколько требовательны потребители при оценке продукта или услуги, полагаясь на мнения других клиентов и насколько существенно влияет то, что они читают в собственном поиске.

6) Увеличение влияния цифровой молвы (e-WOM). Потребители всегда интересовались мнением других покупателей, сейчас они активно ищут отзывы об интересующих их компании или товаре.

7) Рост вовлеченности клиентов – взаимодействие потребителей с представителями компаний в сети Интернет (сайт, соцсети, форумы), цифровой маркетинг расширил возможности компаний по укреплению репутации.

8) Расширение феномена импульсивных (спонтанных) покупок.

Цифровая эра изменила подход общественности к поиску информации для удовлетворения своих потребностей. Цифровые технологии позволяют учесть, какой продукт нужен потребителю. Все больше потребительское поведение зависит от цифровых технологий маркетинга и цифровой среды.

**Выводы и предложения.** Благодаря цифровому маркетингу удовлетворение потребностей потребителей становится легким и быстрым, тем самым стимулируя общественный интерес к потреблению туристских продуктов и услуг. Компании, уделяющие большое внимание применению технологий цифрового маркетинга, поведению и желаниям клиентов, имеют лучшие показатели по доходам и прибыли, чем те, которые этого не делают.

#### **Список использованных источников:**

1. Долженко, И.Б. Влияние цифрового маркетинга на поведение потребителей // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 10-1 (80). – С. 111-117. – Текст : непосредственный.
2. The Impact Of Digital Marketing On The Tourism Industry // Nvdigitalmarketing.com. – Текст : электронный // URL: <https://www.nvdigitalmarketing.com/blog/the-impact-of-digital-marketing-on-the-tourism-industry> (дата обращения: 06.09.2023).
3. Kamuri K J., Kurniawati M. The Influence of Digital Marketing Tools on Tourist Visiting Interest to Fatukopa Hill, TTS Regency // Advances in Economics, Business and Management Research. 2020. Volume 158. – Текст : электронный // URL: <file:///C:/Users/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0/Downloads/125948562.pdf> (дата обращения: 06.09.2023).

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, потребительское поведение, туристская индустрия, цифровизация, турпродукт.

**Key words:** digital marketing, consumer behavior, tourism industry, digitalization, tourism product.

УДК 338.481.31

**Карпенко Г.А.,**

кандидат технических наук,  
доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО  
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,

**Чаузова О.Н.,**

заместитель директора по научно-исследовательской работе,  
Государственное автономное учреждение Севастополя  
«Центр развития туризма»,  
г. Севастополь, Россия

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАУС «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА» ДЛЯ РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ В СЕВАСТОПОЛЬ**

**Использование потенциала информационных технологий в ГАУС «Центр развития туризма» для разработки рекомендаций по применению эффективных инструментов привлечения туристов в Севастополь.** В данной статье рассматриваются вопросы использования обработки данных по результатам анкетирования туристов города Севастополя с помощью Гугл форм и последующей разработки рекомендаций по применению эффективных инструментов продвижения турпотенциала Севастополя.

В сложившейся ситуации в Севастополь приезжают туристы с определенными запросами не только ради пляжного отдыха, но и те, для кого встреча с природой, историей, знакомство с новыми направлениями в туризме является значимой и привлекательной. Выявление характеристик группы возвратных туристов проводится в рамках социологических исследований и обработки их результатов с использованием информационных технологий. Результаты анализа полученных данных позволяют разработать рекомендации по проведению рекламно-информационной работы для увеличения количества возвратных туристов и привлечения новых.

**Using the potential of information technologies in the GAUSS «tourism Development Center» to develop recommendations on the use of effective tools to attract tourists to Sevastopol.** The present article deals with the problems of using processing of the data on monitoring the tourists in the city of Sevastopol with the help of the analysis of Google forms and with the subsequent development of recommendations for ad placement in the regions of Russia, taking into account the data obtained from the analysis of processed questionnaires.

In the current situation, tourists coming to Crimea and Sevastopol do not need only a beach holiday. They are mainly those who have become adherents of our region, for whom meetings with our nature, knowledge of history and insight into new directions in tourism are significant and attractive. Identification of the characteristics of a group of tourists who return was carried out by means of processing the collected material with the use of information technologies. The results of the obtained data analysis made it possible to develop recommendations for carrying out advertising and information work in various regions of the country in order to increase the number of tourists who want to come back again and attract new ones.

Key words: Monitoring of tourist flow, return tourist, processing of the monitoring results using Google forms.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Мониторинг туристического потока и обработка результатов социологических исследований недостаточно отработан и исследован. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как Яковлева А.В. [2], Кицис В.М, Жулина М.А [1], Швердина Ю.И. [3] и др.

**Выделение нерешенной проблемы.** Последние два туристических сезона в Севастополе оказались сложными по многим причинам. Туристический поток существенно снизился, одновременно с этим изменился турист, приезжающий в город. Государственное автономное учреждение Севастополя «Центр развития туризма» (ГАУС «ЦРТ») с 2021 года ежегодно проводит социологические исследования туристического потока. Целью исследования является не только определение количества туристов, приезжающих в город, но и, в первую очередь, анализ

характеристики этих туристов, описание так называемого «Портрета туриста города Севастополя». В результате мониторинга получены базы данных, которые требуют проведения большого объема работы по их обработке и анализу. Использование информационных технологий для обработки этих данных позволяет составить общую характеристику туристов, посещающих город и провести анализ результатов, с помощью которых можно выработать рекомендации по привлечению возвратных и новых туристов.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании и анализе данных мониторинга туристов города Севастополя в 2021-2023 годах и разработка рекомендаций по использованию полученных данных и Интернет-технологий для привлечения туристов и, как следствие, – увеличения турпотока в город Севастополь.

**Изложение основного материала.** ГАУС «ЦРТ» ежегодно проводит социологические исследования туристов города Севастополя путем анкетирования туристов, посетивших город в высокий сезон.

Основой проведения социологического исследования «Портрета туриста» является анкетирование туристов города Севастополя. Анкета содержит 20 вопросов, среди которых имеются открытые вопросы, но большинство предполагает выбор ответов из предложенных вариантов. Все вопросы анкеты условно разделены на три группы: общие данные о туристе, экономические возможности и предпочтения при проведении отдыха, и третья группа связана с оценкой выбора вариантов отдыха, знанием особенностей города и источниками получения информации о турпотенциале Севастополя.

Социологическое исследование в виде анкетирования туристов проводится силами ГАУС «ЦРТ» с привлечением студентов, проходящими практику на базе ГАУС «ЦРТ», а также школьников, трудоустроенных в ГАУС «ЦРТ» в летний период в рамках Проекта «Школьные губернаторские трудовые отряды». Всего было опрошено в 2021 году 799 туристов, в 2022 году 1660 туристов и в 2023 году 2991 турист. Для обработки и анализа проведенного анкетирования все ответы туристов были внесены в Гугл форму, с помощью которой проводилась дальнейшая обработка и анализ результатов.

Наибольшее внимание было уделено вопросам третьей группы анкет. Анализ ответов туристов на вопросы этой группы позволил понять, из каких источников они получают данные о городе, его достопримечательностях, истории и туристическом потенциале, что вызывает наибольший интерес.

Использование обработки ответов туристов с помощью информационных технологий позволило выяснить, что в 2023 году основным источником информации о Севастополе являются социальные сети – 43,3%, 18,5% узнают о городе на Интернет-порталах Севастополя и еще 16,7% получают информацию от друзей и знакомых по каналу «сарафанное радио». Анализ ответов туристов об источниках информации сопоставили с регионом проживания туристов. Это позволило сделать вывод, что жители столичных городов и центральной части России используют для получения сведений социальные сети, в то время как жители отдаленных регионов страны, в том числе Дальнего Востока и Сибири об отдыхе в Севастополе узнают от друзей, с сайтов отелей и туроператоров, а также с тематических выставок. Кроме того, в этих регионах отмечается, что доля получения информации о Севастополе через СМИ и ТВ выше, чем для центральных регионов.

Особый интерес представляет анализ ответов на вопрос «Хотели бы вы вернуться в Севастополь в ближайшие годы?». В 2023 году на него положительно ответили 94,8% опрошенных, причем 58,6% сообщили, что планируют вернуться в город в следующем году. Кроме того, 95,6% опрошенных порекомендуют своим знакомым посетить Севастополь.

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод, что, используя каналы, по которым туристы получают информацию о Севастополе с учетом региона проживания, можно добиться увеличения числа возвратных туристов.

Таким образом, для привлечения туристов из центральной части страны, в том числе из Москвы и Санкт-Петербурга, необходимо создавать актуальный информационный контент в социальных сетях. Для отдаленных регионов России целесообразно распространять информацию через туроператоров и специализированные выставки. Работу с туроператорами других регионов целесообразно проводить не только на туристических выставках, но и через установление прямых контактов между регионами и Севастополем, используя партнерские взаимоотношения с региональными туристско-информационными центрами и современные технологии коммуникации.

ГАУС «ЦРТ» активно проводит информационную работу по продвижению и популяризации туристического потенциала Севастополя, информируя потенциальных туристов в своих и партнерских группах в социальных сетях; ежегодно представляет Севастополь на крупнейших специализированных туристических выставках, в том числе «Интурмаркет», «МИТТ», «Отдых в России»; размещает публикации в специализированных туристических изданиях. Весной 2023 года впервые было организовано участие в онлайн-выставке «Знай наше», а также проведена серия телемостов с участием представителей туроператоров Севастополя и туристско-информационными центрами и представителями турсообществ из Челябинской, Мурманской, Новгородской, Воронежской и Ленинградской областей.

**Выводы.** Таким образом, использование информационных технологий при обработке результатов социологических исследований, проводимых ГАУС «ЦРТ», позволило выявить закономерности использования туристами разных регионов России ресурсов и каналов получения информации о турпотенциале Севастополя. ГАУС «ЦРТ» продолжит проводимую работу по продвижению и популяризации турпотенциала Севастополя, а также активизирует деятельность по выстраиванию партнерских взаимоотношений с турсообществом отдаленных регионов страны, используя современные технологии коммуникации и усилит информационную составляющую в социальных сетях для регионов центральной России, что в конечном итоге, повысит эффективность используемых инструментов привлечения туристов в Севастополь и будет способствовать увеличению туристского потока в регион.

**Список использованных источников:**

1. Кицис, В.М. Интенсивность туристских потоков в Россию / В.М. Кицис, М.А. Жулина, Г.В. Олейникова // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. – 2020. – № 4. – С. 1-8. – Текст : непосредственный.
2. Якимова, О.В. Применение мониторинга в туристской индустрии / О. В. Якимова // Экономика, управление, финансы : Материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). – Пермь : Зebra, 2015. – С. 208-210. – Текст : непосредственный.
3. Шевердина, Ю.И. Мониторинг современного российского туристического рынка / Ю.И. Шевердина // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 7. – Текст: электронный // URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/07/69539> (дата обращения: 28.10.2023).
4. Щитов, С.В. Выбор оптимальных путей оптимизации школьного образовательного туризма / С. В. Щитов, Ю. Р. Самарина, К. Б. Постовитенко, Е. С. Князева // ТурЭтно. – 2018. – № 4. – Текст : электронный // URL: [http://agroecoinfo.narod.ru/journal/STATYI/2018/4/st\\_407.doc](http://agroecoinfo.narod.ru/journal/STATYI/2018/4/st_407.doc) (дата обращения: 29.08.2023).

**Ключевые слова:** мониторинг туристического потока, возвратный турист, обработка результатов, социологическое исследование, Гугл форма.

**Key words:** monitoring of tourist flow, return tourist, results processing, sociological research, Google form.

УДК 379.851

**Мариупольский С.М.,**

обучающийся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Автоматизация технологических процессов и производств»,  
научный руководитель – **Абдрахманова З.Р.,**

доцент кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис»,  
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»,  
г. Уфа, Россия

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ГОЛОСОВОГО ПОМОЩНИКА «ЯНДЕКС. АЛИСА»  
В РАЗРАБОТКЕ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ВИКТОРИНЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ**

**Использование технологий голосового помощника «Яндекс.Алиса» в разработке профориентационной викторины для школьников.** В статье исследуются профориентационные аспекты и рассматриваются новые возможности и условия достижения лучших результатов профориентационной деятельности ВУЗа по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное



дело». Определены проблемы, связанные со сложностями в видении профессионального будущего школьников. Описаны принципы и алгоритмы использования игровых технологий в профориентационной работе со школьниками. Определены необходимые условия для разработки навыка голосового помощника «Яндекс. Алиса». Перечислены ресурсы и Интернет-платформы, используемые для разработки навыков. Описана процедура моделирования и разработки профориентационной викторины «КВИЗ ТУР» для проведения мероприятий со школьниками кафедрой туризма, гостиничного и ресторанного сервиса УГНТУ. Викторина направлена на популяризацию туристической индустрии и потенциала г. Уфы и Республики Башкортостан, формирование образа будущей профессии и мотивации к профессиональному развитию. Дополнительной целью будет расширение кругозора участников игр о регионе. Реализация проекта способствует повышению вовлеченности подростков в туристскую деятельность.

**Use of technologies of voice assistant «Yandex.Alice» in development of career-oriented quiz for schoolchildren.** The article studies career-oriented aspects and considers new opportunities and conditions of achieving the best results of vocational guidance activities of the University in the areas of «Tourism» and «Hotel business». The article identifies problems related to difficulties in the vision of professional future of schoolchildren. The principles and algorithms of using game technologies in career guidance work with schoolchildren are described. The necessary conditions for development of the skill of the voice assistant «Yandex. Alice» have been determined. Resources and Internet platforms used for skills development are listed. The procedure of modeling and development of career-oriented quiz «Quiz Tour» for carrying out activities with schoolchildren of the department of tourism, hotel and restaurant service USPTU is described. The quiz aims to popularize the tourism industry and the potential of Ufa and the Republic of Bashkortostan. It is aimed at forming the image of the future profession and motivation for professional development. An additional goal will be to broaden the participants' knowledge of the region. The project helps to increase the involvement of adolescents in tourism activities.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Туризм – самая динамично развивающаяся отрасль. Происходящие изменения предъявляют всё новые и новые требования к сотрудникам. И вновь стало актуальным развитие системы ранней профориентации школьников для работы в индустрии туризма и гостеприимства, популяризации туризма как будущей сферы профессиональной деятельности. В образовательной системе РФ определены компетенции будущих специалистов, формированию которых способствует игровое взаимодействие.

**Выделение нерешенной проблемы.** Проблеме профессиональной ориентации школьников посвящено множество исследовательских работ. В настоящее время система претерпевает изменения, так как стал еще более актуальным вопрос грамотного выбора профессии. На сегодняшний день уже успешно используются игровые технологии в школе для определения профессиональной ориентации учащихся. Дети не только используют в игре имеющиеся у них знания, но и овладевают рядом дополнительных навыков, а также имеют возможность расширить представления о мире профессий.

**Цель статьи.** Целью статьи является исследование профориентационных аспектов и разработка профориентационной викторины для школьников «КВИЗ ТУР».

Для достижения обозначенной цели требуется решение ряда взаимосвязанных задач:

1. Рассмотреть существенные характеристики игровых технологий в профориентационной работе со школьниками.
2. Определить принципы использования игровых технологий в профориентационной работе со школьниками.
3. Определить условия использования навыков голосового помощника «Яндекс. Алиса» в профориентационной работе со школьниками.
4. Создать навык голосового помощника «Яндекс. Алиса» профориентационная викторина для школьников «КВИЗ ТУР».

Новизна исследования состоит в том, что предпринята попытка создания профориентационной викторины для применения как в профориентационной кампании преподавателями и студентами кафедры туризма, гостиничного и ресторанного сервиса УГНТУ, так и на занятиях в учебных заведениях.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что они могут быть использованы с целью совершенствования процесса профориентации посредством использования игровых технологий.



**Изложение основного материала.** Комплексный подход в профориентационной деятельности принесет лучший результат, так как процесс будет ненавязчивым и интересным. Для включения в процесс знакомства с профессиями и направлениями подготовки учащимся нужна активная профориентационная деятельность. В образовательном процессе существуют различные методы, в том числе и активный. Свою эффективность уже доказала одна из активных форм, а именно профориентационная викторина. Игрофикация интересна не только школьникам и студентам, но и учителям и педагогам [2]. Мировая и отечественная педагогика имеет большой научный и практический опыт внедрения игрофикации в образовательный процесс. Игровые технологии успешно используются профессиональной ориентации молодого поколения [1].

Для разработки профориентационных игр необходимо придерживаться следующей последовательности:

1. Определить внешнюю и внутреннюю цели.
2. Разработать доигровой этап.
3. Смоделировать игровую ситуацию.
4. Определить условия игры и возможные дополнения.
5. Описать послеигровой этап.
6. Провести проверку и тестирование игры.

Для моделирования викторины воспользовались возможностями навыка голосового помощника «Алиса» от компании «Яндекс». «Алиса» – виртуальный голосовой помощник, созданный компанией «Яндекс». Имитирует живой диалог, распознавая естественную речь (устную и письменную) и выдавая ответы на вопросы, произнося их вслух и выводя на экран [3].

Целью данной работы является разработка нового навыка для «Алисы», который бы помогал кафедре туризма, гостиничного и ресторанного сервиса в профориентационной работе со школьниками. Это подразумевает изучение правил и особенностей разработки навыков «Алисы», создание алгоритма, позволяющего получить информацию из имеющейся веб-страницы, развертку веб-сервиса и написание исходного кода.

Для создания навыка используются возможности платформы Яндекс.Диалоги. Это платформа для разработчиков, которая позволяет добавлять сценарии общения с пользователями на сервисы Яндекса.

Навык – это специализированный режим функционирования «Алисы», который вызывается определенным активационным именем. В этом режиме «Алиса» транслирует реплики пользователя на сервер разработчика и отвечает переданным разработчиком текстом, ссылками или подсказками.

Разработка любого навыка подразумевает следующие этапы:

- развертка веб-сервиса, который бы поддерживал протокол взаимодействия с Яндекс.Диалогами и учитывал особенности реализации навыков;
- написание исходного кода;
- тестирование ответа навыка перед публикацией;
- повторное тестирование навыка после публикации с помощью «Алисы».

Изучение ограничений и правил, которые необходимо соблюдать при создании нового навыка для голосового помощника «Алиса», непосредственно оказывает большое влияние на качество разработки. Учет всех особенностей функционирования навыков «Алисы» помогает сделать навык наиболее жизнеспособным и пригодным для использования.

Данные материалы составляют базу знаний, необходимых для разработки навыка. Это сыграет большую роль при создании навыка «Алисы», который бы помогал преподавателям и студентам кафедры туризма, гостиничного и ресторанного сервиса УГНТУ проводить профориентационные мероприятия со школьниками.

Этапы разработки навыка для голосового помощника такие же, как и этапы разработки мобильного приложения:

1. Дизайн. В случае с голосовыми помощниками это проработка диалогов.
2. Разработка. Делится на две части: разработка системы понимания речи и логики работы навыка.
3. Тестирование.
4. Публикация.

Перед началом разработки навыка была определена концепция викторины. Профориентационная викторина «КВИЗ ТУР» предназначена для школьников, абитуриентов, обучающихся в колледжах и университетах (Рисунок 1).

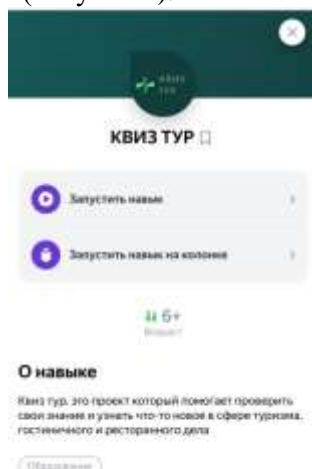


Рисунок 1 – Титульная страница навыка

Основные цели викторины:

- популяризация туристической индустрии и потенциала г. Уфы и Республики Башкортостан;
- вовлечение в образовательный процесс и мотивация школьников и студентов;
- формирование образа будущей профессии и мотивация к профессиональному развитию в индустрии туризма и гостеприимства;
- расширение кругозора участников игр о регионе.

Все вопросы разделены на следующие разделы:

- индустрия туризма;
- гостеприимство и деятельность гостиниц и средств размещения;
- достопримечательности г. Уфы и Республики Башкортостан;
- знаменитые жители г. Уфы и Республики Башкортостан.

Для навыка необходимы сценарий, контент и код. В сценарии должны быть указаны предложения, которые участник викторины может произносить, и варианты реагирования навыка. Для этого рисуем простую схему с помощью Интернет-платформы «Miro». «Miro» – это интерактивная бесконечная доска, которая поможет придумывать и фиксировать идеи, разрабатывать стратегии, и работать совместно с командой. Часть сценария, написанного с помощью Интернет-платформы «Miro» (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Часть сценария, написанного с помощью Интернет-платформы «Miro»

Очень важна приветственная фраза, так как она задает правильный тон и направление. Она должна быть привлекающей внимание и быть максимально близкой к естественному общению. А также содержать описание умений навыка. И если это игра, то описать её правила и

последовательность действий участника. Заканчивать фразу необходимо вопросом, побуждающим к действию. Например, так как на рисунке 3.

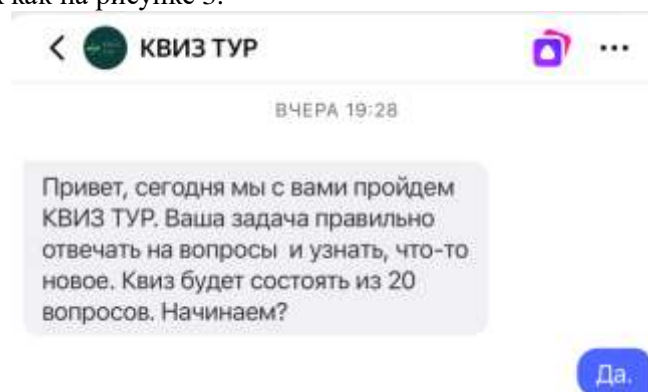


Рисунок 3 – Начальная страница «КВИЗ ТУР»

Следующим этапом необходимо сконструировать навык. В случае отсутствия навыков программирования, можно воспользоваться визуальными конструкторами, например, Aimylogic (Рисунок 4).

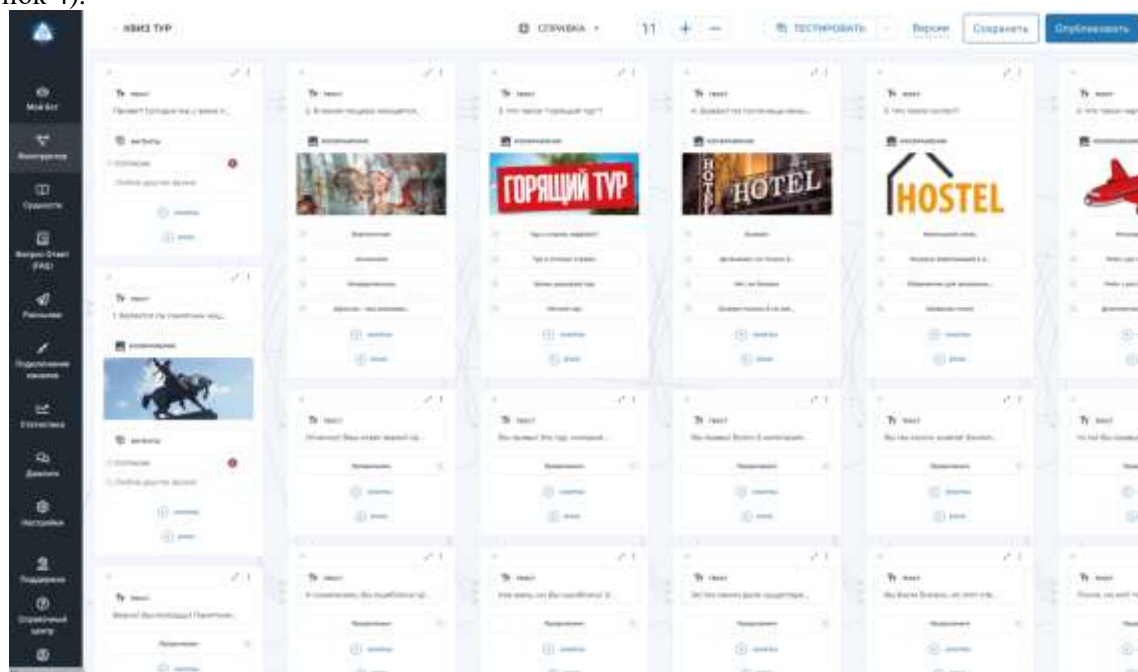


Рисунок 4 – Модель реализации навыка на платформе Aimylogic

Затем делаем доступным навык любому пользователю и размещаем в каталоге. Для публикации диалога нужна регистрация в консоли разработчика.

Важно проработать название навыка и активационное имя. В нашей викторине было использовано словосочетание «КВИЗ ТУР» в названии и фраза для запуска «Запусти навык «КВИЗ ТУР»». После проверки и одобрения навык можно публиковать и пользоваться.

**Выводы.** Профориентационная викторина «КВИЗ ТУР» направлена на развитие профориентационной деятельности для подготовки будущих кадров для индустрии туризма и гостеприимства и предназначена для школьников, абитуриентов, обучающихся в колледжах и университетах. Реализация проекта будет способствовать самоопределению учащихся в выборе будущей профессиональной деятельности, формированию образа будущей профессии и мотивация к профессиональному развитию в индустрии туризма и гостеприимства, увеличению информированности подростков о туристическом потенциале г. Уфы и Республики Башкортостан, повышению вовлеченности подростков в туристскую деятельность.

**Список использованных источников:**

1. Абдрахманова, З.Р. Онлайн игрофикация как способ вовлечения студентов в научно-исследовательскую деятельность / З.Р. Абдрахманова // Дистанционное образование: трансформация, преимущества, риски и опыт: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Уфа, 16-18 декабря 2020 года. – Уфа: Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, 2020. – С. 13-15. – Текст : непосредственный.
2. Сафаргалиева, Э.И. Опыт применения геймифицированных технологий в обучении персонала индустрии туризма и гостеприимства / Э.И. Сафаргалиева, З.Р. Абдрахманова // Молодежь – науке-XIV. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства и предпринимательства: Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Сочи, 18 мая 2023 года / Отв. редактор И.С. Сыркова. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2023. – С. 118-122. – Текст : непосредственный.
3. Хохлова, Д. Как «Яндекс» создавал «Алису» / Д. Хохлова. – Текст: электронный // URL: <https://vc.ru/future/26878-ya-alice> (дата обращения: 29.04.2023).

**Ключевые слова:** игрофикация, профориентационная деятельность, профориентационная викторина, навык голосового помощника.

**Keywords:** gamification, career-oriented activity, career-oriented quiz, voice assistant skill.

УДК 379.851

**Морозова Н.И.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Кравченко В.А.,**

обучающаяся 2 курса бакалавриата

направления подготовки «Техносферная безопасность»,

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

в г. Шахты Ростовской области,

г. Шахты, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

**Особенности применения современных информационных технологий в туристской отрасли.** В данной статье рассматриваются основные особенности применения современных информационных технологий в туристической отрасли и их преимущества. Современные информационные технологии проникают во все сферы нашей жизни, и туризм не является исключением. В России, как одной из крупнейших туристических стран, существует множество примеров успешного применения современных информационных технологий в туризме. С использованием новейших решений и приложений туристическая отрасль стала в значительной степени автоматизированной, удобной и доступной для миллионов людей по всему миру.

**Features of the use of modern information technologies in the tourism industry.** This article discusses the main features of the use of modern information technologies in the tourism industry and their advantages. Modern information technologies penetrate into all spheres of our life, and tourism is no exception. In Russia, as one of the largest tourist countries, there are many examples of successful application of modern information technologies in tourism. Using the latest solutions and applications the tourism industry has become largely automated, convenient and accessible to millions of people around the world.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема особенности применения современных информационных технологий в туристской отрасли в России освящена недостаточно. Данные вопросы раскрыты в работах таких авторов, как Р.Е Мансуров [1], Э.С. Першина [2,3] и другие.

В целом исследования и публикации подтверждают, что современные информационные технологии имеют значительный и положительный вклад в развитие туристической отрасли. Они облегчают путешествия, повышают эффективность бронирования и планирования, предоставляют новые возможности для взаимодействия с местным культурным наследием и способствуют развитию персонализированных предложений и повышению безопасности. Однако следует постоянно учитывать растущие угрозы безопасности и защищать персональные данные клиентов для поддержания доверия и успешного развития данной отрасли.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одна из основных проблем в развитии технологичного туризма в России заключается в недостаточном использовании аналитики данных и искусственного интеллекта в туристической отрасли. В России требуется больше инвестиций в разработку и использование аналитических инструментов и технологий, которые помогут прогнозировать потребности туристов, оптимизировать процессы и повысить эффективность работы в сфере туризма.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в рассмотрении современного состояния, проблем и перспектив развития применения информационных технологий в туристической отрасли России. Рассмотрены примеры успешной практики в решении данной проблемы, а также предложены рекомендации для государственных и частных игроков в сфере туризма.

**Изложение основного материала.** Одной из особенностей применения информационных технологий в туристской отрасли России является развитие электронной коммерции и онлайн-бронирования. Сегодня многие туристы предпочитают самостоятельно планировать свои поездки через Интернет, выбирая отели, билеты на транспорт и экскурсии на специализированных туристических сайтах. Например, в Москве существует такая платформа, как «Трипадвайзор», где можно найти отзывы туристов, рекомендации и предложения различных туроператоров. Это позволяет путешественникам оценивать качество услуг и выбирать наиболее подходящий вариант с учетом их предпочтений [2].

Еще одной особенностью применения современных информационных технологий в туризме России является развитие мобильных приложений для туристов. Такие приложения позволяют путешественникам планировать свои маршруты, выбирать интересные места для посещения, ориентироваться в незнакомом городе, а также быстро и удобно заказывать услуги. Например, такие приложения, как «Яндекс.Карты» или «2ГИС», предоставляют подробные карты и навигацию по российским городам, а также информацию о достопримечательностях, ресторанах и музеях.

Развитие современных информационных технологий также привело к появлению такого понятия, как «умный туризм» [2]. В рамках «умного туризма» используются современные технологии для повышения качества обслуживания и удобства для туристов. Например, в Санкт-Петербурге введена система «Гостиницы будущего», которая предлагает гостям использовать электронные ключи, мобильное приложение для управления комфортом в номере, а также сервис «умного дома», который позволяет контролировать освещение, отопление и другие системы в гостинице.

В сфере применения информационных технологий существуют и недостатки, одним из которых является недостаточное использование аналитики данных и искусственного интеллекта в туристической отрасли России. Эта проблема связана с недостаточным финансированием данной отрасли и нехваткой специалистов. Однако данная проблема может быть решена следующими способами:

- создание специализированных центров аналитики данных. Необходимо развивать отдельные центры, которые будут заниматься сбором, анализом и интерпретацией данных о туристической индустрии России. Эти центры должны быть снабжены современными технологиями и высококвалифицированными специалистами;

- совместные исследования и партнерство. Туристическая отрасль может проводить совместные исследования и устанавливать партнерские отношения с университетами, научными организациями и IT-компаниями. Такое партнерство поможет не только в области аналитики данных, но и в разработке инновационных технологий для туризма [3];

- создание цифровых платформ. Необходимо разрабатывать и внедрять цифровые платформы, которые позволят собирать и анализировать данные о туристической индустрии. Это могут быть онлайн-порталы, приложения для смартфонов или базы данных, которые будут использоваться для принятия решений на уровне индивидуальных компаний и на уровне отрасли в целом;

– развитие инфраструктуры и обмен данными. Для эффективного использования аналитики данных и искусственного интеллекта необходима развитая инфраструктура и обмен данными между различными игроками в отрасли. Это может включать в себя создание совместных платформ для обмена данными, установление стандартов и протоколов для обмена информацией и инвестирование в современные технологии.

**Выводы.** Внедрение и использование аналитики данных и искусственного интеллекта в туристической отрасли России может значительно улучшить ее эффективность, привлекательность для туристов и конкурентоспособность на мировом рынке. Таким образом, современные информационные технологии являются неотъемлемой частью туристической отрасли России. Их применение позволяет повысить качество обслуживания, удобство для туристов и повышает конкурентоспособность российского туристического продукта. Примеры успешного использования информационных технологий можно увидеть в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург и другие крупные российские туристические центры.

#### **Список использованных источников:**

1. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга. Практикум. / Р.Е. Мансуров. – М. : ИнфраИнженерия, 2017. – 182 с – Текст : непосредственный.
2. Першина, Э.С. Влияние информационных технологий на развитие транспортных систем в туристской индустрии / Э.С. Першина // Научный вестник МГИИТ. – 2020. – № 1 (63). – С. 95-104. – Текст : непосредственный.
3. Першина, Э.С. Применение цифровых технологий для продвижения туристского продукта на рынке / Э.С. Першина // Материалы VIII Всероссийской научно- практической конференции с международным участием г. Нижневартовск, 23-24 марта 2018 г. Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского гос. ун-та, 2018. – С.405-409. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** туризм, информационные технологии, искусственный интеллект, умный туризм, аналитика данных.

**Keywords:** tourism, information technology, artificial intelligence, smart tourism, data analytics.

УДК 338.467

**Морозова Н.И.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Гречка Е.А.,**

обучающаяся 4 курса бакалавриата

направления подготовки «Техносферная безопасность»,

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

в г. Шахты Ростовской области,

г. Шахты, Россия

## **РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

**Роль информационных технологий в туристической индустрии.** В данной работе рассмотрена роль информационных технологий в туризме с точки зрения обеспечения с их помощью эффективного и целесообразного разделения труда в компании. Информационные технологии представляют собой источник автоматизации и рационализации различных операторских задач, что, в свою очередь, является фундаментом слаженной и эффективной работы туристической компании.

Применение информационных технологий играет важную роль в оптимизации процессов трудовой деятельности, совершенствовании коммуникаций как с клиентами, так и с сотрудниками, обеспечении гибкости и качества принимаемых управленческих решений. Перечисленные аспекты играют важную роль в эффективном управлении и становятся ключевым фактором успешного конкурентного преимущества в индустрии туризма.

**The role of information technology in the tourism industry.** In this paper, the role of information technologies in tourism is considered from the point of view of ensuring with their help an effective and expedient division of labor in the company. Information technologies are a source of automation and rationalization of various operator tasks, which, in turn, is the foundation of a well-coordinated and efficient work of a travel company.

The use of information technology plays an important role in optimizing work processes, improving communications with both clients and employees, ensuring flexibility and quality of management decisions. These aspects play an important role in effective management and become a key factor of successful competitive advantage in the tourism industry.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Роль информационных технологий в туристической отрасли на современном этапе достаточно освещена. В работе автора Лукояновой Е.Ю [5], им отводится важная роль в увеличении потребительского спроса, а также в обеспечении информационного взаимодействия между людьми и системах распространения массовой информации.

Вопросы использования информационных технологий при продвижении туристского продукта рассматривались в работах многих исследователей, среди которых можем выделить Ф.А. Гурьянову [2], В.А. Добрякову [3], В.Ф. Иконникова [4].

**Выделение нерешенной проблемы.** Наряду с ростом рыночного спроса повышается нагрузка на сотрудников. Именно поэтому развитие информационных технологий в туризме также играет важную роль в функционировании эффективного тайм-менеджмента, в частности в вопросах экономии времени и упрощения операторских задач. Забота о потребителе помогает в формировании персонального спроса на собственный туристический продукт, а забота о сотрудниках, при правильном стратегическом перераспределении их рабочего времени, напрямую повышает производительность труда и доходность организации.

**Цель статьи.** Целью данной статьи является выявление роли информационных технологий в туристической индустрии как ключевого инструмента для эффективного управления рабочим временем.

**Изложение основного материала.** Качественная и своевременная информация имеет важное значение для ведения любого рода бизнеса, в том числе туристического. Туризм – информационно емкий вид деятельности [6]. Успешность и прибыльность туристической организации напрямую зависит от упорядоченных в процессе трудовой деятельности процедур по сбору, анализу и хранению информации. При правильной реализации информационных технологий значительно сокращается роль человеческого фактора как на этапе принятия решений, так и в процессе трудовой деятельности в целом. Благодаря этому работа в организации ведётся оперативно, что напрямую влияет на повышение качества принимаемых управленческих решений и снижает время на их утверждение. В сочетании с повышенной маневренностью и грамотным управлением туристической компании данные аспекты дают возможность формирования конкурентного преимущества на рынке услуг.

Необходимость поддерживать и развивать свои конкурентные преимущества за счёт внедрения новых информационных технологий обусловлена ежегодным ростом количества туристических фирм. По данным Росстата [1], в 2021 году наблюдается рост числа туристических агентств на 477, в сравнении с предшествующим годом (Рисунок 1).

В настоящее время немногие отрасли могут сравниться с индустрией туризма по значимости сбора, передачи и обработки информации для повседневного функционирования. В отличие от иных организаций в туризме услуга не может быть представлена в пункте продажи и рассматриваться также как и потребительские товары – её приобретение зачастую происходит удалённо. Исходя из этого, успешность данного продукта на рынке услуг зависит от способов и источников распространения информации.

На сферу туризма в значительной мере оказала влияние сеть Интернет. Интернет предоставил туристам удобный и быстрый доступ к информации о различных отелях, турфирмах, отзывах, услугах, ценах и многом другом. Это позволяет людям находить необходимую информацию в комфортной обстановке, принимая более осознанные решения о своих поездках.

Также для туристических компаний Интернет стал мощным инструментом маркетинга. Они могут размещать рекламу на различных онлайн-ресурсах, привлекая новых клиентов и повышая узнаваемость своих брендов. Наряду с этим Интернет облегчает процесс бронирования отелей, туров

и билетов. Туристы могут сами оформить путевку через персональный компьютер, агенты могут предоставлять туры онлайн, и авиаперевозчики могут управлять билетами через онлайн-системы.

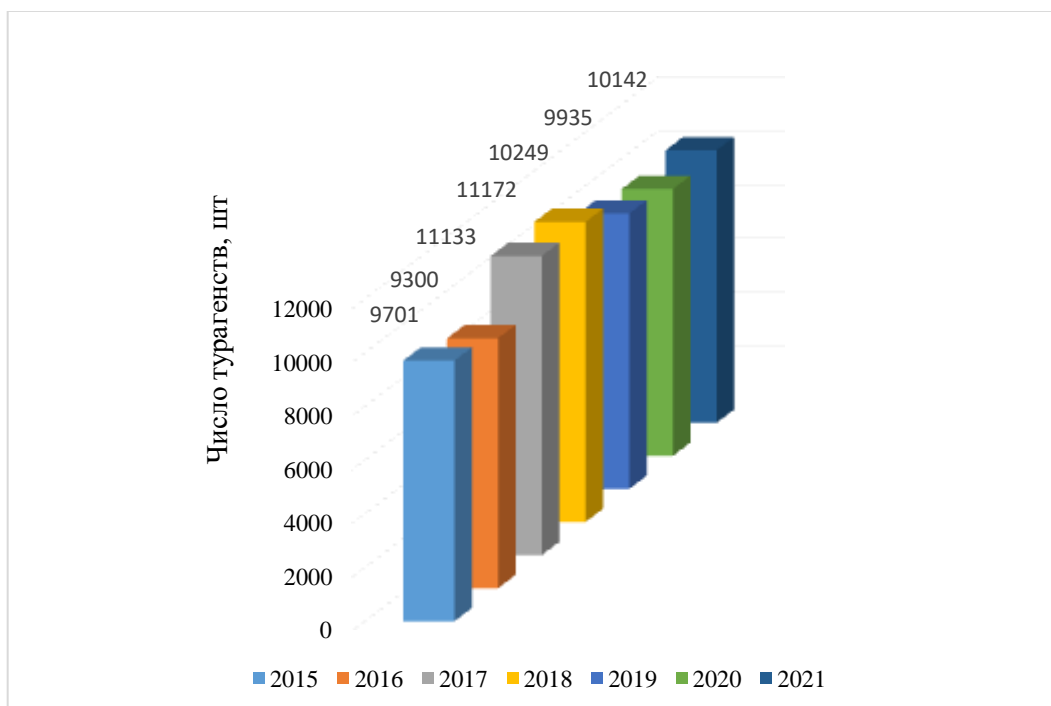


Рисунок 1 – Динамика изменения количества турагентств в России за 2015-2021 гг.

Как отмечалось ранее, одним из ключевых назначений как информационных технологий, так и в отдельности сети Интернет является создание условий для эффективной коммуникации между туристическими операторами, авиаперевозчиками и гостиницами, обеспечивая при этом оперативное обслуживание туристов.

Применяемые в современном туристском бизнесе информационные технологии, способствующие автоматизации и повышению эффективности внутриофисных бизнес-процессов, можно назвать технологиями back-office. Данные технологии играют важную роль в ускорении и улучшении процессов создания туристических продуктов. Они включают в себя использование современных систем бронирования, поддержание актуальных баз данных отелей, партнеров и клиентов, а также формирование необходимых документов для компаний в туристической индустрии. Примерами технологий back-office, являются: глобальные системы бронирования, такие как Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, системы бронирования туров или отдельных туристских услуг, например, Туры.ру, Форос, Алеан и подобные системы, программы автоматизации туроператорских и турагентских компаний Мастер-Тур, Само-Тур, программы автоматизации управления в гостиничных комплексах.

Весь комплекс информации, находящийся ранее в распоряжении одного или нескольких ведущих менеджеров компании теперь доступен гораздо большему числу сотрудников. В данном случае уход одного из топовых менеджеров туристических агентств больше не вызывает панику, так как настроенная система функционирует и не зависит от конкретных сотрудников. Поэтому каждый работник сосредотачивается на своей работе, не тратя время на постоянные запросы по разъяснению инструкций.

Полная информация о клиентах, партнерах и других деталях представляет собой ценный инструмент туристической компании. Этот подход позволяет руководителю фокусироваться на стратегических задачах, так как после того, как он разработал правила, сотрудники могут сами решать большинство повседневных вопросов, используя автоматизированную систему.

**Выводы.** Информационные технологии оказали влияние на различные аспекты человеческой жизни, включая сферу туризма. Благодаря автоматизации, современные туристические предприятия способны оперативно и круглосуточно выполнять задачи, сэкономив при этом значительное количество человеческих ресурсов, времени и денег. Эффективное использование компьютерных технологий становится ключевым фактором для успешного развития современных туристических



компаний, обеспечивая им стабильное будущее. Управление, квалифицированный персонал и автоматизация – это неотъемлемые элементы, которые помогают преодолеть конкурентов и обеспечить процветание современным туристическим предприятиям.

**Список использованных источников:**

1. Российский статистический ежегодник. Федеральная служба государственной статистики: Стат.сб./Росстат. – М., 2022 – 691 с. – Текст : непосредственный.
2. Гурьянова, Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов: Учебное пособие / Ф.А. Гурьянова, Л.А. Зуева, Л.А. Родигин. – Москва : Российская международная академия туризма. Советский спорт. – 2010. – 136 с. – Текст : электронный // URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24062699> (дата обращения: 21.09.2023).
3. Добрякова, В.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме : оргтехника : учебное пособие / В.А. Добрякова; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2012. – 255 с. – Текст : электронный // URL: <https://biblioclub.ru/index.php?> (дата обращения: 21.09.2023).
4. Иконников, В.Ф. Информационные технологии в индустрии туризма : Учебно-методическое пособие / В.Ф. Иконников, М.Н. Садовская. – Минск : РИПО, 2014. – 78 с. . – Текст : электронный // URL: <https://jasulib.org/kg/?p=4265> (дата обращения: 21.09.2023).
5. Лукоянова, Е.Ю. Информационные технологии в туризме их роль в туристической деятельности / Е.Ю. Лукоянова // Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития: сборник научных трудов. – Симферополь: ИП Хотеева Л.В. – 2021. – С. 240-245. – Текст : электронный // URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47450623> (дата обращения: 21.09.2023).
6. Цветкова, А.В. Информационные технологии в туризме: виртуальная реальность / А.В. Цветкова // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: Сборник статей научных докладов по итогам Всероссийской студенческой научной конференции, Москва, 31 марта 2022 года / Под редакцией О.Е. Афанасьева, Е.В. Юдиной. – Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2022. – С. 551-559. – Текст : электронный // URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49311462> (дата обращения: 10.09.2023).

**Ключевые слова:** роль информационных технологий, тайм-менеджмент, целесообразное разделение труда, информационно емкий, конкурентное преимущество, инструмент маркетинга.

**Keywords:** the role of information technology, time management, expedient division of labor, information-intensive, competitive advantage, marketing tool.

УДК 379.851

**Морозова Н.И.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,

**Шкуренко А.Е.,**

обучающаяся 2 курса бакалавриата  
направления подготовки «Техносферная безопасность»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

**Особенности применения современных информационных технологий в туристской отрасли.** В статье рассматриваются различные аспекты использования современных информационных технологий в сфере туризма. преимущества онлайн-систем бронирования и покупки билетов и туров, инновации в этой области, например, использование искусственного интеллекта для предоставления персонализированных предложений. Рассматривается важность

создания удобных и информативных мобильных приложений для туристов, которые помогают им планировать и организовывать свои поездки, получать актуальную информацию о местных достопримечательностях и услугах, а также делиться своими впечатлениями с другими пользователями. В статье также освещен вопрос важности социальных сетей и отзывов в туристической отрасли, а также направления использования компаниями этой информации для повышения своей репутации и привлечения новых клиентов. В статье также рассмотрены отдельные аспекты управления отзывами и методов борьбы с негативными комментариями в онлайн-среде.

**Features of the use of modern information technologies in the tourism industry.** The article discusses various aspects of the use of modern information technologies in the field of tourism. Advantages of online booking systems and the purchase of tickets and tours, innovations in this area, for example, the use of artificial intelligence to provide personalized offers. The importance of creating convenient and informative mobile applications for tourists that help them plan and organize their trips, get up-to-date information about local attractions and services, as well as share their impressions with other users is considered. The article also highlights the importance of social networks and reviews in the tourism industry, as well as the ways companies use this information to improve their reputation and attract new customers. The article also discusses some aspects of feedback management and methods of dealing with negative comments in the online environment.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Последние исследования и публикации активно исследуют применение современных информационных технологий в туристской отрасли.

В исследовании, опубликованном в журнале «Tourism Management Perspectives», его авторы указывают, что информационные технологии имеют значительный потенциал для улучшения клиентского опыта и эффективности в туристической отрасли. В частности, авторы исследования обратили внимание на использование мобильных приложений, сайтов сравнения цен и систем онлайн-бронирования, которые значительно облегчают процесс поиска и бронирования туров и отелей. Они также отметили, что использование таких технологий может помочь туристическим компаниям сократить затраты на маркетинг и увеличить видимость своих предложений.

В другом исследовании, опубликованном в журнале «Journal of Travel Research», авторы рассмотрели влияние использования современных информационных технологий на потребительское поведение и предпочтения туристов. Они обнаружили, что туристы все больше полагаются на онлайн-источники информации при планировании путешествий и выборе туров. Онлайн-рейтинги, обзоры и социальные медиа сильно повлияли на решение о поездке и выбор места проживания. Кроме того, авторы исследования указали на значительное влияние использования социальных медиа на принятие решения туристами о посещении определенных достопримечательностей и мест общественного питания.

В одном из недавних обзоров, опубликованных в журнале «Current Issues in Tourism», авторы проанализировали различные инновации и тенденции в области информационных технологий в туристской отрасли. Они также отметили важность адаптации туристических компаний к использованию новых технологий с учетом особенностей рынка и потребностей клиентов. Анализируя различные инновации, такие как виртуальная реальность, искусственный интеллект и «Интернет вещей» (IoT), исследователи пришли к выводу, что эти технологии могут существенно улучшить клиентский опыт и создать новые возможности для развития и продвижения туризма.

В целом последние исследования и публикации подтверждают значимость применения современных информационных технологий в туристской отрасли. Они показывают, что такие технологии могут не только улучшить клиентский опыт, но и повысить эффективность и конкурентоспособность туристических компаний.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в исследовании продвижения и развития информационных технологий, которые значительно упрощают нашу жизнь. Сфера туризма идеально подходит для внедрения современных информационных технологий. Для этого требуются специальные системы, которые бы могли быстро предоставлять информацию о доступности транспортных средств и наличии свободных номеров, облегчать процесс резервирования, внесения изменений и освобождения средств, а также автоматизировать вспомогательные задачи при предоставлении туристических услуг. Такие системы также могут помочь в создании документов, включая билеты, счета и путеводители, и обеспечить необходимую расчетную и справочную информацию. Необходимые функции компьютерных систем могут быть легкодоступны для

турагентств, которые могут использовать их на отдельных компьютерах или взаимодействовать с партнерами с помощью сетевых и телекоммуникационных средств обработки информации.

**Выделение нерешенной проблемы.** Одна из основных проблем связана с недостаточно высоким развитием информационного общества: низкая компьютерная грамотность большинства населения, невысокая доля пользователей сети Интернет, недостаточная оснащенность информационными и коммуникационными технологиями в туризме и т.д.

**Изложение основного материала.** Современные информационные технологии играют ключевую роль в развитии и повышении эффективности туристической отрасли. Они основаны на использовании компьютеров, программного обеспечения и сетей, что значительно упрощает процесс планирования, бронирования и поездки самостоятельных путешественников.

Одним из основных преимуществ современных информационных технологий в туристской отрасли является возможность быстрого и удобного доступа к информации для туристов. Это позволяет им получить подробный анализ множества разных вариантов путешествий, включая различные варианты размещения, транспорта, экскурсий и др.

Одна из ключевых областей применения информационных технологий в туристической отрасли – онлайн-бронирование. Туристы могут легко и быстро забронировать отель, билеты на транспорт и другие услуги, прямо из дома или с помощью мобильного устройства. Это позволяет сэкономить время и избежать необходимости обращаться к посредникам.

Также информационные технологии помогают усовершенствовать системы управления гостиничным бизнесом. Они позволяют автоматизировать процессы бронирования, учета и контроля, снижая ошибки и увеличивая эффективность работы.

Современные информационные технологии, такие как онлайн-бронирование и системы управления бронированиями (PMS), позволяют гостям легко выбрать и забронировать номер, а также просмотреть доступные услуги и цены. Такие системы упрощают процесс бронирования и позволяют гостиницам эффективно управлять своими ресурсами. Гостиницы используют специализированные программные системы, которые позволяют эффективно планировать распределение ресурсов, таких как номера, персонал и услуги. Это позволяет гостиницам максимально использовать свои ресурсы и повысить общую эффективность работы. С помощью информационных технологий гостиницы могут предлагать индивидуальный подход к обслуживанию гостей. Например, системы управления гостевыми предпочтениями (CRM) позволяют гостиницам хранить информацию о предпочтениях гостей, таких как тип комнаты, дополнительные услуги, питание и т.д. Это позволяет гостиницам предлагать персонализированный и высококачественный сервис в соответствии с предпочтениями каждого гостя. Современные информационные технологии также помогают улучшить коммуникацию между персоналом гостиницы и гостями. Это может быть реализовано через смартфоны, планшеты или даже приложения для мобильных устройств, которые позволяют гостям общаться с персоналом гостиницы, заказывать услуги, питание или задавать вопросы. Такая коммуникация между персоналом и гостями позволяет более быстро реагировать на запросы и повысить качество обслуживания. Использование современных информационных технологий позволяет гостиницам собирать и анализировать данные о своей деятельности, такие как загрузка номеров, продолжительность пребывания гостей, предпочтения и поведение гостей и др. Это позволяет гостиницам принимать более обоснованные решения по управлению и развитию, повышать свою конкурентоспособность и адаптироваться к потребностям своей аудитории.

В современных информационных технологиях также существуют решения, которые позволяют улучшить опыт путешествий и коммуникацию с клиентами. Например, разработка приложений для смартфонов и планшетов позволяет предоставлять туристам доступ к интерактивным картам, навигации, информации о достопримечательностях и т.д. Это значительно облегчает путешествие и помогает более полноценно оценить и изучить достопримечательности и культуру посещаемой страны.

Нельзя не отметить и использование социальных медиа в туристической отрасли. Они позволяют туристам делиться своими впечатлениями, фотографиями и отзывами о поездке в режиме реального времени, что может стать полезной информацией для других потенциальных туристов.

Однако стоит отметить и некоторые недостатки применения информационных технологий в туристической отрасли. Во-первых, некоторые туристы, особенно пожилые люди или те, кто не имеет доступа к Интернету, могут испытывать трудности с использованием новых технологий. Также нет

гарантии, что все используемые онлайн-сервисы и приложения обеспечивают высокий уровень безопасности данных клиентов.

**Выводы.** В целом, использование современных информационных технологий оказывает существенное влияние на туристическую отрасль. Они упрощают процессы планирования и бронирования, улучшают управление услугами, предоставляют более персонализированный подход к клиентам и повышают общий уровень комфорта путешествий. Однако, чтобы использование информационных технологий достигло своих максимально возможных результатов, необходимо учитывать потребности и возможности всех групп туристов и обеспечивать высокую безопасность персональных данных клиентов.

#### **Список использованных источников:**

1. Короткая, А.М. Влияние коронавируса на изменение маркетинговых инструментов в сфере международного туризма / А.М. Короткая, А.А. Трофимова // *Инновационная экономика*. – 2020. – № 1 (22). – С. 28-38. – Текст: непосредственный.
2. Можаяева, Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. – 336 с. – Текст: непосредственный.
3. Молчан, Э.М. Социализация субъектов взаимодействия в условиях информационной глобализации / Э.М. Молчан // *Вестник Московского государственного областного университета*. Серия: Философские науки. – 2019. – № 1. – С.86-96. – Текст: непосредственный.
4. Севастьянов, Д.В. Страноведение и международный туризм: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. / Д.В. Севастьянов. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 327 с. – Текст: непосредственный.

**Ключевые слова:** информационные технологии, экономика, туризм, инфраструктура, развитие туризма.

**Keywords:** information technology, economy, tourism, infrastructure, tourism development.

УДК 331.1

**Орлова Е.П.,**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Управление и предпринимательство»,

**Карасева А.В.,**

обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Управление персоналом»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

### **ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ VR- И AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

**Организационно-управленческие аспекты применения VR- и AR-технологий в туристической отрасли.** В данной статье рассмотрены современные технологии, применяемые в туристической отрасли. Приведены VR-технологии, которые имитируют реальный мир с помощью специального оборудования и AR-технологии, то есть технологии расширенной реальности, позволяющие привнести в окружающий мир визуальные объекты и анимацию.

Рассмотрены преимущества внедрения этих технологий, такие как возможность людей с ограниченными возможностями увидеть мир во всех красках через смартфон, знакомство с местом, которое турист хотел бы посетить. Установлено, что данные технологии могут быть хорошим дополнением к программе экскурсии, а также с помощью них туроператоры могут сократить расходы на поиск и изучение информации о различных дестинациях. Применение таких технологий в туристической отрасли не ограничено. Это могут быть интерактивные музеи и выставки, виртуальные экскурсии, возможность создавать интерактивные карты и навигационные приложения,

которые помогут туристам ориентироваться в незнакомом городе или местности, использование VR- и AR- в аэропортах, на вокзалах для получения информации через QR-коды. Но внедрение таких технологий сопряжено со сложностями, которые связаны с необходимостью поиска высококвалифицированных специалистов, способных создавать и поддерживать такие технологии и достаточными затратами.

VR- и AR-технологии – отличное развитие и совершенствование туристической отрасли, но они не могут дать в полной мере всех тех эмоций, которые человек испытывает, путешествуя в реальном мире.

**Organizational and managerial aspects of the application of VR and AR technologies in the tourism industry.** This article discusses modern technologies used in the tourism industry. The article presents VR technologies that simulate the real world with the help of special equipment and AR technology, that is, augmented reality technologies that allow you to bring visual objects and animation into the world around you.

The advantages of the introduction of these technologies are considered, such as the opportunity for people with disabilities to see the world in all colors through a smartphone, familiarity with the place that a tourist would like to visit. It has been established that these technologies can be a good addition to the excursion program, and with the help of them, tour operators can reduce the cost of searching and studying information about various destinations. The use of such technologies in the tourism industry is not limited. These can be interactive museums and exhibitions, virtual excursions, the ability to create interactive maps and navigation applications that will help tourists navigate in an unfamiliar city or area, the use of VR and AR at airports, train stations to get information through QR codes. But the introduction of such technologies is fraught with difficulties, which are associated with the need to find highly qualified specialists capable of creating and maintaining such technologies and sufficient costs.

VR and AR technologies are an excellent development and improvement for the tourism industry, but they cannot fully give all the emotions that a person experiences when traveling in the real world.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема применения современных технологий в туристической отрасли на современном этапе развития недостаточна исследована. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как М.А. Стрельникова, Д.А. Газин [1], А. Скрынникова [6], Е. Мотренко [4], А. Рыбаков [5] и др.

Основным содержанием их работ является внедрение VR- и AR-технологий в туристическую отрасль, их преимущества и сложности внедрения.

**Выделение нерешенной проблемы.** В условиях динамичной внешней среды на фоне информатизации общества и снижения туристических потоков в силу социально-экономических и геополитических причин, актуализируется роль применения VR- и AR-технологий в туристической отрасли, способных сформировать позитивные впечатления и удовлетворить запросы и потребности современного потребителей.

**Цель статьи** заключается в исследовании с организационно-управленческой точки зрения специфики технологий виртуальной и расширенной реальности в туристической отрасли.

**Изложение основного материала.** В современном мире внедрение и развитие информационных технологий оказывает огромное влияние на людей, на их жизнь в целом. Современные технологии предлагают уникальные возможности для передачи текстовой и визуальной информации в режиме реального времени, что позволяет потребителю получить большой выбор разнообразных, подходящих ему по различным критериям туристических услуг в кратчайшие сроки.

В наше время мы можем наблюдать изменения в экономическом развитии, происходит переход к так называемой экономике впечатлений – новому типу экономического развития. Основная идея экономики впечатлений заключается в получении положительных эмоций. При данном типе экономического развития потребителям необходимо разнообразие ассортимента товаров и услуг, а также качественное предоставление этих товаров и услуг. Индустрия туризма также нуждается в развитии, так как успех туристической дестинации прямо зависит от того, какие впечатления и опыт остаются у посетителей после их посещения.

Благодаря современным информационным технологиям, сфера туризма развивается и совершенствуется. В связи с глобальной цифровизацией, которая затрагивает различные области мировой экономики, происходит постоянный поиск способов, с помощью которых человек будет уверенно взаимодействовать с быстроменяющимся и развивающимся цифровым миром. Именно

поэтому, с каждым годом всё больше возрастает потребность в VR- и AR-технологиях, сущностная характеристика которых представлена ниже.

Название AR-технологии произошло от английского словосочетания «augmentedreality», что означает «расширенная реальность» или «дополненная реальность». Применение AR-технологий позволяет использовать элементы цифровой среды в реальном мире с помощью специальных устройств. Для того чтобы воспользоваться AR-технологиями, пользователю не нужно прилагать практически никаких усилий, всего лишь необходимо иметь при себе телефон и доступ к Интернету. Это является важным и удобным аспектом при использовании таких технологий.

Люди путешествуют, чтобы увидеть этот замечательный мир с разных сторон, получить новые положительные впечатления, эмоции, подробнее узнать о различных культурах и народах. Однако перед тем как отправиться в путешествие, туристы часто сталкиваются с трудным выбором: куда поехать, какое место принесет им максимум радости и как не совершить ошибку в выборе?

И здесь на помощь приходит расширенная реальность, именно она может стать решающим фактором в выборе. В большом количестве текста, фотографий и видео расширенная реальность представляет наиболее наглядный и простой источник информации. Многие туристы часто смотрят на достопримечательности и красивейшие места через объективы камер. Поэтому использование расширенной реальности является естественным процессом и не требует особых навыков при использовании. Благодаря расширенной реальности пользователь может не просто посмотреть фотографии и видео на сайте, но погрузиться в выбранное место. То есть, расширенная реальность (AR, Augmented reality) – это современная технология, позволяющая при помощи различных устройств (смартфоны, планшеты, линзы, AR-очки) привнести в окружающий нас мир визуальные объекты и анимацию, а также создать ощущение, будто эти объекты находятся рядом с нами.

В свою очередь, виртуальная реальность (от англ. «virtualreality») опирается на органы чувств человека, такие как: обоняние, зрение, слух и другие. VR-технология имитирует реальный мир и процессы, происходящие в нем. Переход в виртуальный мир требует специального оборудования, такого как VR-очки, VR-костюмы и VR-комнаты. Но из-за необходимости применения дорогостоящего оборудования и постоянного наблюдения специалистов, VR-технологии являются слишком дорогими и более сложными в использовании. Поэтому развитие сектора VR-технологий происходит медленнее, чем сектора AR-технологий.

Создание AR-технологий и VR-технологий положительно влияет на сферу туризма, Установлено, что преимущества от использования современных технологий виртуальной и расширенной (или дополненной) реальности в туризме следующие:

1. Возможность быстрого и подробного знакомства с местом, которое человек собирается посетить. Современные технологии помогают получить более точные данные о путешествии, на основании которых и принимается решение о возможной поездке.

2. Виртуальная реальность помогает людям с ограниченными возможностями увидеть наш замечательный мир, который в силу своих обстоятельств они не могут увидеть самостоятельно, посмотреть различные достопримечательности и узнать для себя много нового и интересного.

3. Расширенная реальность может стать дополнением к экскурсионной программе, если, например, объект, который так хотелось увидеть, находится в труднодоступном месте или от него остались только части. С помощью современных технологий люди в любой момент могут увидеть, как жили люди в разные эпохи, как выглядели города и здания много лет назад.

4. Турист может более подробно узнать о жизни и условиях в месте, которое он собирается посетить, так как виртуальные технологии позволяют задавать различные условия. Например, менять погоду, времена года или даже количество отдыхающих. Так человек, который собирается в путешествие, может более осознанно подготовиться к поездке.

5. Внедрение VR- и AR-технологий позволяют туроператорам сократить расходы и время на поиск и изучение различных дестинаций, трансферов, средств размещения и т.д.

Возможности применения VR- и AR-технологий в туризме неограниченны:

1. Виртуальные экскурсии: с помощью VR-технологии можно создать уникальные виртуальные экскурсии, позволяющие путешественникам посещать различные достопримечательности и места, не выходя из дома.

2. Возможности планирования путешествий: с помощью AR-технологий можно создавать интерактивные карты и навигационные приложения, которые помогут туристам ориентироваться в

незнакомом городе или местности. Они также могут быть полезны для планирования экскурсий и выбора мест для посещения.

3. Использование AR-технологий в аэропортах, гостиницах и ресторанах для получения необходимой информации через QR-коды.

4. Интерактивные музеи и выставки: VR и AR технологии могут быть использованы для создания интерактивных музеев и выставок, позволяющих посетителям буквально вживаться в представленные исторические события или произведения искусства. Такие интерактивные опыты помогут сделать посещение музеев более увлекательным и запоминающимся.

5. Использование VR-технологий в качестве особого развлечения в туристических местах.

В качестве примера использования AR-технологий можно привести проект гид по российским музеям с дополненной реальностью «ARTEFACT», который был запущен в 2017 году и на данный момент в системе зарегистрировано большое количество музеев, среди которых знаменитый Русский музей, Третьяковская картинная галерея, ГМИИ им. А.С. Пушкина и многие другие. В работе с этим приложением нет ничего сложного: пользователю необходимо навести на объект показа камеру своего смартфона и он получит полную информацию. Он может услышать не только экскурсию от аудиогuida, но и увидеть недостающие фрагменты произведения, эскизы, вид до реставрации. Кроме того туристы в разделе «Каталог» могут просматривать объекты показа в любом из понравившихся музеев из любой точки мира [2].

Но внедрение и развитие таких уникальных современных технологий в туристическую отрасль несет в себе определенные сложности:

Во-первых, нехватка высококвалифицированных специалистов, которые могли бы создавать и продвигать VR- и AR-технологии. Для того, чтобы эти технологии эффективно работали, нужны специалисты, которые хорошо разбираются в этом деле.

Во-вторых, одним из основных препятствий для внедрения AR/VR-технологий в производство является их стоимость. Многие новые технологические стартапы, включая те, которые работают в сфере туризма, разрабатывают прототипы своих проектов благодаря энтузиазму разработчиков, но, к сожалению, эти проекты часто остаются на стадии разработки из-за отсутствия достаточного финансирования.

В-третьих, многие руководители, которые привыкли работать по уже существующим схемам, не хотят переходить на новые методы, так как что-то новое всегда влечёт за собой страх.

**Выводы.** Таким образом, преимуществ у VR/AR- технологий много. Использование VR/AR-технологий позволит увеличить туристический поток как внутренний, так и въездной. Кроме того, они помогут сократить время и расходы, связанные с поиском информации о туристических местах и планированием поездки для путешественников с разными бюджетами, а также расширят возможности экскурсионной программы. Однако, несмотря на все преимущества VR и AR-технологий, они никогда не заменят полностью реальные путешествия. Эти технологии могут позволить увидеть многое, но они не смогут передать шум моря, крики чаек, закаты и рассветы, величие гор. Вы можете посмотреть на вкусное итальянское блюдо, но никогда не сможете испытать его настоящий вкус.

Конечно, в случае, если по какой-либо причине вы не можете лично попасть на Эверест, VR-технологии могут быть хорошей альтернативой, однако никто не упустит возможности сделать это самостоятельно. Виртуальная и расширенная реальность покажет вам то, что вас ждет, то, что вы можете прочувствовать и увидеть, если соберетесь в путешествие куда-либо.

#### **Список использованных источников:**

1. Стрельникова, М.А. Технологии виртуальной реальности и практика их использования в туризме / М.А. Стрельникова, Д.А. Газин // Бизнес и дизайн ревю. – 2021. – № 4 (24). – С. 7. – Текст : непосредственный.
2. ARTEFACT: сайт проекта. – Текст: электронный // URL: <https://ar.culture.ru/national-project-culture2024> (дата обращения: 18.10.2023).
3. Виртуальная реальность в туризме: специализированный магазин устройств виртуальной, дополненной и смешанной реальности «Виртуальные очки». – Текст: электронный // URL: <https://virtualnyeochki.ru/stati/virtualnaya-realnost-v-turizme> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Мотренко, Е. VR перемен: как измененная реальность завоевывает реальную / Е. Мотренко. – Текст: электронный // URL: <https://iz.ru/951621/elena-motrenko/vr-peremen-kak-izmenennaiarealnost-zavoevuyvaet-realnuii> (дата обращения: 19.10.2023).

5. Рыбаков, А. Как использовать AR-технологии в музеях: примеры и способы реализации / А. Рыбаков. – Текст: электронный // URL: <https://vc.ru/marketing/221567-kak-ispolzovat-ar-tehnologii-v-muzyah-primery-isposoby-realizacii/> (дата обращения: 19.10.2023).
6. Скрынникова, А. Все, что нужно знать про VR/AR-технологии: Информационное издание «Rusbase». – Текст: электронный // URL: <https://rb.ru/story/vsyo-o-vr-ar/> (дата обращения: 18.10.2023).

**Ключевые слова:** туризм, виртуальная реальность, расширенная реальность, современные технологии, путешествие, туристические услуги, экономика впечатлений, достопримечательности.

**Keywords:** tourism, virtual reality, augmented reality, modern technologies, travel, travel services, the economy of impressions, attractions.

УДК 331.1

**Рубан А.А.**,  
обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Управление персоналом»,  
**Орлова Е.П.**,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Управление и предпринимательство»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

### **К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА**

**К вопросу о внедрении эффективных инструментов управления и организации инфраструктуры туризма.** Статья посвящена анализу влияния туристической отрасли на другие ключевые секторы экономики и роли этой отрасли в процессе структурной реконструкции российской экономики. Интерес управленцев туроператоров к новым технологиям достигает невероятных масштабов, и эти технологии уже стали неотъемлемой частью туристских услуг. Также в последнее время туризм претерпел существенные изменения, которые связаны с развитием науки и техники. Одними из основных технологических инноваций являются мультимедиа-продукты, которые позволяют более эффективно и качественно представлять информацию клиентам. Основными характеристиками мультимедийных технологий являются возможность использования различных устройств и широкая доступность электронных каталогов по туризму.

Туризм является ключевым сектором мировой экономики, влияющим на транспорт, связь, торговлю и строительство. Развитие индустрии туризма является важным направлением для роста российской экономики. Интерес к технологиям, упрощающим работу менеджеров туроператоров, очень высок. В последние годы туризм претерпел значимые изменения благодаря развитию науки и техники, таких, как мультимедийные продукты и информационные технологии. Мультимедийные продукты включают звук, анимацию, видеоклипы, графические изображения и базы данных. Основными компонентами их использования являются дополнительные устройства, такие как 3D-ускорители, CD-ROM-накопители и колонки. Электронные каталоги и виртуальные путешествия также активно используются в сфере туризма для планирования и информирования туристов.

**On the issue of implementing effective tools for management and organization of tourism infrastructure.** The article analyzes the impact of the tourism industry on other key sectors of the economy, and also examines the role of this industry in the process of structural reconstruction of the Russian economy. The interest of tour operator managers in new technologies reaches incredible proportions, and these technologies have already become an integral part of tourist services. Tourism has also undergone significant changes recently, which are associated with the development of science and technology. One of the main technological innovations are multimedia products that allow more efficient and high-quality presentation of information to customers. The main characteristics of multimedia technologies are the possibility of using various devices and the wide availability of electronic catalogs on tourism.



Tourism is a key sector of the global economy, affecting transport, communications, trade and construction. The development of the tourism industry is an important direction for the growth of the Russian economy. Interest in technologies that simplify the work of tour operator managers is very high. In recent years, tourism has undergone significant changes due to the development of science and technology, such as multimedia products and information technology. Multimedia products include sound, animation, video clips, graphics, and databases. The main components of their use are additional devices such as 3D accelerators, CD-ROM drives and speakers. Electronic catalogs and virtual trips are also actively used in the tourism sector for planning and informing tourists.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Внедрение мультимедийных технологий в туризм активно исследуется и последние исследования предлагают ряд интересных результатов. Данному вопросу уделяли внимание такие авторы, как О.М. Бурлаков, И.Е. Саман, О.И. Осипова [1], Айслу Тубулбаева [3] и др. Основным содержанием их работ является внедрение мультимедийных технологий в отрасль туризма.

**Выделение нерешённой проблемы.** Современные тенденции социально-экономического развития на фоне информатизации и цифровизации общества указывают на важность устойчивого подхода при использовании таких эффективных инструментов для привлечения туристов как мультимедийные технологии в динамично развивающейся индустрии туризма, что способствует улучшению управления и организации туристической инфраструктуры.

**Цель статьи** заключается в исследовании преимуществ новых мультимедийных технологий в отрасли туризма.

**Изложение основного материала.** Туризм является крупнейшим, наиболее прибыльным и динамично развивающимся сектором мировой экономики. Высокий уровень развития индустрии туризма оказывает влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство и производство товаров народного потребления. Поэтому создание высокоразвитой индустрии туризма является одним из наиболее продуктивных направлений структурной перестройки российской экономики и имеет в связи с этим большое значение. Интерес менеджеров туроператоров к технологиям, облегчающим труд, чрезвычайно высок.

В последние годы туризм претерпел значительные изменения, связанные с развитием науки и техники. К ним относится целый ряд информационных технологий обработки и передачи информации.

Мультимедийные продукты – это компьютерные интерактивные разработки, включающие звуковое и музыкальное сопровождение, анимацию, видеоклипы, слайды, графические изображения, текст и базы данных.

Основными особенностями использования мультимедийных технологий является наличие дополнительных устройств: 3D-ускоритель; CD-ROM-накопители; колонки; звуковая карта и др.

Большинство современных компьютеров стандартно комплектуются перечисленными выше компонентами.

Различные каталоги и справочники могут содержать подробные данные о странах, маршрутах и отелях; также в них содержится информация о правилах поведения в чрезвычайных ситуациях и правильном оформлении документов. Клиенты могут планировать свои туры с учетом цен, скидок, времени года и видов транспорта.

Электронные каталоги по туризму активно используются как в России, так и за границей. Вот некоторые из них: Air Travel Planner; Flight Guide; Hotel Guide.

Еще одной современной информационной технологией в сфере туризма являются виртуальные путешествия и туры. Туристы могут увидеть достопримечательности и музеи до их реального посещения. Это предполагает просмотр различных движущихся панорам (зданий, улиц, парков, гостиничных номеров, музейных экспонатов). Также имеется возможность добавления поясняющих субтитров и презентаций с озвучкой.

Преимущества мультимедийных презентаций:

- эффективное предоставление туристских услуг и товаров;
- облегчение контакта с сотрудниками фирмы;
- яркие воспоминания о фирме.

Следующей рассматриваемой технологией являются онлайн-услуги. К онлайн-услугам относятся системы онлайн-бронирования туров, гостиниц, хостелов, авиабилетов и

железнодорожных билетов, а также различные сервисы на сайтах туристических агентств (например, поиск туров и гостиниц). В качестве примера можно привести сайты iGlobe.ru, предоставляющем информацию о турах, путешествиях, странах, отелях, погоде и развлечениях, и YesTravel, предлагающем такие услуги, как карты мира (в том числе интерактивные), путеводители по странам, прогнозы погоды и туристические магазины (для бронирования туров непосредственно в туристических агентствах). Это достаточно известные туристические онлайн-сервисы.

Преимущества онлайн-услуг для туристических компаний:

- наличие обратной связи;
- освоение новых каналов реализации продукта;
- мобильный и технологичный обмен информацией с партнерами и клиентами;
- сокращение времени для перевода денежных средств;
- снижение финансовых издержек.

Преимущества онлайн-услуг для клиентов:

- возможность сравнения цен и условий разных компаний;
- оперативный доступ к информации;
- получение бонусов и дополнительных скидок за онлайн бронирование.

Например, Сирена-Трэвел – единственная в России и странах СНГ система бронирования и продажи билетов на внутренние авиалинии, которая предоставляет информацию о тарифах, текущих условиях, наличии мест и расписании; может быть использована для создания маршрутов с пересадками на собственные и другие рейсы.

Благодаря применению средств мультимедиа за счет одновременного воздействия графической, звуковой, фото и видео информации, такие средства обладают большим эмоциональным зарядом и активно включаются в индустрию туризма.

Кроме того, мультимедийные технологии могут быть использованы для улучшения маркетинговых и рекламных кампаний в туризме. Видеоролики, интерактивные веб-сайты, социальные сети и другие мультимедийные платформы могут быть эффективными инструментами для привлечения туристов и представления уникальных предложений.

Наконец, мультимедийные технологии также могут улучшить управление и организацию туристической инфраструктуры. Они могут быть использованы для создания электронных систем бронирования и оплаты, управления транспортом и расписаниями, а также для сбора и анализа данных о предпочтениях и поведении туристов. Это позволяет повысить эффективность и качество обслуживания туристов.

**Выводы.** Таким образом, внедрение мультимедийных технологий в туризм предоставляет широкий спектр возможностей для улучшения опыта путешествий и повышения конкурентоспособности туристической индустрии. Но необходимо учитывать баланс между использованием технологий и поддержанием натуральности и аутентичности путешествий, чтобы сохранить уникальность и привлекательность посещаемых мест.

Однако, при внедрении мультимедийных технологий в туризм нужно не забывать про некоторые факторы, такие как доступность технологий для всех категорий туристов, обеспечение надежности и стабильности систем, а также защиту личных данных.

В целом, внедрение мультимедийных технологий в туризм может значительно улучшить опыт путешественников, создавая уникальные и захватывающие истории, а также предоставляя более глубокое погружение в культуру и окружающую среду посещаемых мест.

#### **Список использованных источников:**

1. Бурлаков, О.М. Использование информационных технологий в туристическом бизнесе / О.М. Бурлаков, И.Е. Саман, О.И. Осипова // Молодой ученый. – 2019. – № 17 (255). – С. 135-137. – Текст : электронный // URL: <https://moluch.ru/archive/255/58267/> (дата обращения: 19.10.2023).
2. Современные информационные технологии в туризме. – Текст : электронный // URL: <https://qwizz.ru/информационные-технологии-туризме/> (дата обращения: 19.10.2023).
3. Тубулбаева, А. Мультимедийные технологии в туризме by Айслу Тубулбаева. – Текст : электронный // URL: <https://prezi.com/p/gtwcpmoatnsm/presentation/> (дата обращения 19.10.2023).

4. Применение мультимедиа в туризме. – Текст : электронный // URL: <https://www.turboreferat.ru/turizm/primenenie-multimedia-v-turizme/232130-1164481-page1.html> (дата обращения 19.10.2023).
5. Чувелева, Н.Н. Использование мультимедийных технологий в туризме /Н.Н. Чувелова. – Текст : электронный // URL: [https://spravochnick.ru/turizm/informacionnye\\_tehnologii\\_v\\_socialno-kulturnom\\_servise\\_i\\_turizme/ispolzovanie\\_multimediynyh\\_tehnologiy\\_v\\_turizme/](https://spravochnick.ru/turizm/informacionnye_tehnologii_v_socialno-kulturnom_servise_i_turizme/ispolzovanie_multimediynyh_tehnologiy_v_turizme/) (дата обращения 19.10.2023).

**Ключевые слова:** туризм, мультимедийные технологии, туристические услуги, развитие, внедрение, эффективность, управление, интерес.

**Keywords:** tourism, multimedia technologies, tourist services, development, implementation, efficiency management, interest.

УДК 640.4

**Цыба Г.К.,**  
обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,  
генеральный директор ООО «Кингс Вэй Интернэшнл»,  
г. Севастополь, Россия

**Калинкина С.А.,**  
кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры туризма,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь, Россия

## **ИННОВАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА**

### **Инновация как современная тенденция развития предприятий сферы гостеприимства.**

В статье затронуты отдельные вопросы инновационного процесса на предприятиях сферы гостеприимства. В том числе выделены основные виды и формы инноваций, рассмотрены возможные модели внедрения инноваций на предприятиях сферы гостеприимства. Выявлены проблемы внедрения и значимости инноваций в конкурентной борьбе данного сектора туристической деятельности.

**Innovation as a modern trend in the development of hospitality enterprises.** The article touches upon certain issues of the innovation process at the enterprises of the hospitality industry. In particular, the main types and forms of innovation are highlighted, possible models of innovation implementation at hospitality enterprises are considered. The problems of introduction and importance of innovations in the competitive struggle of this sector of tourism activity are revealed.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В последнее время в сфере гостеприимства, да и всего туризма в целом, наблюдается тенденция широкого применения инновационных технологий. Применение инноваций становится более востребованным, с появлением таких технологий, как искусственный интеллект, сервисная автоматизация, технология распознавания лиц, консьерж сервисы в приложениях, использование голосового помощника, чат-боты и многое другое.

Вопросы применения инноваций на предприятиях сферы гостеприимства рассматриваются в ряде работ отечественных ученых, так в ходе исследований учеными были выявлены модели инновационных процессов в сфере гостеприимства [1], выделены различные направления и области диффузии производительных сил и плодотворных инноваций сферы гостеприимства [4]. Отдельные работы посвящены инновационным трендам, используемым в деятельности предприятий сферы гостеприимства [2], [3], [5], [6], [7].

**Выделение нерешенной проблемы.** Наряду с тем, что ученые говорят о растущей роли внедрения современных технологий во всех сферах туристской деятельности, появление новых форм и видов инноваций объективно требуют осмысления их места в инновационной деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

**Цель статьи** заключается в исследовании места роли инноваций в деятельности современных предприятий сферы гостеприимства.

**Изложение основного материала.** Особенность индустрии путешествий заключается в том, что по мере расширения горизонтов экономики впечатлений, предприятия сферы гостеприимства должны постоянно применять новаторские методы привлечения потенциальных туристов-потребителей. Эти процессы происходят достаточно быстро и основываются зачастую на новаторских (инновационных) формах контакта с потенциальными клиентами. В условиях постоянно растущей конкуренции на рынке туруслуг именно инновации становятся способом воплощения уникальности, которые формируют конкурентное преимущество в сфере гостеприимства.

Ссылаясь на исследования Петропавловской А.В. [4], на сегодняшний день еще не сложилось единого перечня тех видов деятельности, которые охватывают инновации в сфере гостеприимства. При этом она выделяет основные направления их влияния на услуги, предлагаемые сферой гостеприимства (Рисунок 1).

Общественное питание	Размещение	Перевозки	Отдых
<ul style="list-style-type: none"><li>• процессы производства;</li><li>• процессы реализации;</li><li>• процессы потребления кулинарной продукции.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• основные элементы гостиничных услуг;</li><li>• организация краткосрочного проживания.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• процессы транспортного перемещения из одного места в другое каких-либо объектов или пассажиров;</li><li>• услуги связанные с транспортным обслуживанием.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• процессы вследствие которых обеспечиваются все виды отдыха</li></ul>

Рисунок 1 – Основные направления инновационной деятельности в сфере гостеприимства (составлено по данным [4])

Следует также отметить, что предприятия индустрии гостеприимства напрямую не участвуют в процессе создания инноваций. Разработчиками инноваций для гостеприимства, как правило, являются поставщики товаров и услуг, а большинство предприятий данной сферы понимают инновации как приобретение технологий, оборудования, компонентов и материалов у поставщиков.

На сегодняшний день инновации играют значимую роль в процессе превращения индустрии гостеприимства в более доступную и «комфортно-удобную». Так, к примеру, использование робототехники дает возможность осуществлять доставку в номера или использовать роботов в качестве дворецкого [2, с.107].

В целом современная туристическая наука говорит о существовании двух основных трендовых направлений инноваций в индустрии гостеприимства. Во-первых, это цифровизация, второй тренд направлен на ресурсосберегающие технологии, защиту окружающей среды, социальную ответственность и здоровье человека [5, с. 460]. Схематически данные направления в применении инноваций отображены на рисунке 2.

В условиях расширения экологической повестки в политике мирового сообщества на предприятиях индустрии гостеприимства наблюдается интенсивный процесс внедрения технологий, направленных на выполнение экологических целей компании и ответственности за состояние окружающей среды. Так, к примеру, многие средства размещения объявили об отказе от потребления пластика.

Кроме того, следует отметить, что целевым результатом внедрения инноваций в различных видах деятельности предприятий гостеприимства является формирование их конкурентных преимуществ.

Цифровизация	Ресурсосберегающие технологии, защита окружающей среды, социальная ответственность и здоровье человека
<input type="checkbox"/> "Умные» зеркала"	<input type="checkbox"/> Сертификация LEED
<input type="checkbox"/> Беспроводные зарядки для гаджетов	<input type="checkbox"/> Использование солнечной энергии
<input type="checkbox"/> Интеллектуальное (smart) управление номером	<input type="checkbox"/> Экономия воды
<input type="checkbox"/> Умные pos-материалы	<input type="checkbox"/> Отказ от потребления пластика
<input type="checkbox"/> Звукоизоляция	<input type="checkbox"/> Датчики движения
<input type="checkbox"/> Доступ в номер без ключа	<input type="checkbox"/> Утилизация отходов
<input type="checkbox"/> Видеочат с консьержем	<input type="checkbox"/> «Зеленое» движение
<input type="checkbox"/> Smart-телевидение	<input type="checkbox"/> Spa-программы долголетия
<input type="checkbox"/> Роботизация	
<input type="checkbox"/> 3D-принтеры	
<input type="checkbox"/> Нейро-программирование	
<input type="checkbox"/> Виртуальная реальность	
<input type="checkbox"/> Цифровизация внутренних процессов	

Рисунок 2 – Виды инновационной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства (составлено по данным [5, с. 460-461])

К сферам деятельности предприятий, на которые значительное влияние оказывают инновации следует отнести:

1) процессы (12,5% от общего количества), примером можно считать гастрономические экскурсии с мобильной кухней (от Nijackk Cafe, Индия) или оказание услуг роботами-самураями в ресторане Najime (Бангкок);

2) управление (8,8%), например, структура управления сетью ресторанов, ориентированная на инновационное развитие всех ее участников;

3) бизнес-модели (12,5%). Например, концепт взаимодействия с клиентами от Dinner in the Sky, который был впервые реализован в Бельгии. Сегодня он набирает обороты среди богатых клиентов в США и других странах мира. Главная идея Sky – это организация бизнес-собраний или событий, которые происходят на конструкции высотой 150 м.

4) маркетинговая деятельность (10,9%), например, сенсорный маркетинг, аромаркетинг, брендинг, программы лояльности, электронная дистрибуция;

5) мультимедийная сфера (5,8%), например, электронные каталоги, мультимедийные справочники, виртуальные туры (комбинация 3D-панорам, видео и анимации);

6) безопасность (12%), например, гостиничные сети, наряду с использованием собственных и самостоятельных детективно-охранных агентств, создают современные контрразведывательные структуры, выполняющие функции подразделений безопасности и охраны [4, с. 17].

Таким образом, можно говорить, что на данный момент уже сформирована типология моделей инновационных процессов в сфере гостеприимства. Эта типология включает 6 моделей: 1) «Технологический толчок», первостепенная роль в которой отводится источникам инноваций – научным исследованиям и разработкам; 2) «Вызов спроса», в соответствии с которой «рынок покупателя» является стимулом для новаций; 3) «Интерактивная совмещенная», предусматривающая организацию инновационного процесса с учетом результатов маркетинговых исследований и интерактивности; 4) «Цепная модель Клайна-Розенберга», в которой основой инновационного процесса является управление знаниями; 5) «Интегральная модель сетей», использующая сетевой способ взаимодействия компаний в организации инновационного процесса;

б) «Открытых инноваций», ориентированная на инновационный процесс, как открытую систему (с точки зрения источников идей) [1, с.87-90].

Каждая из этих моделей отличается эффективностью применения на практике, о чем свидетельствуют данные таблицы 1.

Таблица 1 – Характерные черты моделей инновационного процесса в сфере гостеприимства [4, с. 17]

Модель	Неудачные нововведения, %	Степень применимости модели в сфере гостеприимства
Технологический толчок	97,3%	Модель не обеспечивает конкурентные преимущества, если важны инновации, направленные на: 1) взаимодействие с потребителем; 2) удовлетворенность предоставляемыми услугами
Вызов спроса	96,2 %	Модель не всегда обеспечивает конкурентные преимущества. К моменту появления новшества на рынке существует риск утраты: 1) потребительской ценности (ввиду несоответствия потребительским ожиданиям); 2) технологической ценности (ввиду несоответствия возможностям производственного процесса)
Интерактивная совмещенная	94%	Модель не обеспечивает конкурентные преимущества, если маркетинг в инновационном процессе не соотносится с: 1) маркетинговой концепцией деятельности субъекта бизнеса; 2) запросами внешних коммуникационных каналов.
Цепная модель Клайна-Розенберга	от 91 до 95%	Модель не обеспечивает конкурентные преимущества, если: 1) существует необходимость разработки сервисных инноваций, которые будут материализованы в оборудовании, технике, дизайнерских решениях и т.д.; 2) не учтены запросы внешних коммуникационных каналов.
Интегральная модель сетей»	от 90 до 94%	Модель обеспечивает конкурентные преимущества, только если субъект сферы гостеприимства: 1) является участником сети; 2) не скрывает разработанные ими новшества. В рамках модели формируются дополнительные выгоды от распространения прав на использование советующих новшеств.
Открытых инноваций	от 88 до 92 %	Модель обеспечивает конкурентные преимущества, если субъект сферы гостеприимства не скрывает разработанные ими новшества. В рамках модели формируются дополнительные выгоды от: 1) распространения прав на использование новшеств; 2) беспрепятственного доступа к разработкам других компаний индустрии гостеприимства 3) аутсорсинга радикальных инноваций и их имитации; 4) применения улучшающих инноваций.

Данные исследования свидетельствуют о том, что не все предприятия сферы гостеприимства на сегодня готовы к внедрению новаций, поскольку ожидания в значительной мере превышают полученный результат, который зачастую классифицируется как неудачное нововведение.

**Выводы.** Подводя итоги, можно отметить, что внедрение инноваций в деятельность предприятий гостеприимства сопряжено с рядом проблем, среди которых можно отметить такие как:

- боязнь или нежелание руководства и персонала использовать новые технологии;
- неумение руководства и персонала использовать технологии;
- отсутствие контроля за внедрением и использованием новых технологий;
- противоречие технологий устоявшимся процедурам работы;
- непринятие нововведений в процессе обслуживания персоналом гостиничного предприятия.

Таким образом, находясь в условиях постоянно растущей конкуренции, предприятиям сферы гостеприимства приходится сталкиваться с инновациями, которые с каждым годом становятся необходимым элементом в деятельности современного бизнеса.

#### **Список использованных источников:**

1. Бурменко, Т.Д. Проектирование модели инновационного процесса на предприятиях индустрии гостеприимства / Т.Д. Бурменко, Е.О. Похомчикова // Известия Иркутской

- государственной экономической академии. – 2014. – № 6 (98). – С. 85-93. – Текст : непосредственный.
2. Водопьянова, Е.В. Гостеприимство в эпоху цифровизации / Е.В. Водопьянова, Т.В. Буравчикова, С.В. Муськина, Е.Е. Коновалова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Том 14. – № 1. – С 106-114. – Текст : непосредственный.
  3. Выкиданец, О.Д. Анализ современных инноваций в индустрии гостеприимства / О.Д. Выкиданец // Инновационная наука. – 2016. – № 11 (1). – С. 32-35. – Текст : непосредственный.
  4. Петропавловская, А.В. Инновации в сфере гостеприимства// Инновации и инвестиции. – 2020. – № 2. – С. 15-18. – Текст : непосредственный.
  5. Рубцова, Н.В. Инновации в индустрии гостеприимства // Вопросы инновационной экономики / Н.В. Рубцова. – 2020. – Том 10. – № 1.– С. 457-466. – Текст : непосредственный.
  6. Тимошина, Ю.В. Оценка и управление конкурентоспособностью гостиничных услуг (на примере района Казачьей бухты г. Севастополя) / Ю.В. Тимошина, Д.В. Смирнов // Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов: Сборник статей IV Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием. – Ялта: Издательство: Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», 2017. – С. 247-249. – Текст : непосредственный.
  7. Чаусова, В.Н. Инновации и их роль в гостиничном бизнесе / В.Н. Чаусова, Н.С. Ермашкевич // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». – 2018. – № 6 (22). – С. 618-622. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** инновация, тренд, инновационные процессы, предприятия сферы гостеприимства, цифровизация.

**Keywords:** innovation, trend, innovation processes, hospitality enterprises, digitalization.

УДК 338.46

**Ширяевский Д.С.,**

обучающийся 1 курса магистратуры

направления подготовки «Государственное и муниципальное управление»,

ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) государственный университет им. М.В. Ломоносова»,

г. Архангельск, Россия

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Перспективы использования цифровых технологий в сфере туризма на территории Арктической зоны Российской Федерации.** В рамках исследования приведены теоретические и практические данные по использованию цифровых технологий в туристической сфере на территории Арктической зоны Российской Федерации (далее – АЗРФ). Приводятся отдельные положения нормативно-правовой базы РФ о значимости арктического туризма. Цифровые технологии в исследовании рассматриваются в широком смысле – как совокупность информационно-коммуникационных технологий и аппаратных систем. Важность цифровизации туризма в Арктике обусловлена в т.ч. хрупкостью окружающей среды в данной регионе. Цифровые технологии могут быть одним из инструментов сохранения устойчивой экологической обстановки в АЗРФ.

В качестве конкретных примеров подобных технологий в статье приводятся беспилотные летательные аппараты (БПЛА), которые могут служить не только сугубо для туристических целей, но и для смежного использования: доставки грузов, мониторинга окружающей среды, госпитализации при травмах и т.п. Следующим примером являются цифровые двойники – моделирование цифровых копий объектов. Применение данной технологии особенно актуально для создания 3D-моделей труднодоступных зон и особо охраняемых природных территорий. Представлены конкретные примеры такого моделирования.

Технологии виртуальной реальности (VR/AR) могут использоваться для дистанционного туризма, искусственный интеллект для построения туристических маршрутов, рекламы, анализа туристического потока, прогноза погоды и т.д. Отдельно освещаются инициативы России в рамках председательства в Арктическом совете в области цифровизации туристической сферы в т.ч. данных, связанных с коренными малочисленными народами Арктики. Приводятся возможные шаги со стороны государственных органов для содействия использования цифровых технологий в АЗРФ.

**Prospects for the use of digital technologies in the field of tourism in the territory of the Russian Arctic.** The research provides theoretical and practical data on the use of digital technologies in the tourism sector in the Arctic zone of the Russian Federation (further Russian Arctic). Separate provisions of the regulatory framework of the Russian Federation on the importance of Arctic tourism are given. Digital technologies in the study are considered in a broad sense – as a set of information and communication technologies and hardware systems. The importance of digitalization of tourism in the Arctic is due, among other things, to the fragility of the environment in this region. Digital technologies can be one of the tools for maintaining a sustainable environmental situation in the Russian Arctic.

As concrete examples of such technologies, the article cites unmanned aerial vehicles (UAVs), which can serve not only purely for tourist purposes, but also for related uses: cargo delivery, environmental monitoring, hospitalization for injuries, etc. The following example is digital twin – modeling of digital copies of objects. The use of this technology is especially relevant for creating 3D models of hard-to-reach zones and specially protected natural areas. Specific examples of such modeling are presented.

Virtual reality (VR/AR) technologies can be used for remote tourism, artificial intelligence for building tourist routes, advertising, analysis of tourist flow, weather forecast, etc. The initiatives of Russia within the framework of the chairmanship of the Arctic Council in the field of digitalization of the tourism sector, including data related to the indigenous peoples of the Arctic, are highlighted separately. Possible steps on the part of state bodies to promote the use of digital technologies in the Russian Arctic are given.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Теме применения цифровых технологий в туризме на территории Арктике посвящено крайне мало работ. Среди исследователей, рассматривающих данный вопрос, необходимо выделить А.В. Федотовских, Е.Г. Кропинову, Г.П. Великих, А.П. Андрейчук и др.

Большинство работ представленных авторов посвящены общему процессу цифровизации арктического региона или отдельным положениям. Например, использованию беспилотных летательных аппаратов.

**Выделение нерешенной проблемы.** Арктика, как объект туристской дестинации, становится всё более популярной среди населения. Государство стремится развивать Арктическую зону РФ. Однако для мезорегиона характерны такие особенности как труднодоступность, холодный климат, недостаточно развитая инфраструктура, хрупкая природа, отток населения. Туристический поток в Арктику, с одной стороны, содействует развитию АЗРФ в целом, с другой, увеличивает риски повреждения окружающей среды. Цифровые технологии могут быть своеобразной системой сдержек и противовесов в данном вопросе.

**Цель статьи.** Целью данного исследования является рассмотрение перспектив использования цифровых технологий на арктических территориях России в области туризма.

**Изложение основного материала.** В последние годы к Арктической зоне Российской Федерации приковывается все больше внимания. Арктика, как объект туристской дестинации, становится всё более популярной среди туристов. В «Стратегии развития АЗРФ и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г.», утверждённой в 2020 г., говорится о приоритетности развития арктического туризма [1]. Среди положений в сфере развития цифровых технологий, помимо прочего, присутствует пункт о необходимости объединения на одной цифровой платформе услуг в области транспорта и логистики, которые предоставляются по всему Северному морскому пути (СМП). Это позволит в «безбумажном» виде оформить перевозку пассажиров и грузов, что должно упростить туристические поездки в АЗРФ.

Сам по себе арктический туризм носит весьма широкий характер и в соответствии с ГОСТ имеет следующее определение: «это туризм в АЗРФ, направленный на популяризацию её исторического, культурного и природного потенциала» [2]. Поскольку природа Арктики является весьма хрупкой, а её восстановление затруднено или вовсе невозможно, для мезорегиона остро стоит экологический вопрос. Поэтому привлечение туристов должно быть разумным, а инфраструктурное



развитие не должно причинять вред окружающей среде и местным сообществам. Государственные программы должны быть основаны на концепции устойчивого развития туризма [4].

Цифровые технологии могут использоваться как один из инструментов развития туризма в российской Арктике. Кроме того, поскольку туризму присущ мультипликативный эффект, развитие данной отрасли в совокупности с прогрессом использования технологических новшеств в туризме благоприятно скажется на всех сферах общественной жизни. В данном исследовании цифровые технологии рассматриваются не только как информационно-коммуникационные средства, но также как современные аппаратные изделия.

К таковым можно отнести беспилотные летательные аппараты (БПЛА). Для туризма в Арктике данные средства могут использоваться в различных целях:

- как средство картографирования территории с целью построения схем туристской инфраструктуры. Это особенно актуально в условиях сурового климата и вечной мерзлоты;
- в качестве метода доставки грузов;
- для госпитализации туристов (тяжёлые квадрокоптеры);
- непосредственно для наслаждения арктической природой и создания контента.

Сегодня БПЛА нового поколения возможно использовать при температурах до  $-20...-35^{\circ}\text{C}$ . При более низких температурах возможно установить нитевые системы обогрева [5]. Так, в Красноярском крае на территории арктической зоны туристические группы могут арендовать специализированный квадрокоптер. На данный момент использование так называемых беспилотников в целом в России ограничено. Частично это связано с рядом административных ограничений в связи со Специальной военной операцией. Также в РФ действуют правила, обязывающие владельцев БПЛА обязательно регистрировать аппараты тяжелее 150 грамм (актуально на 2023 год).

Также беспилотники можно использовать как средство поиска туристических групп, а в синтезе с искусственным интеллектом (artificial intelligence, AI) БПЛА может в полуавтоматизированном режиме следить за перемещениями туристов и их действиями, что важно для минимизации ущерба арктической природе [5]. Однако в настоящее время в России, в т.ч. в регионах АЗРФ, стоит проблема квалифицированных кадров по созданию и управлению БПЛА. Российский союз промышленников и предпринимателей в сотрудничестве с Национальным агентством развития квалификации запустил программу по созданию профстандартов для профессий, связанных с беспилотниками.

Следующим интересным новшеством для туризма в Арктике может стать цифровое моделирование или цифровой двойник. Такое моделирование подразумевает создание цифровой копии объекта или процесса. Цифровые двойники в Арктике уже начали применять нефтегазовые компании (например, цифровой двойник месторождения) [3]. В туристической отрасли данная инновация может использоваться в качестве оцифровки туристических объектов (национальных парков, заказников, историко-культурных мемориалов, целых архипелагов и т.п.). В совокупности с использованием VR/AR-технологий, цифровой двойник может стать своеобразным трендом «путешествия» по Арктике. Для подобной оцифровки нередко необходимы спутниковые данные. Сегодня в распоряжении России не так много космических летательных аппаратов с соответствующим ПО, способных предоставлять космический мониторинг именно арктических территорий. Но к 2026 году Роскосмос должен запустить ряд спутников на арктическую орбиту.

Разработка цифровых двойников туристических объектов АЗРФ также сможет повысить доступность арктического туризма (к примеру, туры на Землю Франца-Иосифа начинаются от 850 тысяч рублей) и сохранить природное достояние Арктики путём снижения турпотока к особо уязвимым объектам [6]. На практике в упрощённом виде создание двойника выглядит следующим образом: сбор снимков и данных из космоса, панорманая аэрофотосъёмка, создание 3D-модели под определённое ПО и её апробирование с помощью ПК и/или VR-очков. Подобную 3D-модель создаёт исследователь Михаил Елесин из Норильска. Уже создана модель залива «Русская гавань», а в планах разработка 3D-модели всей арктической зоны. В Мурманской области эксперты Арктической лаборатории в рамках года экологического туризма (2022 год) оцифровали 13 экологических турмаршрутов.

Для продвижения туризма в Арктике могут использоваться информационные технологии. Конечно, для рекламы в Интернет-ресурсах использование ИКТ не особо отличается от традиционного маркетинга массового туризма. Но цифровые технологии, в т.ч. искусственный

интеллект, могут задействоваться для разработки маркетинговых кампаний, построения безопасных туристических маршрутов в АЗРФ, помогать предсказывать прогноз погоды и др. В отношении коренных малочисленных народов севера (КМНС) информационные технологии могут стать инструментом изучения данных этносов для людей, незнакомых с их культурой и бытом, но стремящихся это сделать. Из-за труднодоступности и кочевого образа жизни многих КМНС, не каждый турист может позволить себе тур для непосредственного пребывания в отдаленных местах. Также важно учитывать мнения и пожелания самих КМНС при разработке турпродукта [4].

В марте 2022 года на Международном семинаре по сохранению и популяризации языков коренных малочисленных народов Арктики (КМНА) в рамках председательства РФ в Арктическом совете обсуждались планы по созданию креативных индустрий и цифровизации музеев в Арктической зоне. Так, российская инициатива предполагала оцифровку и размещение «музейных коллекций на едином портале» [6]. Предлагалось и создание 3D-моделей экспонатов культуры и быта КМНА. Часть предложений реализовалась только на территории России в результате обострения отношений с западными странами. Некоторые другие инициативы, обсуждаемые на семинаре, приведены ниже:

- разработка геоинформационной карты языков КМНА;
- создание переводчика с русского на эвенкский на основе AI;
- составление арктического многоязычного портала.

По итогам семинара и предыдущей деятельности исследователей был создан Интерактивный портал КМНС. В 2023 году работа над ресурсом продолжилась, была добавлена англоязычная версия, а общее число представленных народов возрастет до 30 к концу года.

**Выводы.** Цифровые технологии могут успешно применяться для развития, а также популяризации, туризма в Арктике. Государству и бизнесу необходимо сотрудничать в направлении цифровизации туризма в АЗРФ. В настоящее время имеются проблемы со связью и доступом в Интернет на значительной части российской Арктики. В связи с этим государственным органам в т.ч. на региональном уровне стоит больше внимания уделять совершенствованию инфраструктуры в Арктической зоне. Следует рассмотреть возможность разработки отдельной программы по развитию Арктического туризма и в ней в качестве подпрограммы включить пункт о внедрении и распространении использования цифровых технологий в сфере туризма в АЗРФ.

Развитие арктического туризма будет способствовать развитию многих смежных с туризмом отраслей, позволит повысить качество жизни местного населения и сократить миграционный отток с данных территорий.

#### **Список использованных источников:**

1. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 № 645 // Офиц. сайт президента РФ. – Текст : электронный // URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45972> (дата обращения: 01.10.2023).
2. Национальный стандарт Российской Федерации. Арктический туризм. Дата введения 2022-06-30. Разработан Федеральным агентством по туризму (Ростуризм). – Текст : электронный // URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200182007> (дата обращения: 01.10.2023).
3. Великих, Г.П. Цифровые катализаторы международной кооперации в Арктике / Г.П. Великих // Известия СПбГЭУ. – 2022. – № 5-1 (137). – Текст : электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovyye-katalizatory-mezhdunarodnoy-kooperatsii-v-arktike> (дата обращения: 02.10.2023).
4. Кропинова, Е.Г. Модель развития арктического туризма / Е.Г. Кропинова, Е. Смирнова // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. – 2023. – № 2. – Текст : электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-razvitiya-arkticheskogo-turizma> (дата обращения: 02.10.2023).
5. Федотовских, А.В. Направления практического использования БПЛА для развития туризма в Арктической зоне РФ / А.В. Федотовских // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2020. – № 15-1. – Текст : электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-prakticheskogo-ispolzovaniya-bpla-dlya-razvitiya-turizma-v-arkticheskoy-zone-rf> (дата обращения: 28.09.2023).

6. Цифровизация арктических музеев и развитие креативных индустрий // ИА «Ведомости». – Текст : электронный // URL: <https://clck.ru/35wJJs> (дата обращения: 02.10.2023).
7. Andreichuk, A.P. Trends in artificial intelligence and robotics technologies in the Arctic: the Russian experience / A.P. Andreichuk, A.V. Gurko // Mining Informational and Analytical Bulletin (Scientific and Technical Journal). – 2022. – № 10-2. – P. 24-38. – DOI 10.25018/0236\_1493\_2022\_102\_0\_24. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, АЗРФ, арктический туризм, БПЛА, цифровой двойник, устойчивое развитие.

**Keywords:** digital technologies, Russian Arctic, arctic tourism, UAV, digital twin, sustainable development.

---

*Исследование выполнено при финансовой поддержке проекта FSRU–2023–0017 в рамках выполнения государственного задания на проведение фундаментальных научных исследований по теме «Вызовы и перспективы развития цифрового суверенитета Российской Федерации», 2023.*

## ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

УДК 339.564 : 338.48

**Акылбекова Н.И.,**

Доктор экономических наук, профессор,  
руководитель программы менеджмента,

Институт менеджмента и бизнеса,

Кыргызский национальный университет имени Ж. Баласагына,

**Мамбетова А.А.,**

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры социально-экономической политики государства,

Институт менеджмента и бизнеса,

Кыргызский национальный университет имени Ж. Баласагына,

**Сабырова А.О.,**

старший преподаватель, докторант PhD,

Международная высшая школа логистики,

Кыргызский государственный технический университет имени И. Раззакова,

г. Бишкек, Кыргызская Республика

### **РОЛЬ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА**

**Роль экспорта образовательных услуг в развитии туризма.** В статье поднимается вопрос роль экспорта образовательных услуг в развитии туризма в Кыргызской Республике. Активизация перемещения туристов между странами сопровождается активным развитием сферы туризма, в том числе и образовательного туризма и в Кыргызстане. Наблюдается тенденция роста численности иностранных студентов в образовательных организациях высшего и среднего профессионального образования Кыргызской Республики.

Тема исследования отличается исключительной актуальностью, поскольку потребность в профессиональном развитии и получении образования у людей есть всегда, особенно в развивающихся странах и с необходимостью интеграции в мировое экономическое сообщество и открытым Интернет-пространством открываются широкие перспективы. Так Кыргызская Республика использует свои возможности для привлечения обучающихся из зарубежных стран.

**The role of export of educational services in the development of tourism.** The article raises the question of the role of export of educational services in the development of tourism in the Kyrgyz Republic. The intensification of the movement of tourists between countries is accompanied by the active development of the tourism sector, including educational tourism in Kyrgyzstan. There is a growing trend in the number of foreign students in educational institutions of higher and secondary vocational education in the Kyrgyz Republic.

The research topic is extremely relevant, since people always have a need for professional development and education, especially in developing countries, and with the need for integration into the global economic community and the open Internet space, broad prospects are opening up. Thus the Kyrgyz Republic uses its capabilities to attract students from foreign countries.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучению значения и роли экспорта образовательных услуг в развитии экономики посвятили свои работы такие авторы как И.Е. Рисин [3], Г.П. Судакова [6], которые в своих исследованиях рассмотрели экономический анализ экспорта образовательных услуг. Р.А. Амиров [5], Т.Л. Клячко, Г.А. Краснова [1], А.Л. Костюков [2], Д.А. Штырно [4], Е. Андреева, М. Масленников и др. [] считают, что экспорт образовательных услуг является не только важнейшим фактором развития экономики страны, но и важнейшим индикатором конкурентоспособности страны и ее регионов. Однако работ, посвященных исследованию экспорта образовательных услуг в контексте развития туризма, в период обзора научных трудов не встречалось.

**Выделение нерешенной проблемы.** В период пандемии COVID-19 развитие туризма резко приостановилось в связи ограничением перемещений потоков туристов. Однако 2021 и 2022 годы характеризуются восстановлением экономических показателей развития туризма до уровня 2019 года, а отдельные индикаторы превышают соответствующие индикаторы 2019 года. Усиление интеграции Кыргызской Республики в мировое экономическое сообщество за последние годы

способствует развитию и туристской отрасли и повышению роли экспорта образовательных услуг. Определение тенденций происходящих в республике процессов экспорта образования вызвало интерес авторов статьи и является объектом исследования.

**Целью статьи** является определение места и роли экспорта образовательных услуг в развитии туризма в Кыргызской Республике.

**Изложение основного материала.** Анализ динамики численности студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего профессионального образования Кыргызской Республики из стран СНГ за 2018-2022 годы показал, что основная доля приходится на Узбекистан, откуда, к примеру, в 2022 году приехали учиться 86,9% или 40 282 студента, тогда как из Казахстана – всего 6,9% или 3 179 студентов (Рисунок 1).

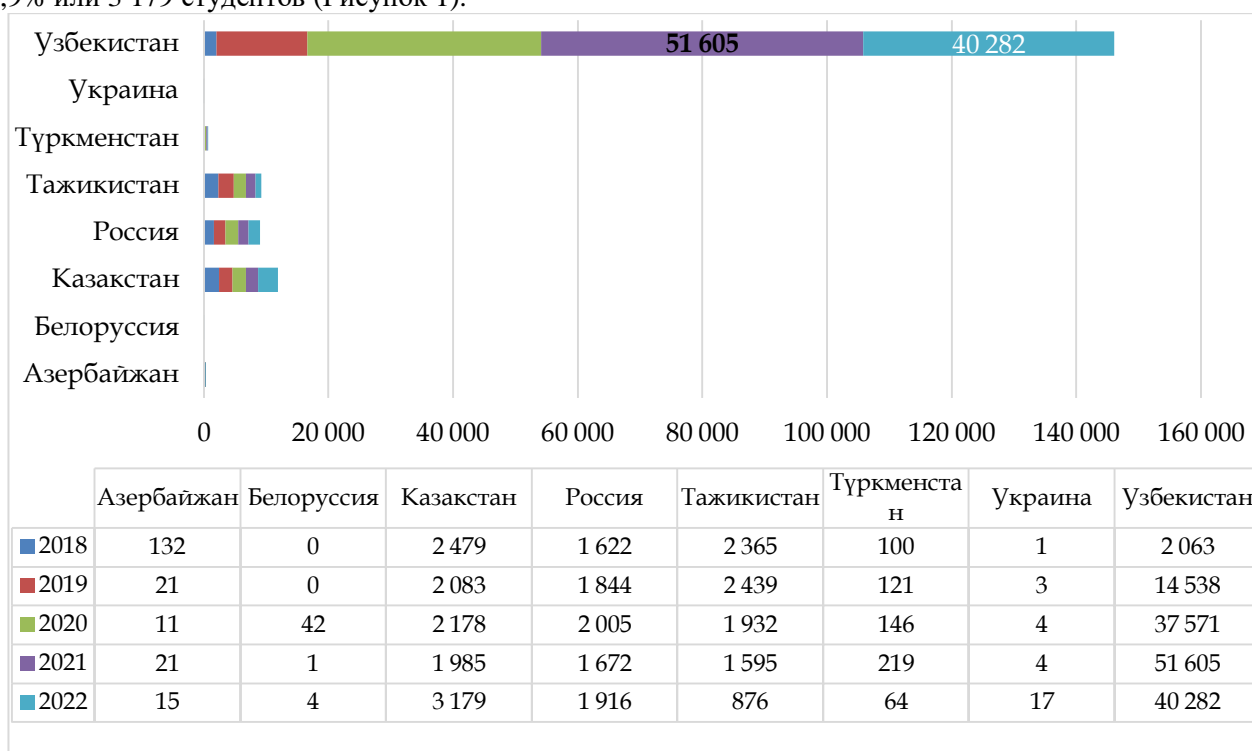


Рисунок 1 – Динамика численности студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего профессионального образования Кыргызской Республики из стран СНГ за 2018-2022 годы, человек (составлен по данным НСК КР)

Соответственно, анализ динамики численности студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего профессионального образования Кыргызской Республики из стран вне СНГ за 2018-2022 годы показал, что основная доля студентов прибыла на учебу из Индии и Пакистана, откуда, к примеру, в 2022 году приезжали учиться 64,4% или 15 306 человек и 33,2% или 8407 человек соответственно (Рисунок 2). Студенты этих стран в основном обучаются по медицинским специальностям. Такой интерес к обучению и высокая привлекательность высшего образования в Кыргызской Республике вызван низкой тарифной политикой высших учебных заведений, гостеприимным отношением со стороны принимающих учебных организаций и населения в целом.

Анализ динамики численности студентов, обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования Кыргызской Республики из стран СНГ за 2018-2022 годы показал, что основная доля обучающихся поступила из России, откуда, к примеру, в 2022 году приехали учиться 48,6% или 558 человека, тогда как из Казахстана – 33,7% или 386 человека (Рисунок 3). Численность студентов, обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования Кыргызской Республики из других стран СНГ не показана, поскольку она насчитывает единицы.

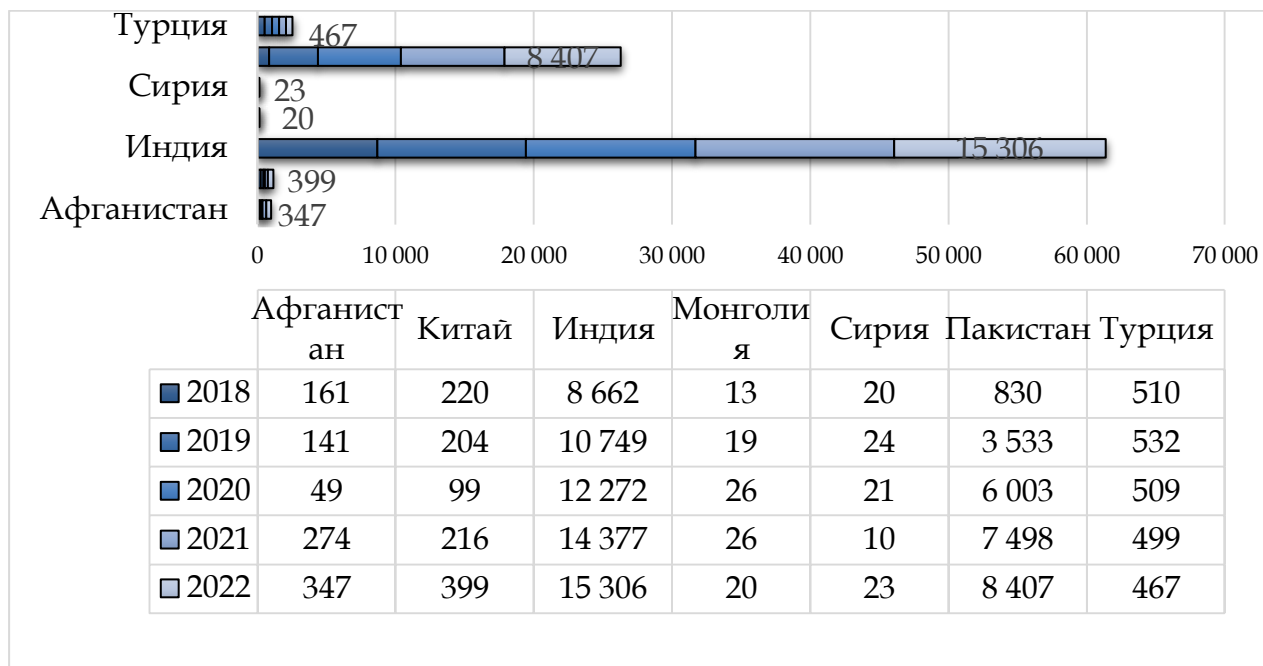


Рисунок 2 – Динамика численности студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего профессионального образования Кыргызской Республики из стран вне СНГ за 2018-2022 годы, человек (составлен по данным НСК КР)

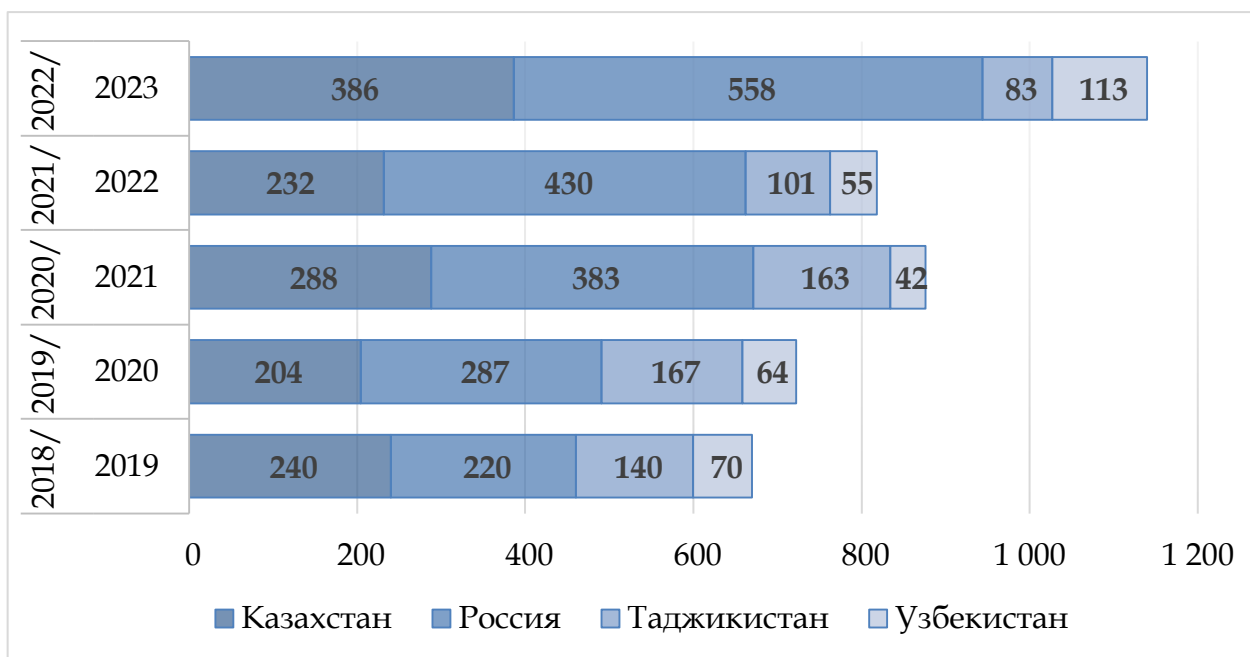


Рисунок 3 – Динамика численности студентов, обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования Кыргызской Республики из стран СНГ за 2018-2022 годы, человек [составлен по данным НСК КР]

Что касается численности студентов, обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования Кыргызской Республики из стран вне СНГ за 2018-2022 годы, то можно отметить, что она мизерна по сравнению с численностью студентов из стран СНГ и составила в 2022 году 32 человека, 14 из которых – из Турции (Рисунок 4). Потенциал деятельности в этом направлении высокий, что подтверждается имеющейся материально-технической базой и профессиональным кадровым составом образовательных организациях среднего профессионального образования.

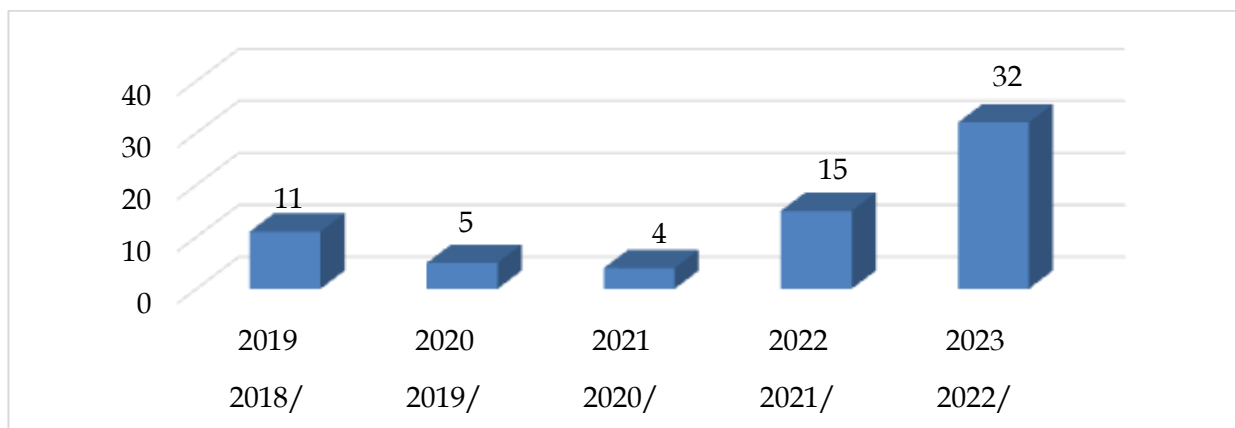


Рисунок 4 – Динамика численности студентов, обучающихся в образовательных организациях среднего профессионального образования Кыргызской Республики из стран вне СНГ за 2018-2022 годы, человек (составлен по данным НСК КР)

Число образовательных организаций высшего профессионального образования государственной формы собственности в Кыргызской Республике за 2018-2022 годы выросло на 26,5% и в 2022 году составило 43 единицы, тогда как число образовательных организаций среднего профессионального образования государственной формы собственности в Кыргызской Республике сократилось на 14%, составив в 2022 году 98 единиц.



Рисунок 4 – Динамика числа образовательных организаций в Кыргызской Республике по видам и формам собственности за 2018-2022 годы, единиц [составлен по данным НСК КР]

Однако число образовательных организаций среднего профессионального образования частной формы собственности в Кыргызской Республике увеличилось на 29,4%, составив в 2022 году 44 единицы против 34 единиц в 2018 году, что усиливает конкуренцию среди образовательных организаций разного уровня, что обеспечивает повышение качества образования.

Реформы системы высшего и среднего профессионального образования проводятся планомерно, и на данный момент вузами республики развиваются также программы PhD, которые пользуются спросом среди иностранных слушателей.

**Выводы.** Проведенное исследование показало, что за 2018-2022 годы наблюдается тенденция роста численности студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего и среднего профессионального образования Кыргызской Республики как из стран СНГ, так и из стран вне СНГ. Таким образом, экспорт образовательных услуг в развитии туризма в Кыргызской Республике

занимает значительное место и потенциал его развития высок, что подтверждается развитой системой образования в Кыргызской Республике.

**Список использованных источников:**

1. Клячко, Т.Л. Экспорт высшего образования: состояние и перспективы в мире и России / Т.Л. Клячко, Г.А. Краснова // Экономика науки. – 2015. – № 2. – С. 102-108. – Текст : непосредственный.
2. Костюков, А.Л. Особенности экспорта российских образовательных услуг / А.Л. Костюков // История. – 2016. – № 20. – С. 51-65. – Текст : непосредственный.
3. Рисин, И.Е. Экономический анализ экспорта образовательных услуг / И.Е. Рисин // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 16 (145). – С. 12-18. – Текст : непосредственный.
4. Штычно, Д.А. Экспорт образования как потенциальный фактор развития регионов Российской Федерации / Д.А. Штычно // Федерализм. – 2018. – № 4. – С. 195-203. – Текст : непосредственный.
5. Амиров, Р.А. Экспорт образовательных услуг как важнейший фактор повышения конкурентоспособности и экономического развития страны / Р.А. Амиров // Управленческое консультирование. – 2018. – № 8 (116). – Текст : электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eksport-obrazovatelnyh-uslug-kak-vazhneyshiy-faktor-povysheniya-konkurentosposobnosti-i-ekonomicheskogo-razvitiya-strany> (дата обращения: 17.09.2023).
6. Судакова, Г.П. Экспорт образовательных услуг вузов Иркутской области / Г.П. Судакова. – Текст : электронный // URL: [www.buk.irk.ru/GIGP\\_2005/publish/36.doc](http://www.buk.irk.ru/GIGP_2005/publish/36.doc) (дата обращения: 17.09.2023).
7. Andreeva Elena, Maslennikov Mikhail et. al. (2022). Development of Educational Services Exports of Russia and Its Regions. [S.l.] : SSRN. – URL: <https://ssrn.com/abstract=4024237> (date of access: 09.17.2023).

**Ключевые слова:** туризм, экспорт образовательных услуг, студент, образовательные организации высшего профессионального образования, образовательные организации среднего профессионального образования.

**Key words:** tourism, export of educational services, student, educational organizations of higher professional education, educational organizations of secondary vocational education.

УДК 910

**Беляева А.Н.,**  
обучающаяся 2 курса магистратуры  
направления подготовки «Психолого-педагогическое образование»,  
Гуманитарно-педагогический институт  
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»,  
г. Тольятти, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В БРАЗИЛИИ**

**Особенности развития индустрии туризма в Бразилии.** В данной статье рассматриваются ключевые моменты развития туризма в Бразилии на современном этапе.

«Тропический великан», «континент внутри континента» – чаще всего такую характеристику дают самой большой стране Южной Америки Бразилии. На тропических островах Бразилии много пляжей и коралловых рифов, подходящих для дайвинга, серфинга, яхтинга, а также для отдыха и небольшого путешествия [5]. Туристов восхищает удивительное разнообразие природы: величественная река Амазонка и широкие водопады, пышные тропические леса и равнинные ландшафты, похожие на пустыни, километры океанских побережий и кокосовые леса. Здесь сосуществуют удивительная духовность и неграмотность, бедность и богатство, суперсовременные формы архитектуры и традиционный образ жизни жителей [4].



Португалия, бывшая метрополия, оказала значительное влияние на культуру страны. Официальным и почти единственным разговорным языком в стране является португальский. Согласно религиозным убеждениям, большинство жителей Бразилии являются католиками, что делает Бразилию страной с самым большим количеством католических верующих в мире [4].

Португальское происхождение по-прежнему доминирует – обычаи первых поселенцев-колонизаторов до сих пор популярны. Однако влияние индейцев и африканцев также неоспоримо. Язык тупи-гуарани широко используется: в XVI веке священнослужители перенесли на нем катехизис и использовали его для деятельности в северной Бразилии. Многие слова в современном португальском бразильском языке индейского происхождения. Влияние индейской культуры особенно очевидно в Амазонском регионе, а следы африканской культуры больше прослеживаются на побережье Бразилии, северо-востоке и юго-востоке [8].

Бразильская культура еще не до конца сформирована, и по сей день она представляет собой совокупность различных исторических традиций разных этнических групп, которые составляют бразильскую нацию [5].

**Features of the development of the tourism industry in Brazil.** This article discusses the key points of tourism development in Brazil at the present stage.

«Tropical giant», «continent within a continent» is most often such a characteristic given to the largest country in South America, Brazil. There are many beaches and coral reefs on the tropical islands of Brazil, suitable for diving, surfing, yachting, as well as for recreation and a short trip [5]. Tourists are fascinated by the amazing diversity of nature: the majestic Amazon River and wide waterfalls, lush tropical forests and flat landscapes similar to deserts, kilometers of ocean coasts and coconut forests. Amazing spirituality and illiteracy, poverty and wealth, ultra-modern forms of architecture and the traditional way of life of residents coexist here [4].

Portugal, a former metropolis, has had a significant impact on the culture of the country. The official and almost the only spoken language in the country is Portuguese. According to religious beliefs, the majority of the inhabitants of Brazil are Catholics, which makes Brazil the country with the largest number of Catholic believers in the world [4].

Portuguese origin still dominates – the customs of the first colonialist settlers are still popular. However, the influence of Indians and Africans is also undeniable. The Tupi-Guarani language is widely used: in the 16<sup>th</sup> century, the clergy transferred the catechism to it and used it for activities in northern Brazil. Many words in modern Portuguese Brazilian are of Native American origin. The influence of Native American culture is especially evident in the Amazon region, and traces of African culture are more visible on the coast of Brazil, northeast and southeast [8].

Brazilian culture has not yet been fully formed, and to this day it is a combination of various historical traditions of different ethnic groups that make up the Brazilian nation [5].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема развития индустрии туризма в Бразилии в последнее время исследована широко, но в основном это учебные пособия начала 2000-х годов. Изучению проблемы уделяли внимание следующие авторы: А.В. Гладун, С.П. Шпилько [3], А.А. Романов, Р.Г. Саакянц [2].

**Выделение нерешенной проблемы.** Развитие индустрии туризма в Бразилии заключается в огромном многообразии природно-климатических и историко-культурных достопримечательностей в этой стране. Удачное сочетание различных культур и народов оказало значительное влияние на менталитет местного населения. На развитие инфраструктуры туризма оказало большое значение проведение таких масштабных спортивных мероприятий как Чемпионат мира по футболу-2014 и Олимпиады в Рио-де-Жанейро в 2016 году [4].

Можно отметить, что Бразилия обладает перспективами и ресурсами для развития познавательного туризма, а также рекреационного, спортивного, делового и оздоровительного. Тот факт, что туризм является активно развивающейся отраслью, еще раз доказывает, что в ближайшем будущем данная сфера экономики принесет большую часть национального дохода стране, которая в настоящее время пока не до конца реализована [4].

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в определении ключевых особенностей развития индустрии туризма в Бразилии.

**Изложение основного материала.** Самой посещаемой туристами южноамериканской страной является Бразилия – одно из крупнейших государств Южного материка. Бразилия – одна из

развивающихся стран. Она обладает значительной территорией, богатой минерально-сырьевой базой и уникальной экосистемой тропических лесов Амазонки, известных как «легкие мира» [8].

Каждый год Бразилию посещает около пяти миллионов туристов. Это огромное государство во многом отличается от других стран Южной Америки. Бразилия расположена в поясе с экваториальным, субэкваториальным, тропическим и субтропическим климатом и известна как большой ботанический сад, в котором растет около 50 000 растений, или четверть того, что известно в мире [4].

Необходимо отметить, что времена года в Бразилии распределяются таким образом: весна – с 22 сентября по 21 декабря, лето – с 22 декабря по 21 марта, осень – с 22 марта по 21 июня, зима – с 22 июня по 21 сентября [3].

Цены на туристические услуги вырастают в канун Нового года и во время Карнавала. Дешевле всего летать в Бразилию зимой – с июня по август, и климат в эти месяцы наиболее приятный для россиян [3].

Гражданам России не нужна виза для краткосрочных деловых визитов или визитов к друзьям и родственникам, а также с целью туризма сроком не более 90 дней [3].

В Бразилии говорят на португальском языке, его бразильском варианте, но понимают испанский язык, английский язык также актуален, но в основном в туристических зонах [5].

Для того чтобы лучше понять разнообразие туристских ресурсов страны, в ней можно относительно условно выделить пять основных областей, что в определенной степени совпадает с ее экономико-географическим делением: Север, Северо-восток, Юго-восток, Юг и Запад [2].

Отличительной особенностью развития индустрии туризма является то, что Север, который охватывает Амазонию, одновременно насколько притягателен для туристов, настолько и сложен для развития туризма. Дикая, нетронутая природа и экзотические джунгли являются основными туристскими ресурсами. Лучше всего начинать свое путешествие по Амазонке из города Манаус, где есть аэропорт. При посещении данного региона рекомендуется сделать прививку от желтой лихорадки. Но только в Амазонке водятся розовые дельфины, с которыми можно даже поплавать [2].

Главной особенностью является то, что Северо-восток страны был заселен и освоен раньше других регионов и внимание гостей тут задерживают портовые города Ресифи и Салвадор. Город Салвадор (полное название Сан-Салвадор-да-Баия-ди-Годус-ус Сантус переводится как Святой Спаситель Бухты Всех Святых). Он богат красотой своих католических соборов и церквей, своим историческим и культурным наследием, яркими фестивалями и древней историей. Ресифи – столица штата Пернамбуку, расположенная в 835 километрах к северу от Салвадора. Ресифи часто сравнивают с итальянской Венецией. В 7 километрах от Ресифи находится город Олинда, один из наиболее хорошо сохранившихся колониальных городов Бразилии, известный своим старым городом, охраняемым ЮНЕСКО [2].

Природный заповедник Ленсойш расположен на северо-востоке штата Мараньян и занимает почти всю часть побережья. Это волшебная пустыня с белым песком и голубыми озерами с рыбой, единственное место в Бразилии с редкими экологическими и биологическими системами растений и животных. Туристов со всего мира привлекает сюда возможность прогуляться по песчаным дюнам [2].

Ключевой особенностью является то, что Юго-восток является главной экономической зоной и основным туристическим районом Бразилии. Нахождение здесь одного из самых красивых городов в мире – Рио-де-Жанейро, который живописно раскинулся на побережье залива Гуанабара определяет многое. Сочетание южных красок, причудливых гор и лазурности неба и моря, обилия солнечного света круглый год, необычайной красоты бухты Гуанабара и множества островов и километров обустроенных пляжей Копакабаны, Ипанемы и Леблона. Рио-де-Жанейро – яркий город Карнавала, развлечений на лучших пляжах Атлантического океана, всемирно известной статуи Христа Спасителя и улиц, залитых солнцем [2].

В трех часах езды от Рио-де-Жанейро расположен небольшой город-курорт Бузиос. Десятки комфортабельных отелей расположены на живописном океанском побережье. К услугам гостей удобные бухты и песчаные пляжи, яхты и внедорожники, разнообразные лавки, бары и кафе [2].

Важная особенность заключается в том, что еще одним важным туристическим центром является мегаполис Сан-Паулу. Это не только крупнейший промышленный центр Бразилии, но и всей Латинской Америки. Внешне Сан-Паулу похож на Чикаго, с теми же небоскребами, сталью и стеклом, строительными лесами и подъемными кранами, многолюдными и шумными улицами и

непрерывным потоком автомобилей. Среди туристических достопримечательностей следует отметить стадион «Пакаэмбу», где в свое время играл знаменитый футболист Пеле [2, с. 254-255].

Колониальная бразильская архитектура сформировалась под влиянием португальцев, но адаптировалась к тропическому климату. Большинство образцов этого стиля сохранилось в соборах и монастырях древнего города, особенно в Оуру-Прету, первой столице бывшей провинции, в штате Минас-Жерайс [6].

После открытия золота в Бразилии в городе появился стиль бразильского барокко. Этот стиль характеризуется сдержанностью наружного убранства зданий, отделанных мыльным камнем стального серого цвета, который использовался вместо европейского мрамора. Оуру-Прету был хорошо отреставрирован и теперь охраняется государством как национальное достояние Бразилии. В настоящее время он включен в список городов Всемирного наследия ЮНЕСКО [6].

Следует отметить, что самыми популярными фестивалями в честь праздников в Бразилии являются Карнавал, Новый год и Рождество. Карнавал ни в коем случае не является привилегией Рио-де-Жанейро. В каждом населенном пункте Бразилии проводят Карнавал, хоть он и не такой ослепительный, как в Рио-де-Жанейро или Сан-Паулу, в любом случае не менее интересный и полный местного колорита [7].

Карнавал в Бразилии состоит из четырех дней и четырех ночей безудержного веселья, которому невозможно находиться в стенах домов, клубов и стадионов, которое закручивает в свой круговорот весь город, несмотря на социальное положение, религиозные взгляды и национальность. Кульминацией праздника является соревнование школ самбы. Бразильский карнавал подобен буре – это безудержные эмоции, ускоренный ритм, цвет, музыка и чувство непрекращающегося веселья и интересного времяпрепровождения. Популярность этого мероприятия очень велика, и многие гости со всего мира приезжают в Рио-де-Жанейро, чтобы посмотреть его [2, с. 255].

Также можно выделить особенность, что Южный регион не так хорошо обустроен, как предыдущий регион, с точки зрения развития туризма, но по причине комфортного климата, близости к юго-востоку и большому городу Порту-Алегри, который известен своими шерстяными тканями и трикотажными изделиями, набирает популярность. Здесь одна из самых главных природно-климатических достопримечательностей – водопады Игуасу. Расположены они на границах трех стран – Бразилии, Аргентины и Парагвая. Расположенные в месте слияния рек Парана и Игуасу, водопады представляют собой потрясающий вид, когда огромные потоки воды низвергаются вниз с оглушительным звуком, образуя каскады. Огромный вихрь брызг создает необыкновенной красоты радуго. Шум водопада слышен за много километров [2, с. 255-256]. В национальном парке создан туристический центр, оборудованный панорамными дорогами и пешеходными тропами, вертолетными турами и морскими прогулками к водопаду [1].

Одним из аспектов является то, что обширная территория Западного региона привлекает туристов, главным образом, потому, что здесь расположена Бразилиа, новая столица страны. Это город, запланированный и созданный по единому проекту, воплощение мечты стать идеальным технологическим центром. Город был создан в форме, напоминающей самолет [2, с.256].

Все крупные иностранные авиакомпании летают напрямую в Бразилию (два главных международных аэропорта страны расположены в Сан-Паулу и Рио-де-Жанейро) [3, с.93].

Основным видом транспорта, которым пользуются бразильцы, является автомобиль. Протяженность автомагистралей составляет 1,7 миллиона километров. Протяженность железных дорог по всей стране составляет всего 30 тысяч километров. Между прибрежными городами часто курсируют автобусы. Но наиболее предпочтительным способом передвижения в Рио-де-Жанейро является такси. В городе действует ночной тариф на такси с 21.00 до 6.00. Есть две зоны обслуживания – Южная зона (буква «S» на такси) и Северная зона («N»), которая считается неблагоприятным районом для посещения туристов и стоимость проезда удваивается во время поездки [3, с.94].

Во многих внутренних и прибрежных районах страны огромная доля перевозок осуществляется речным и морским транспортом. Многие лодки, паромы, каботажные суда и моторные катера являются основным средством передвижения по Амазонке [8].

Характеризуя бразильскую кухню, можно заметить, что это результат смешения и взаимодействия трех кулинарных «культур»: индейской, африканской и португальской. Когда первые переселенцы португальцы приехали в Бразилию, они также привезли свои кулинарные традиции, также добавились рецепты, которые уходят глубокими корнями в культуру бразильских коренных

народов – южноамериканских индейцев. Вскоре колонизаторы привезли африканских рабов. И таким образом африканские традиции кулинарии также стали неотъемлемой частью кухни Бразилии [5].

Однако дать общее описание бразильской кухни невозможно. Каждый регион Бразилии, в соответствии с общим культурным влиянием, имеет свои собственные особенности и кулинарные традиции [5]. Однако гастрономический туризм в Бразилии хорошо развит, кухня в меру пряная и не сильно острая, здесь много мясных и рыбных блюд, экзотических фруктов, сладких и вкусных десертов, которые необходимо попробовать всем туристам.

Стоит отметить, что Бразилия – довольно безопасная страна, особенно по сравнению с другими странами Южной Америки. Но важно соблюдать основные меры безопасности и знать все принципы предосторожности. Лучше гулять по крупному городу в южной стороне и избегать бедных районов. Прогулка именно по центру и северу Рио-де-Жанейро может быть опасной для жизни. Кроме того, не стоит демонстрировать дорогое техническое оборудование на улице или иметь крупную сумму денег. Очень важно оставлять ценные вещи и документы в отеле, особенно в крупных туристических городах, где много трюков (фавел) [5].

**Выводы.** В заключение необходимо отметить, что особенности развития туризма в Бразилии предопределены обширной территорией страны и наличием разнообразных видов отдыха и возможностей для их развития. Бразилия предлагает для туристов достаточно разнообразные варианты отдыха: экологический туризм, который является одним из наиболее популярных, разнообразные курорты с обустроенными пляжами, приключенческий туризм, а также историко-культурный туризм в штате Минас-Жерайс. Наиболее популярны поездки на Амазонку, пляжи и пустыни с голубыми озерами в регионе Северо-восточной зоны, озера Пантанала, деловой туризм в Сан-Паулу, пляжи и достопримечательности Рио-де-Жанейро и Бузиоса, которые в ближайшем будущем еще посетят миллионы туристов со всего света.

#### **Список использованных источников:**

1. Долженко, Г.П. Основы туризма: учеб. пособие / Г.П. Долженко. – Ростов-на-Дону: Феникс; М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2009. –320 с. – Текст: непосредственный.
2. Романов, А.А. География туризма: учеб. пособие / А.А. Романов, Р.Г. Саакянц. – М. : Советский спорт, 2002. – 464 с. – Текст: непосредственный.
3. Шпилько, С.П. Справочник для выезжающих в турпоездку за рубеж (по состоянию на 1 июня 2006 г.) / С.П. Шпилько, А.В. Гладун. – М. : Издательство «Финансы и статистика», 2006. – 416 с. – ISBN 5-279-03174-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/53804> (дата обращения: 11.10.2023).
4. Бразилия – Текст : электронный // URL: <https://studfile.net/preview/3059710/page:36/> (дата обращения: 30.09.2023).
5. Бразилия – Текст : электронный // URL: <https://travelask.ru/brasilgia?ysclid=lnogere4vx787651933> (дата обращения: 29.09.2023).
6. Бразилия. Архитектура – Текст : электронный // URL: [https://tuttifrutti-yuliya.blogspot.com/2011/06/blog-post\\_5144.html](https://tuttifrutti-yuliya.blogspot.com/2011/06/blog-post_5144.html) (дата обращения: 29.09.2023).
7. Праздники Бразилии – Текст : электронный // URL: <https://pandia.ru/text/82/289/85887.php?ysclid=lnlagodiah545385273> (дата обращения: 05.10.2023).
8. Рельеф джунглей Амазонки: флора, фауна и многое другое – Текст : электронный // URL: <https://clck.ru/36538B> (дата обращения: 10.10.2023).

**Ключевые слова:** Бразилия, туристские ресурсы, индустрия туризма, бразильская кухня, культура Бразилии.

**Keywords:** Brazil, tourism resources, tourism industry, Brazilian cuisine, Brazilian culture.

УДК 338.48

**Василенкова А.В.,**

обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки  
«Международные гуманитарные связи»,  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»,  
г. Санкт-Петербург, Россия

## **ТЕНДЕНЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И ФРАНЦИИ В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Тенденции сотрудничества России и Франции в сфере делового туризма на современном этапе.** В статье проводится анализ развития делового туризма на современном этапе, который является одной из динамично развивающихся туристских отраслей, а также неотъемлемой частью международных отношений, способной влиять на важные внешнеполитические задачи и мировую экономику. Россия и Франция в течение многих лет занимаются продвижением национального турпродукта своих стран, и поэтому имеется значительный потенциал для взаимного сотрудничества в данной сфере. Таким образом, в статье обозначаются основные формы и динамика международного сотрудничества России и Франции в сфере делового туризма. Обе державы заинтересованы в поддержании взаимных контактов, поэтому ежегодно проводятся различные конференции, форумы и саммиты, направленные на установление прямых связей и обменом опытом. Однако, российский рынок делового туризма развивается не так стремительно, как зарубежный. Тем не менее, опыт сотрудничества с Францией может помочь заполнить пробелы в ресурсах делового туризма, которые образовались вследствие плохо скоординированной работы между соответствующими институтами, а также отсутствия структурированной и чёткой стратегии по продвижению данной сферы.

**Trends of cooperation between Russia and France in the field of business tourism at the current stage.** The article analyzes the development of business tourism at the current stage, which is one of the dynamically developing tourism industries, as well as an integral part of international relations, capable of influencing important foreign policy goals and the world economy. Russia and France have been promoting the national tourism products of their countries for many years, and therefore there is considerable potential for mutual cooperation in this area. Thus, the article outlines the main forms and dynamics of international cooperation between Russia and France in the field of business tourism. Both powers are interested in maintaining mutual contacts, so various conferences, forums and summits are held annually aimed at establishing direct ties and exchanging experience. However, the Russian business tourism market is not developing as rapidly as the foreign one. Nevertheless, the experience of cooperation with France can help fill the gaps in the resources of business tourism, which were formed due to poorly coordinated work between the relevant institutions, as well as the lack of a structured and clear strategy to promote this area.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Процессам, освещённым в данной статье, посвящено небольшое количество фундаментальных исследований, что объясняется недавностью происходящих событий. Так, вопросы международного сотрудничества в области делового туризма раскрыты в трудах таких авторов, как Дж. Суарбрук и С. Хорнер [8], Е.В. Кравченко [3], А.Н. Елизаров [1], А.Н. Захаров [2], И.В. Простаков [4]. Отсутствие в научной литературе обобщающих работ по сотрудничеству России и Франции в сфере делового туризма обуславливает актуальность исследования этого направления.

**Выделение нерешенной проблемы.** Рассматривая сотрудничество России и Франции, стоит отметить, что отрасль делового туризма сформировалась во Франции раньше. Франция уже на протяжении нескольких лет удерживает позиции одной из самых популярных МЦСЕ-дестинаций в мире. Что касается российского рынка делового туризма, то он берёт начало лишь в 1990-ых годах и является достаточно новой отраслью в российском туризме. Главной задачей России является заявить о себе на международной арене в качестве одной из перспективных МЦСЕ-дестинаций и показать зарубежным рынкам свой потенциал в сфере делового туризма. Вследствие этого, Франция представляет особый интерес для России как источник ценных знаний и опыта в развитии данной индустрии. Россия стремится довести свой рынок делового туризма до европейских стандартов, и Франция в этом случае является хорошим партнёром. Франция же, имея высокий уровень развития в сфере делового туризма, стремится удержать свои позиции как одного из главных центров МЦСЕ-

индустрии. Французские специалисты активно занимаются совершенствованием отрасли и поиском новых потенциальных рынков.

**Цель работы.** Цель данной статьи заключается в определении основных форм, содержания и перспектив развития сотрудничества России и Франции в сфере делового туризма.

**Изложение основного материала.** Деловой туризм становится одним из самых экономически эффективных видов туризма в мире. Во-первых, такой тенденции способствует то, что деловые поездки зачастую планируются как минимум за полгода, что делает динамику деловых туров прогнозируемой и стабильной. Во-вторых, это всесезонность деловых программ и их доходность, поскольку бизнес-туры ориентированы на потребителя услуг со средним и высоким уровнем доходов [8, с.4-7]. По данным World Tourism Organization, расходы в 2015 г. на участника делового мероприятия уже составляли 1540 евро в день.

Российской ассоциацией бизнес-туризма деловой туризм определяется как «поездки со служебными целями, как правило, без получения доходов по месту командирования». Целями развития делового туризма, обозначенными в «Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.» являются увеличение привлеченных международных мероприятий и выход в топ-20 мирового рейтинга конгрессных территорий; увеличение въездного туризма в два раза. Для достижения подобных показателей предлагается сбор и анализ лучших мировых практик, продвижение делового туризма на международном туристском рынке и на международных тематических выставках. Также, по оценке ЮНВТО, к 2020 году Россия должна была войти в десятку стран лидеров по приёму туристов [1, с.25]. Этот прогноз подтвердился, и на 2020 год Россия заняла 9-ое место в рейтинге. Наибольшее количество деловых мероприятий традиционно проводится в Москве (около 40% от общего числа), а Московская международная выставка «Путешествия и туризм» (МИТТ) входит в пятерку самых крупных туристских ярмарок мира. Санкт-Петербург находится на рубеже второго и третьего места в рейтинге, периодически уступая свою позицию Сочи. Исследователи делового туризма в России считают, что в будущем Сочи будет активно развиваться в этом направлении и сможет удержать стабильный рост со стороны делового сегмента, в то время как на другой курортный регион России – Крым, сейчас приходится менее 1% конгрессно-выставочных мероприятий, несмотря на улучшение инфраструктуры делового туризма в этом регионе [6]. Всё же темпы развития делового туризма в России не такие стремительные, как за рубежом. По мнению Е.В. Кравченко, основными причинами отставания России являются отсутствие необходимой целенаправленной государственной программы развития делового туризма, отставание ряда регионов, недостаточное информированием о деловом потенциале нашей страны на международных рынках и нехватка высококвалифицированных профессиональных кадров в данной отрасли [3, с.13-14].

Во Франции под деловым туризмом (tourism d'affaires) понимается деятельность и потребление услуг, связанных с поездками и пребыванием людей в местах, находящихся за пределами их обычной географической среды, и выполняемые по деловым соображениям. Доля делового туризма от общего дохода туристской деятельности во Франции составляет 10%. В законе «О развитии и модернизации туристических услуг от 2009 года, дополненный и измененный законом от 2012 года», направленного на устойчивую модернизацию сектора туризма во Франции, термин «деловой туризм» был введен в закон как сектор, имеющий высокий потенциал.

Непревзойдённая репутация Франции в сфере делового туризма позволяет удерживать ей устойчивые позиции, как одной из самых популярных МICE-дестинаций на мировом рынке профессионального делового туризма. Быстрыми темпами развивается и инфраструктура делового туризма. Так, на территории страны имеется около 2000 учреждений, способных провести конференции, конгрессы и саммиты. Примерно 20% от проводимых конгрессов во Франции являются международными. Одними из самых масштабных выставочных центров являются «Paris Expo porte de Versailles», в котором проходит ежегодная туристическая выставка IFTM TOP RESA и «Paris Nord Villepinte». Успешному продвижению делового туризма во Франции также способствует наличие новейших и качественных технологий и техники, используемых в данной сфере. Можно выделить три региона Франции, в которых наиболее развит деловой туризм. Это такие регионы как Иль-де-Франс, Рона-Альпы и Прованс-Альпы-Лазурный берег. На данные регионы приходится 120 центров для проведения конгрессов и саммитов, а также все 80 выставочных центров. Регион Париж Иль-де-Франс – наиболее популярный регион для проведения деловых мероприятий, так как на его долю приходится 42% всех проводимых во Франции конгрессов и саммитов. Этому способствует хорошая

инфраструктура обслуживания, большой спектр гостиниц, удобное месторасположение и транспортная доступность.

Существует несколько причин, по которым Россия представляет для Франции особый интерес. Во-первых, Россия является быстро развивающимся государством, в котором происходит динамичный экономический рост, поэтому она является перспективным поставщиком деловых туристов. Во-вторых, Россия уделяет большое внимание наращиванию потенциала в данной отрасли, в результате чего рост годовых расходов на деловой туризм с каждым годом увеличивается по сравнению с такими развитыми странами как Германия, Великобритания или США. Начиная с 2011 года, активно предпринимаются меры по продвижению МІСЕ-возможностей Франции на российском рынке [4, с.8]. Эти меры предпринимались по инициативе французского Агентства по туризму Atout France, а в частности его отдела – Французского клуба по продвижению рецептивного делового туризма. Также офисом по туризму и конгрессной деятельности в Париже L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris в 2003 году был создан специальный комитет, который занимается продвижением Франции на российском рынке (Comité Russie). Мероприятия, проводимые этими институтами, способствовали коммуникации между французскими и российскими МІСЕ-компаниями, создание русскоязычного сайта «Franceguidepro», где были размещены информация о возможностях Франции в секторе бизнес-мероприятий, а также организации образовательных туров во Францию для российских профессионалов.

Как уже говорилось ранее, Франция представляет для России большой интерес в качестве партнёра в сфере делового туризма, имеющим большой опыт и потенциал в развитии этой сферы. Например, для России представляется выгодным сотрудничество в сфере развития туристской инфраструктуры. В России существует нехватка доступных отелей с высоким качеством обслуживания. Эффективное решение данной проблемы заключается в сотрудничестве с французским оператором отелей Ассог, который работает в России с 1992 года. На 2020 г. Ассог осуществляла управление 46 гостиницами в 23 городах России. Во-вторых, положительный результат в франко-российском сотрудничестве обеспечивает опыт законодательного регулирования туристической отрасли и создание специализированных структур. Во Франции уже давно существует Ассоциация туристских агентств Франции (APST). Деятельность данной организации заключается в предоставлении финансовых гарантий большинству туристских фирм, контроле над соблюдением законодательства ее членами и в содействии своим туроператорам, помощи в проведении систематического анализа туристического рынка и других исследований. Ассоциация туристских агентств Франции ставит перед собой цель, заключающуюся в обеспечении качества услуг, оказываемых членами данного объединения, потребителям этих услуг. Примером такой организации в России является Ассоциация бизнес-туризма.

Российская Ассоциация бизнес-туризма основана в 2004 году под названием Ассоциация агентств делового туризма (ВТАА). С 2008 года ВТАА сотрудничает с Ассоциацией корпоративных управляющих деловыми поездками (АСТЕ). В 2011 году у ВТАА изменилась концепция. Ассоциация стала объединять не агентства делового туризма, а корпоративных покупателей бизнес-трэвел услуг. Поэтому Ассоциация агентств делового туризма была переименована в Ассоциацию бизнес-туризма (АБТ). Задачами организации являются выработка общей стратегии развития рынка делового туризма, решение задач взаимодействия с поставщиками услуг, защита солидарных интересов в государственных органах и проведение аналитических исследований. Данная Ассоциация стала для государства источником информации о рынке делового туризма и МІСЕ в России.

Крупнейшим совместным франко-российским проектом в сфере делового туризма является проект развития туристической инфраструктуры курортов Северного Кавказа. Данный проект активно обсуждался во время саммита «большой восьмерки» в Довиле в 2011 году. Партнёром России со стороны Франции стала холдинговая группа Caisse de Depot, которая объясняет свою заинтересованность в проекте тем, что их целью является «служение интересам общества и экономического развития в регионе» [7]. Данный проект способствовал интеграции России в мировое экономическое сообщество и укрепил связи между Европой и Россией, в том числе между Францией и Россией. Сотрудничая с французскими партнёрами в данном проекте, Россия несомненно приобрела важный опыт. Во-первых, этот проект был создан в форме государственно-частного партнерства, примеров которого в России очень мало. Более того, проект продолжает активно развиваться [2, с.15]. Так, в 2018 году в рамках поручения правительства в Москве АО «Курорты Северного Кавказа», «Корпорация развития Северного Кавказа» и французская компания РОМА

подписали соглашение о создании в Северо-Кавказском федеральном округе совместного предприятия по производству оборудования для горнолыжных курортов «Национальные канатные дороги».

Ещё один проект, в котором Франция принимала активное участие, – проект «Большая Москва», аналог французского проекта «Большой Париж». Проект «Большой Париж» был разработан при президенте Н. Саркози в 2007-2010 годах в целях расширения старых границ, которые были сформированы 1,5 века назад. Проект «Большой Париж» был взят в качестве аналога, так как и Москва и Париж имеют схожие проблемы: активный рост и проблема дорожно-транспортной ситуации. Французский проект разработан на механизме государственно-частного партнёрства. Подобный механизм также используется и в российском проекте [5]. Важность этого проекта для российской отрасли делового туризма заключается в том, что он выявил отсутствие в Москве на тот момент такой важной структуры как конгрессное бюро. Лишь в 2017 году была создана подобная структура в России – Национальное конгресс-бюро.

Распространение COVID-19 в 2021 г. сильно ударило по развитию индустрии культурного туризма, так как новая коронавирусная инфекция вынудила страны закрыть границы. Открытие границ для туристов из России во Францию произошло только 2 февраля 2022 г., но это продлилось недолго. В связи с проведением Россией специальной военной операции на Украине Франция перестала выдавать визы россиянам в рамках действия санкций. Тем не менее, 1 апреля 2022 г. посольство Франции объявило о возобновлении выдачи виз гражданам России, а подать заявления на туристические визы уже можно будет без ограничений, связанных с COVID-19.

**Выводы.** Таким образом, проанализировав состояние российского и французского рынков делового туризма, можно отметить, что Франция имеет большой опыт в развитии индустрии делового туризма, в то время как Россия имеет некоторые проблемы в данной сфере, так как отрасль делового туризма относительно молодая в туристском секторе страны. Россия стремится заполнить пробелы в развитии делового туризма и показать себя как одна из быстроразвивающихся и перспективных МІСЕ-дестинаций. В таком случае партнёрство между двумя государствами является перспективным и выгодным как для России, так и для Франции. В частности, французский опыт, проекты и методы будут особенно полезны для Российской Федерации в таких направлениях развития делового сектора как укрепление нормативно-правовой базы, развитие туристической инфраструктуры, территориальное планирование, а также развитие форм государственно-частного партнёрства в сфере делового туризма.

Более того, сотрудничество с Францией будет способствовать более эффективной интеграции России в европейский рынок профессионально-деловой индустрии. Со стороны Франции Россия также представляет интерес как быстроразвивающийся и растущий потенциальный рынок делового туризма для французских компаний.

#### **Список использованных источников:**

1. Елизаров, А.Н. Деловой туризм и устойчивое развитие туристической отрасли России / А.Н. Елизаров // Вестник РЭУ. – 2013. – № 4. – С. 18-28. – Текст : непосредственный.
2. Захаров, А.Н. Государственно-частное партнерство в российском туризме / А.Н. Захаров, А.А. Игнатьев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2011. – № 3. – С. 11-17. – Текст : непосредственный.
3. Кравченко, Е.В. Тенденции развития российского туризма: деловой туризма / Е.В. Кравченко // Актуальные вопросы современной науки. – 2009. – № 9. – С. 12-15. – Текст : непосредственный.
4. Простаков, И.В. Торгово-экономическое сотрудничество России и Франции: опыт и перспективы / И.В. Простаков // Внешнеэкономические связи. – 2007. – № 4. – С. 8-10. – Текст : непосредственный.
5. Иностраный опыт: Как создаётся «Большой Париж» // The Village. – 20 июля 2012. – Текст: электронный // URL:<https://www.the-village.ru/village/city/abroad/114551-bolshoy-parizh-i-bolshaya-moskva-opyt-rasshireniya-stolitsy> (дата обращения: 10.12.2022).
6. Рынок МІСЕ – популярные форматы и интересные направления // Be in Russia – 2019. – Текст: электронный // URL: [https://beinrussia.ru/01.04.2019\\_rinok\\_mice\\_\\_populyarnie\\_formati\\_i\\_interesnie\\_napravleniya](https://beinrussia.ru/01.04.2019_rinok_mice__populyarnie_formati_i_interesnie_napravleniya) (дата обращения: 17.03.2023).



7. Французский опыт, накопленный в Альпах, пригодится России // The Moscow Times. – 2012. – № 3. – Текст: электронный // URL: <https://www.sinara-group.com/media/media-about-us/693277/> (дата обращения: 02.09.2023).
8. John Swarbrooke, Susan Horner. Business Travel and Tourism. Butterworth-Heinemann. – Oxford, 2001. – P. 352. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** деловой туризм, Россия, Франция, MICE-дестинация, перспективы, развитие.

**Keywords:** business tourism, Russia, France, MICE destination, prospects, development.

УДК 379.851

**Логвинюк А.Р.**,  
обучающийся 1 курса бакалавриата  
направления подготовки «Технология транспортной логистики»,  
*научный руководитель – Морозова Н.И.*,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Информатика»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»  
в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты, Россия

## ОПЫТ СИНГАПУРА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

**Опыт Сингапура в развитии туризма.** Рассматривается опыт туризма в зарубежных странах, в которых туризм играет важную роль в экономике, являясь одним из основных источников дохода. Многие страны активно развивают туристическую инфраструктуру и создают условия для привлечения иностранных туристов. Это позволяет им снизить зависимость от определенных отраслей экономики и развивать не только туризм, но и сопутствующие отрасли – гостиничный бизнес, рестораны, розничную торговлю и т.д.

Одной из основных трудностей опыта зарубежных стран в развитии туризма является баланс между продвижением туризма и сохранением природной и культурной среды. Часто стремление привлечь больше туристов и увеличить доходы от туризма может привести к разрушению окружающей среды, истощению природных ресурсов и потере аутентичности культуры местных сообществ. В некоторых случаях, слишком интенсивное развитие туризма может также привести к перегруженности инфраструктуры и сервисов, что негативно сказывается на качестве отдыха туристов и местных жителей. Сокращение доступа к популярным достопримечательностям из-за ограничений количества посетителей или неконтролируемого массового туризма может отрицательно повлиять на местную экономику и туристическую индустрию.

**Singapore's experience in tourism development.** This article examines the experience of tourism in foreign countries in which tourism plays an important role in the economy, being one of the main sources of income. Many countries are actively developing tourism infrastructure and creating conditions to attract foreign tourists. This allows them to reduce their dependence on certain sectors of the economy and develop not only tourism, but also related industries – hotel business, restaurants, retail trade, etc.

One of the main difficulties of the experience of foreign countries in tourism development is the balance between the promotion of tourism and the preservation of the natural and cultural environment. Often, the desire to attract more tourists and increase tourism income can lead to environmental destruction, depletion of natural resources and loss of cultural authenticity of local communities. In some cases, too intensive development of tourism can also lead to overload of infrastructure and services, which negatively affects the quality of recreation for tourists and local residents. Reduced access to popular attractions due to visitor restrictions or uncontrolled mass tourism can negatively impact the local economy and tourism industry.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Несмотря на то, что тема экономических аспектов в развитии туризма на сегодняшний день достаточно освещена в литературе, она остаётся

актуальной. Эту тему в своих работах раскрывают такие авторы, как А.Н. Мирошниченко, Е.В. Колотова. В целом, анализ последних исследований и публикаций указывает на существующие проблемы, но также и на уникальный опыт туризма в зарубежных странах. Правильное сочетание традиционных видов туризма с инновационными направлениями может способствовать устойчивому развитию этой отрасли и созданию благоприятной среды для туристических предприятий и потребителей, а также повышению прибыли.

Анализ последних исследований и публикаций по исследуемому вопросу показывает, что туризм становится все более значимым сектором в мировой экономике. Он оказывает положительное влияние на экономический рост, занятость, инвестиции и региональное развитие. Исследования туризма в Сингапуре показывают, что развитие туризма также способствует росту сбережений и инвестиций внутри страны. Туризм является важным источником дохода для многих стран и в современном мире наблюдается растущий интерес к развитию и продвижению туристической индустрии. Опыт зарубежных стран может быть полезным для развивающихся стран, которые также стремятся использовать свой туристический потенциал.

**Выделение нерешенной проблемы.** Проблемой является привлечение туристов в несезонные периоды. Некоторые страны предлагают различные активности и события, которые доступны вне сезона, чтобы развеять мифы о временных ограничениях. Это позволяет увеличить доходы и привлекательность туристического предложения вне главного сезона. Однако каждая страна имеет свои особенности и контекст, поэтому нельзя просто копировать модели различных стран. Важно адаптировать и приспособить под свои нужды и реалии места, учитывая опыт других стран и обучаясь на их примере.

**Цель статьи.** Цель данной статьи заключается в рассмотрении опыта зарубежных стран в развитии туризма, проблем и перспектив развития экономического роста туризма на примере Сингапура. Рассмотрены примеры успешной практики в решении данной проблемы, а также предоставлена статистика в сфере туризма.

**Изложение основного материала.** Развитие туризма в зарубежных странах имеет свои особенности, которые можно изучить и применить в контексте развития туризма в своей стране. Одной из основных причин успеха зарубежных стран в туристической отрасли является привлекательность туристического продукта. Многие зарубежные страны предлагают разнообразные виды отдыха – от экскурсионных программ до пляжного отдыха, спортивных мероприятий и культурных событий. Для привлечения туристов странам важно иметь хорошо развитую инфраструктуру, комфортное гостеприимство и доступность туристических объектов. Еще одним фактором успеха зарубежных стран в развитии туризма является активное продвижение туристического продукта на международном рынке.

Зарубежные страны активно позиционируют свои достопримечательности, культуру, гастрономию и другие преимущества своего туристического продукта через различные маркетинговые кампании, участие в выставках и конференциях, сотрудничество с туристическими агентствами и туристическими операторами из разных стран. Также отдельные страны успешно инвестируют в инфраструктуру и развитие туристической отрасли. Это включает в себя строительство новых гостиниц, ресторанов, развлекательных комплексов, развитие общественного транспорта, создание туристических маршрутов и другие мероприятия, направленные на повышение качества предоставляемых услуг. Обучение и подготовка персонала в сфере туризма также является важным фактором успеха зарубежных стран в развитии данной отрасли. Обученный и квалифицированный персонал способен предлагать высокую степень сервиса и удовлетворять потребности различных категорий туристов. Наконец зарубежные страны активно занимаются сохранением природных и культурных ресурсов, которые являются основным привлекательным фактором для туристов.

Остановимся более конкретно на опыте Сингапура, который образовался как отдельное государство в 1965 г. Примечательно, что в 1980-х гг. по инициативе местного правительства начали свое быстрое развитие именно информационно-коммуникационные технологии. Как оказалось, не зря, т.к. Сингапур в настоящее время согласно исследованию Doing Business находится на первом месте в рейтинге благоприятности условий для ведения бизнеса, занимая эту позицию на протяжении нескольких лет (Таблица 1).

Таблица 1 – Данные рейтинга Doing Business за 2019 г

Страна	Место в рейтинге	Кол-во баллов
Сингапур	1	88,27
Новая Зеландия	2	86,21
США	7	82,15
Германия	15	79,87
Россия	51	70,99
Израиль	53	70,56

По состоянию на 2019 год на протяжении первых трех кварталов объем доходов (исключая доходы в сферах экскурсионной деятельности и развлечений) в индустрии бизнес-туризма вырос на 6% по сравнению с показателем за аналогичный период 2018 года и составил \$3,15 млрд. Причина роста повышение расходов бизнес-туристов на отели, покупки и прочее, что компенсирует снижение числа бизнес-туристов на 5% до 1,75 млн.

Имея опыт проведения самых известных азиатских мероприятий, Сингапур продолжает предлагать инновационные решения для передачи знаний, идей и связей в целях создания новых возможностей для сектора деловых поездок и встреч, поощрительных поездок, конференций и выставок: the Business Travel and Meetings, Incentive Travel, Conventions and Exhibitions (BTMICE). Еще одной организацией, оказывающей поддержку уже непосредственно MICE-индустрии в Сингапуре, является конгрессно-выставочное бюро Сингапура (Singapore Exhibition & Convention Bureau™ – SECB) [3]. SECB является ведущим государственным учреждением, которое поддерживает индустрию деловых мероприятий в Сингапуре. Она направлена на то, чтобы сделать Сингапур приоритетным местом проведения деловых мероприятий, где система людей, технологий и инновационных концепций опирается на опыт поколений и на тенденции динамичного развития современных технологий.

**Выводы.** Один из ключевых факторов успеха зарубежных стран в развитии туризма – это сильное правительственное участие и поддержка. Многие из этих стран имеют конкретные стратегии и планы, посвященные развитию туризма, и назначают отдельные государственные службы и организации для его координации и продвижения. Важно также, что правительства предоставляют финансовые и налоговые преференции для привлечения инвестиций в туризм и поддержки местных предприятий в этой области. Качество и разнообразие туристических услуг в зарубежных странах также играют важную роль. Они стремятся предложить отличное обслуживание, развлечения и удобства с целью привлечения и удержания туристов. Отличные отели, рестораны, магазины и достопримечательности создают положительный опыт для туристов и способствуют их возвращению. Зарубежные страны успешно развиваются в различных сегментах туризма, таких как культурный, природный и спортивный. Они активно продвигают свои уникальные достоинства и особенности, чтобы привлечь целевую аудиторию.

Наконец, зарубежные страны активно работают над развитием инфраструктуры, которая отвечает потребностям туристов. Они стремятся сделать путешествие максимально комфортным и безопасным, предлагая надёжные транспортные связи, широкий выбор размещения и удобные условия проживания.

#### **Список использованных источников:**

1. Духовная, Л.Л. Глобальные экологические процессы: Новые тенденции развития мирового туристского рынка / Л.Л. Духовная, Л.Г. Буряк // *Сервис в России и за рубежом.* – 2010. – №4 (19). – С. 27-36. – Текст : непосредственный.
2. Игнатъев, А.А. Инновационный путь развития туризма на севере России с использованием зарубежного опыта / А.А. Игнатъев // *Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова.* Вступление. Путь в науку. – 2013. – № 2 (6). – С. 67-77. – Текст : непосредственный.
3. Краснова, Е.А. Международный опыт классификации гостиниц и иных средств размещения / Е.А. Краснова, Н.Ф. Маврина // *Гуманитарные технологии в современном мире: Материалы VI Международной научно-практической конференции.* – Калининград, 2018. – С. 238-243. – Текст : непосредственный.

4. Мендельсон, В.А. Межкультурная коммуникация как основа обучения иностранному языку: монография / В.А. Мендельсон, М.Р. Зиганшина. – Казань: КНИТУ, 2016. – 100 с. – Текст : непосредственный.
5. The Resource Constraints of the Tourism Industry Growth in Russia / I. B. Kushnir, E. B. Ivushkina, N.I. Morozova, A.N. Samodelov // Growth Poles of the Global Economy: Emergence, Changes and Future Perspectives / Plekhanov Russian University of Economics. – Luxembourg : Springer Nature, 2020. – P. 109-120. – DOI 10.1007/978-3-030-15160-7\_10. – EDN KFNRON. – Текст : непосредственный.
6. Morozova, N.I. Prospects for the development of Big data technologies in recommendation tourism systems / N.I. Morozova, I.B. Kushnir // Modern informatization problems in the technological and telecommunication systems analysis and synthesis (MIP-2023'AS) : Proceedings of the XXVIII-th International Open Science Conference, Yelm, WA, USA, 15 ноября 2022 года – 15 января 2023 года. – Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House LLC, 2023. – P. 162-169. – EDN KDUVNU. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** опыт туризма, развитые страны, экономика, туризм.

**Keywords:** tourism experience, developed countries, economy, tourism.

УДК 379.85. (075.8)

**Палий В.Л.,**

кандидат географических наук, доцент,  
заведующий отделением туризма,

**Дога Е.Ф.,**

старший преподаватель,

ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»,  
г. Тирасполь, Молдавия (Приднестровье)

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ**

**Особенности функционирования туризма в Приднестровье.** В статье рассматривается современное состояние туристско-рекреационной сферы в Приднестровье в связи с современными политическими и социально-экономическими проблемами региона. Дается оценка туристско-рекреационного потенциала республики. Приводятся статистические данные о посещениях туристов Приднестровья с 2014 по 2022 год. Показана роль экологических и экономических факторов в обеспечении аттрактивности территории для туристско-рекреационных целей. Определяются показатели устойчивого развития туристской отрасли. Обсуждаются проблемы оптимизации функционирования рекреации и туризма в Приднестровье.

Утверждается необходимость соблюдения эколого-экономического императива в комплексном решении задач возрождения туристско-рекреационной сферы Приднестровского региона в соответствии с концепцией устойчивого развития. Обозначается актуальность реализуемых мероприятий по развитию отрасли рекреации и туризма в республике. Констатируется актуальность развития инфраструктуры Приднестровского туризма как основы оптимального функционирования его туристских дестинаций. Приводятся критерии и факторы международного и регионального сотрудничества в области туризма и рекреации. Выявляются перспективы развития трансграничного туризма на территории бассейна Днестра. Определяется стратегия развития туристско-рекреационной деятельности в республике. Предлагаются рекомендации по оптимизации устойчивого развития туристско-рекреационной сферы. Выявляется роль эффективного совместного сотрудничества ПМР с другими государствами в сфере рекреации и туризма.

**The current state of the tourist and recreational sphere in Pridnestrovie and recommendations for its optimization.** The article examines the current state of the tourist and recreational sphere in Pridnestrovie in connection with the current political and socio-economic problems of the region. The assessment of the tourist and recreational potential of the region is given. Statistical data on the visits of

tourists from Pridnestrovie from 2014 to 2022 are given. The role of environmental and economic factors in ensuring the attractiveness of the territory for tourist and recreational purposes is shown. The indicators of sustainable development of the tourism industry in the republic are determined. The problems of optimizing the functioning of recreation and tourism in Pridnestrovie are discussed.

The necessity of observing the ecological and economic imperative in the complex solution of the tasks of reviving the tourism and recreational sphere of the Pridnestrovian region in accordance with the concept of sustainable development is stated. The relevance of the implemented measures for the development of the recreation and tourism industry in the republic is indicated. The relevance of the development of the Pridnestrovian tourism infrastructure as the basis for the optimal functioning of its tourist destinations is stated. The criteria and factors of international and regional cooperation in the field of tourism and recreation are given. The prospects for the development of cross-border tourism in the Dniester basin are revealed. The strategy of development of tourist and recreational activities in the republic is determined. Recommendations for optimizing the sustainable development of the tourist and recreational sphere are offered. The role of effective joint cooperation of the PMR with other states in the field of recreation and tourism is revealed.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам современного состояния туристско-рекреационной сферы Приднестровья и перспективам оптимизации ее функционирования занимались такие авторы, как Арбузова Н.Ю. [1], Еделев Д.А. [2], Карпова Г.А. [3], Севастьянов Д.В. [5], Туманов О.Н. [6].

Основным содержанием их исследования является мониторинг состояния туристской отрасли в Приднестровье, выявление проблемных факторов, ограничивающих его развитие, разработка рекомендаций и предложений по оптимизации функционирования сферы рекреации и туризма в регионе.

**Выделение нерешенной проблемы.** Приднестровский регион, (Приднестровская Молдавская Республика (ПМР)), обладает внушительным природно-ресурсным, историко-культурным и рекреационным потенциалом, позволяющим успешно развивать отрасль рекреации и туризма, несмотря на имеющиеся частичные геополитические и геоэкономические ограничения, и, надеемся временный, статус непризнанности. Отрицательным фактором развития туризма в Приднестровье, несомненно, является политическая изолированность и непризнанный статус этого региона, экономическая блокада, организованная в последние годы странами-соседями, отсутствие границы с Российской Федерацией. Эти обстоятельства затрудняют возможности для въезда и выезда туристов.

**Цель статьи** – рассмотреть особенности развития туристско-рекреационной сферы в Приднестровье и обозначить перспективы оптимизации ее функционирования.

**Изложение основного материала.** Левобережное Приднестровье, обладая внушительным ландшафтно-аттрактивным, культурно-историческим и ресурсным потенциалом, в ближайшей перспективе займет достойное место среди ведущих туристских дестинаций Европы. Регион представлен архитектурным многообразием возрожденных и сохранных объектов архитектурного зодчества – синагоги, католические костелы, православные храмы, памятники архитектуры, истории и археологии; садово-парковые объекты, картинные галереи и музеи. Для религиозного, этнического и культурно-исторического туризма данные объекты составляют основу аттрактивного потенциала республики. Следуя историческим традициям, Приднестровье обладает культурой искусной гастрономии и виноделия.

Сегодня основные тенденции спроса на рынке внутренней индустрии туризма выражены в «культивировании» традиционных и приоритетных видов рекреации – экологического, этнического, сельского, культурно-исторического, лечебно-оздоровительного, познавательного. Но в последние годы повысился интерес и к таким видам туризма как событийный, экологический, аграрный. В частности, на ежегодный праздник День образования Приднестровской республики в г. Тирасполь приезжают более 10000 иностранных граждан, с коммерческими целями ПМР ежегодно посещают около 4000 человек [4].

Несмотря на небольшие размеры Приднестровья, на этой территории располагаются около 20-ти особо охраняемых природных территорий (ООПТ) разного ранга – заказники и заповедники, природные памятники и др., которые являются популярными местами отдыха местных и иностранных рекреантов. Сохранность этих природных объектов является гарантией обеспечения рекреационной аттрактивности территории бассейна Днестра как туристской дестинации. Аттрактивные рекреационные дестинации, включающие в себя различные типы туристских

достопримечательных объектов, являются основой для развития различных видов туризма Приднестровья [5]. По данным авторских исследований (на 2022 г.) государственный заповедник «Ягорлык», парк-памятник ландшафтной культуры и искусства им. Д. Родина с. Чобручи, ландшафтные и исторические объекты с. Рашков и с. Строенцы ежегодно посещают более 6000 рекреантов, а живописный залив «Гоян» у притока р. Днестр – около 4000 туристов. Для данных аттрактивных объектов статистика, разумеется, скромная, однако в условиях сложившейся для Приднестровья геополитической и геоэкономической ситуации эти показатели являются обнадеживающими (Таблица 1). Самыми популярными местами отдыха в республике являются берега р. Днестр и его притоков, Кучурганское водохранилище, а также ландшафтные, культурные и санаторно-курортные объекты [4].

Таблица 1 – Посещение туристами Приднестровья в период 2014-2022 гг. (по данным Гос. службы статистики Приднестровья)

Туристские объекты	2014 год	2016 год	2018 год	2019 год	2022 год
г. Тирасполь	4500	6025	10300	15500	9000
г. Бендеры	6500	8030	16300	30500	17000
с. Строенцы, залив Гоян, парк им. Д. Родина	2500	3035	6050	7000	6031
Другие туристские объекты	1069	1100	3003	6070	7000
<b>Всего</b>	<b>14569</b>	<b>18190</b>	<b>35653</b>	<b>59070</b>	<b>39031</b>

Развитие курортного хозяйства Приднестровья увеличит полноту вовлечения туристских ресурсов республики, позволит диверсифицировать спектр услуг рекреационного бизнеса, создать новые места трудоустройства для населения, стимулировать производство сельскохозяйственной продукции, развитие отраслей сувенирной и пищевой промышленности. Комфортные условия и высокое качество предоставляемых услуг детерминируют возможности для привлечения зарубежных рекреантов, которые повысят приток финансов в местные и республиканский бюджеты, а в конечном итоге будут способствовать укреплению социально-экономических связей Приднестровского региона.

Следовательно, несмотря на объективные сложности существования Приднестровья, сфера отдыха и туризма продолжает существовать и развиваться. В республике осуществляют деятельность около 40 туристских компаний, 15 отелей, 5 лечебно-оздоровительных учреждений, около 25 сельских гостевых домов и несколько пансионатов отдыха. Это показывает, что в условиях экономической нестабильности туристская отрасль функционирует, способствуя созданию новых форм трудоустройства [5].

Создание в Приднестровье отвечающей современным критериям туристской отрасли, основанной на полном удовлетворении местных и иностранных граждан в потребностях отдыха и рекреации, услугах выездного и внутреннего туризма, должно ориентироваться на соблюдении принципов экономического и экологического императива, включающего рациональное использование туристского потенциала республики.

Постулаты устойчивого развития туризма и рекреации в Приднестровье включают комплекс мероприятий, обеспечивающих сохранность социокультурных и природных условий, а также предоставление качественных рекреационных услуг. Соблюдение эколого-экономического императива как инструмента устойчивого развития туризма в ПМР существенно отличается от традиционных подходов планирования рекреационной деятельности. Результатом его применения становится туристский продукт, производимый при сочетании привлекательных, пригодных для рекреации, природных комплексов и продукции различных народнохозяйственных предприятий. Итогом является создание комплексного туристского продукта, потребность в котором зависит от конструктивного взаимодействия народнохозяйственных отраслей республики. Ключевую роль при этом играет сервисный сектор.

Аттрактивность объектов рекреации детерминирует качество создаваемого комплексного турпродукта.

Устойчивость экономики региона обозначается в активизации функционирования промышленности, реализации природоохранных мероприятий, которые благоприятствуют развитию туристской деятельности, обеспечат достижение высоких результатов посредством рационального использования имеющихся в регионе природно-рекреационных ресурсов и потенциала экономики. Это приведет к повышению эффективности экономической производственной сферы. Оптимизация устойчивости культурной и социальной сфер повысит занятость населения левобережного Приднестровья и его дивиденды, диверсифицирует его морально-нравственные и материальные потребности. Это позволит сохранить самобытность края, этнические традиции и особенности, сложившийся жизненный уклад, а также, поддерживая самобытность региона, сохранит его культурно-исторические объекты. Обозначенные аспекты являются основой интенсивного развития туризма [6].

Обеспечение возможности эффективного функционирования государственного управления, проведение мониторинга развития рекреации, ландшафтных комплексов для элиминирования в них деструкции природных компонентов являются необходимыми условиями устойчивого развития приднестровского туризма.

В реализации плана по оптимизации функционирования рекреационных дестинаций необходимо взаимодействие четырех структурных уровней: органы власти, специалисты и ученые, местное население и потребители туристских услуг. Таким образом, к анализу особенностей современного экономического и социального развития ПМР необходимо привлечь комплексный эколого-экономический инструментарий, функционирование которого выявит проблемы и перспективы рационального использования туристских ресурсов территории. Фактор непризнанности Приднестровья и отсутствия общих границ с дружественными странами становится главным внешним препятствием, ограничивающим развитие сферы рекреации и туризма в республике.

Для повышения туристской аттрактивности Приднестровья для внешних рекреантов необходимо мирное сосуществование с соседними странами, предложение разнообразного туристского продукта, конструктивный маркетинговый подход, внедрение инновационных информационных механизмов и методов пропаганды, формирование системы квалифицированной подготовки кадров, финансовые вложения государства и частных субъектов в рекреационную инфраструктуру республики [5].

Активизация функционирования сферы туризма и рекреации в ПМР позволит значительно увеличить поток туристов и приток финансовых поступлений в ее экономику, обеспечить рост налоговых отчислений в республиканский и местный бюджеты, будет способствовать деятельности смежных экономических отраслей и повысит занятость населения. Рациональное и эффективное использование имеющихся в регионе рекреационных ресурсов при создании туристского комплекса с современной инфраструктурой, рекламная поддержка внутреннего и въездного туризма, повышение сервиса услуг детерминируют перспективное увеличение конкурентоспособности предлагаемого турпродукта. Основой развития туристской инфраструктуры Приднестровского региона должно стать сохранение его историко-культурной и природной составляющей. Необходимо активизировать деятельность по профессиональной подготовке специалистов, квалификация которых предопределяет реализацию Программы развития рекреационного природопользования и туризма в Приднестровье. Планируется получить положительный эффект в экономике: существенные финансовые поступления в государственный бюджет, создание новых рабочих мест. Для эффективного функционирования коммерческого туризма, нужно обновить туристскую инфраструктуру: объекты развлечения и питания, кемпинги, хостелы и гостиницы, улучшить качество дорожной сети [7].

Для преодоления последствий геополитической и экономической блокады Приднестровья со стороны соседних государств развитие въездного, внутреннего и выездного туризма может стать существенным аспектом, благоприятствующим позиционированию региона на международной арене и стимулирующим ее социально-экономическое развитие. Для региона важно развитие индустрии туризма не только в Приднестровском левобережье (где и расположена Приднестровская республика), а во всем трансграничном бассейне Днестра. Процесс осознания соседними с ПМР странами трансграничности экономических и экологических проблем, а также необходимости

комплексного подхода к их решению со стороны хозяйствующих субъектов обоих берегов Днестра (Молдовы и Приднестровья), является выходом из сложившейся негативной геополитической и геоэкономической ситуации. В условиях экономической нестабильности ПМР мы рассматриваем туристскую отрасль экономики как аспект позиционирования и создания положительного имиджа республики в международном пространстве [6,7].

Необходимо элиминировать политические диссонансы, редуцировать миграцию граждан с туристскими целями, осуществлять прозрачный таможенный контроль между приграничными с левобережным Приднестровьем странами. Эти мероприятия со стороны трансграничных с государствам послужат предпосылкой для развития рекреации и туризма для Приднестровья и сопредельных с ней государств. Туристская отрасль не должна быть политически зависимой, так как она не только приносит финансовые дивиденды, но и объединяет народы, способствует развитию культуры, познанию и коммуникабельности, оздоровлению, формированию этико-эстетических качеств и отдыху рекреантов. Выгодное транспортное и географическое положение левобережного Приднестровья является важным фактором для конструктивной международной туристской интеграции [1].

Перспективной представляется интеграция Приднестровья в экономическое, а следовательно и туристское пространство Российской Федерации и Беларуси. Эти дружественные государства предлагают Приднестровью принять участие в совместных проектах – в сфере туризма, здравоохранения, образования, экологии, экономики, транспортного и таможенного взаимодействия [3].

**Выводы.** Таким образом, для Приднестровья целесообразно развивать туристско-рекреационный потенциал совместно с сопредельными странами и постсоветскими республиками, разрабатывать общие проекты – в сфере туризма, здравоохранения, образования, экологии, экономики, транспортного и таможенного взаимодействия. При этом необходимо отдавать предпочтение конструктивным подходам на основе эколого-экономического императива, обеспечивающего экономическую эффективность проектов и позволяющего эффективно развивать туристско-рекреационную отрасль в регионе. Для решения этого кардинального вопроса представляется целесообразным максимально деполитизировать решения о внешнеэкономических связях, отдавать предпочтение конструктивным подходам и оценкам экономической эффективности проектов, в том числе и соблюдение эколого-экономического императива, позволившего эффективно развивать туристско-рекреационную отрасль [2].

Следует отметить, что Приднестровье – это регион с благоприятными, но пока слабо реализуемыми возможностями для развития туризма. Основной внешней проблемой для развития туризма в республике является политический фактор «непризнанности» Приднестровья и «замкнутость» этой территории между Украиной и Молдовой. Необходимо профессионально рекламировать туристские продукты, показывая все привлекательные стороны туризма в Приднестровье. Это детерминирует интенсивное развитие всех имеющихся в Приднестровье видов рекреационного природопользования и туризма, оптимизирует природоохранную и экономическую деятельность.

Вышесказанные аспекты имеют определяющее значение для повышения уровня и качества жизни полиэтничного населения Приднестровья, а следовательно, и оптимизации социально-экономического развития Приднестровской республики. При активной государственной поддержке и реализации инвестиционных проектов сфера рекреации туризма в Приднестровье может стать одной из ведущих в экономике республики.

#### **Список использованных источников:**

1. Арбузова, Н.Ю. Региональное развитие туризма / Н.Ю. Арбузова // Туристские фирмы. Вып. 40.- СПб. : «Невский фонд», 2006. – С. 20-23. – Текст : непосредственный.
2. Еделев, Д.А. Особенности формирования и развития системы рекреационных услуг / Д.А. Еделев // Современная научная мысль. – 2013. – № 5. – С. 113-122. – Текст : непосредственный.
3. Карпова, Г.А. Туризм как фактор повышения устойчивости развития региона / Г.А. Карпова // Туристские фирмы. Вып. 20. – СПб. : «Невский фонд», 2000. – С.139-141. – Текст : непосредственный.



4. Палий, В.Л. Туристско-рекреационный потенциал Приднестровья и перспективы его использования / В.Л. Палий // Вестник СПбГУ, сер.7, Геология. География. – 2016. – № 2. – С. 98-106. – Текст : непосредственный.
5. Палий, В.Л. Эколого-экономический императив как основа устойчивого развития туристско-рекреационной сферы в Приднестровье / В.Л. Палий, Д.В. Севастьянов // «Общество. Среда. Развитие». Научно-теоретический журнал. – 2016. – №3 (40). – С.102-109. – Текст : непосредственный.
6. Туманов, О.Н. Перспективы развития туризма в Черноморском и Средиземноморском регионах / О.Н. Туманов // Туристские фирмы. – 2001. – № 24. – С.49-51. – Текст : непосредственный.
7. Цикель, М.А. Тенденции развития регионального туризма в современных условиях (на примере Калининградской области) / М.А. Цикель // Туризм: право и экономика. – 2003. – № 1. – С. 20-27. – Текст : непосредственный.

**Ключевые слова:** геополитическое положение, туристско-рекреационная аттрактивность, инфраструктура туризма, трансграничность, эколого-экологический императив.

**Keywords:** geopolitical situation, tourist and recreational attraction, tourism infrastructure, cross-border, ecological and ecological imperative.

## НАШИ АВТОРЫ

Фамилия, имя, отчество	Страница	Научная степень, звание, должность
Акылбекова Нелли Ильинична	263	Доктор экономических наук, профессор, руководитель программы менеджмента, Институт менеджмента и бизнеса, Кыргызский национальный университет имени Ж. Баласагына, г. Бишкек, Кыргызская Республика
Алексеева Елена Владиславовна	33	Старший преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», г. Казань
Анисимова Виктория Викторовна	35	Кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма и менеджмента, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Ахметова Алина Наилевна	134	Обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Гостиничное дело», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
Баженова Алла Владимировна	41	Ассистент кафедры сервиса и туризма, Институт истории, международных отношений и социальных технологий ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград,
Бедулева Дарья Александровна	43	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», г. Тюмень
Беляева Александра Николаевна	267	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Психолого-педагогическое образование», Гуманитарно-педагогический институт ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», г. Тольятти
Болдина Марина Юрьевна	47	Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, общей и юридической психологии, Волгоградский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Волгоград,
Василенкова Анастасия Витальевна	272	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Международные гуманитарные связи», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», г. Санкт-Петербург
Васильева Ирина Евгеньевна	51	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Географические исследования территориальных систем», ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», г. Иркутск
Васькова Алёна Ивановна	43	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», г. Тюмень
Вашкевич Наталья Петровна	226	Аспирант, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», г. Санкт-Петербург
Ващенко Руслана Александровна	22	Обучающаяся 1 курса бакалавриата направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
Волкова Ольга Александровна	110	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Педагогическое образование», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Воронова Наталья Игоревна	9, 12	Кандидат философских наук, доцент кафедры всеобщей и отечественной истории и муниципального управления, ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет», г. Коломна

Гетманова Алевтина Андреевна	110	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Экология и природопользование», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Гизун Эвелина Игоревна	229	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Социология», ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет им. И. Канта», г. Калининград
Глухоедов Дмитрий Иванович	220	Обучающийся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь
Голубничая Светлана Николаевна	54	Кандидат биологических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Гречишников Дарья Сергеевна	58	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Гречка Елизавета Алексеевна	241	Обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Техносферная безопасность», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Джакаева Татьяна Вячеславовна	151	Заведующий отделом «Музей А.С. Пушкина в Гурзуфе», ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей заповедник», г. Ялта
Дикая Анна Владимировна	154	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Дога Елена Федотовна	279	Старший преподаватель, ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко», г. Тирасполь, Молдавия (Приднестровье)
Доронин Степан Сергеевич	70	Обучающийся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Картография и геоинформатика», Институт естественных наук ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Еремина Вера Карловна	188	Кандидат медицинских наук, младший научный сотрудник, Отдел «Дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе» ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», г. Ялта
Ермакова Елена Евгеньевна	62	Кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», г. Тюмень
Жорова Ольга Игоревна	65	Инженер, ассистент кафедры геологии и географии, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Кемерово
Завгородняя Александра Константиновна	193	Обучающаяся 1 курса магистратуры направления подготовки «Менеджмент», Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Севастополь
Зарбалиева Ниджабат Омар кызы	70	Инженер I категории картографической службы МКУ «Городской информационный центр», доцент кафедры географии и картографии ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград

Золотовский Владимир Алексеевич	75, 80	Кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой сервиса и туризма, Институт истории, международных отношений и социальных технологий ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Калашникова Елена Андреевна	110	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Педагогическое образование», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Калинкина Светлана Анатольевна	154, 254	Кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Карасева Анастасия Владимировна	247	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Управление персоналом», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Карпенко Галина Александровна	232	Кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса, Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Севастополь
Кибовская Екатерина Александровна	179	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Кожунова Надежда Андреевна	110	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Педагогическое образование», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Козар Александр Николаевич	15, 19	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», г. Казань
Козар Надежда Константиновна	15, 19	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», г. Казань
Коновалова Анна Витальевна	83	Старший преподаватель кафедры экономической, социальной и политической географии, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Кравченко Валерия Александровна	107, 239	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Техносферная безопасность», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Криволицкая Ирина Владимировна	168	Обучающаяся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Крячко Святогор Игоревич	171	Обучающийся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Кузнецова Алина Константиновна	83	Обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «География», ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Кулагина Яна Алексеевна	9	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», профиль «Историко-культурный туризм», ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет», г. Коломна
Кушхова Залина Валерьевна	193, 197	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса, Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Севастополь
Лазницкая Наталья Фёдоровна	88	Кандидат географических наук, доцент, директор Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиала) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Лешкевич Сергей Анатольевич	22	Доцент кафедры «Физвоспитание и спорт», ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
Линева Юлиана Геннадьевна	98	Менеджер Dream Café Отель «Планета IQ», г. Фрязино
Лисевич Анастасия Романовна	35	Обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Листопад Александр Владимирович	163	Обучающийся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Логвина Елена Владимировна	91	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, Институт «Таврическая академия» ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Логвинюк Антон Романович	206, 276	Обучающийся 1 курса бакалавриата направления подготовки «Технология транспортной логистики», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Лукьянова София Романовна	95	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», Институт экономики, управления и сервисных технологий ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина», г. Елец,
Лысиков Павел Иванович	25	Старший преподаватель кафедры сервиса и туризма, Институт истории, международных отношений и социальных технологий ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Макарова Дарья Дмитриевна	98	Кандидат экономических наук, доцент Высшей школы туризма и гостеприимства ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», доцент кафедры туризма и гостиничного бизнеса АНО ВО «Российский новый университет», г. Фрязино
Максимова Алёна Викторовна	174	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Мамбетова Айнура Айыповна	263	Кандидат экономических наук, доцент, Институт менеджмента и бизнеса, г. Бишкек, Кыргызская Республика

Мариупольский Станислав Михайлович	234	Обучающийся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Автоматизация технологических процессов и производств», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
Мартьянова Елена Георгиевна	158	Кандидат философских наук, старший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории по социологии, культурному туризму и прикладной этике при кафедре философии и культурологии, ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого», г. Тула
Масимова Айлан Назимовна	124	Обучающаяся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Матевосян Инна Александровна	183	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Минин Евгений Викторович	201	Аспирант, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь,
Мишечкин Геннадий Валерьевич	54	Кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Мозгов Антон Максимович	12	Обучающийся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», профиль «Историко-культурный туризм», ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет», г. Коломна
Мороз Татьяна Геннадьевна	102	Кандидат педагогических наук, доцент, заведующий межфакультетской кафедрой гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, ГАОУ ВО Ленинградской области «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина», Лужский институт (филиал), г. Луга
Морозова Нелли Игоревна	107, 206, 208, 218, 239, 241, 244	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Информатика», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Никонов Кирилл Анатольевич	138	Обучающийся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь
Овчаренко Ксения Тимуровна	211	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк
Овчаренко Людмила Александровна	211	Доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк
Орлова Екатерина Петровна	247, 251	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Управление и предпринимательство», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Павленко Дарья Максимовна	197	Обучающаяся 1 курса магистратуры направления подготовки «Менеджмент», Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Севастополь

Палий Виктор Леонидович	279	Кандидат географических наук, доцент, заведующий отделением туризма, ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко», г. Тирасполь, Молдавия (Приднестровье)
Писаненко Елизавета Романовна	142	Обучающаяся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк
Позднякова Татьяна Михайловна	110	Кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии, экологии и природоохранного права, ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Полежаев Денис Александрович	80	Обучающийся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», Институт истории, международных отношений и социальных технологий ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Полякова Алла Вениаминовна	113	Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры сервиса и гостиничного дела, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Приходько Тамара Петровна	116	Преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск
Прохорова Ольга Владимировна	29, 215	Кандидат экономических наук, доцент, ЧОУ ПО «Ставропольский многопрофильный колледж», г. Ставрополь
Рославцева Елена Александровна	113	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервиса и гостиничного дела, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Рубан Ангелина Антоновна	251	Обучающаяся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Управление персоналом», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Рыбалова Татьяна Валерьевна	43	Кандидат культурологи, доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», г. Тюмень
Сабырова Анаркул Озгорулушбековна	263	Старший преподаватель, докторант PhD, Международная высшая школа логистики, Кыргызский государственный технический университет имени И. Разакова, г. Бишкек, Кыргызская Республика
Садрисламова Вероника Анфировна	120	Лаборант Кунгурской лаборатории-стационара, Горный институт УрО РАН, г. Пермь
Себякина Ирина Николаевна	166	Обучающаяся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Семенова Анна Сергеевна	110	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Экология и природопользование», ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема», г. Биробиджан
Симонова Наталья Михайловна	163, 166	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Смирнов Дмитрий Валерьевич	168, 171, 174	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Старцева Наталья Владимировна	218	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Строительство и техносферная безопасность», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Стельмах Елена Анатольевна	124	Кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Судина Галина Игоревна	88	Обучающаяся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Трегулова Ирина Павловна	179, 183	Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Туренко Кирилл Васильевич	211	Обучающийся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк
Удалых Станислав Кузьмич	129	Кандидат экономических наук, доцент, заместитель руководителя, Иркутское региональное отделение Российской академии естественных наук, г. Иркутск
Хабибуллина Маргарита Ильфатовна	134	Обучающаяся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Гостиничное дело», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
Хисамутдинова Альбина Фанисовна	134	Старший преподаватель кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
Цыба Галина Константиновна	254	Обучающаяся 2 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», генеральный директор ООО «Кингс Вэй Интернэшнл», г. Севастополь
Чаузова Ольга Николаевна	232	Заместитель директора по научно-исследовательской работе Государственного автономного учреждения Севастополя «Центр развития туризма», г. Севастополь
Чеглазова Мария Евгеньевна	138, 220	Кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь
Чеснова Елена Николаевна	158	Кандидат философских наук, доцент кафедры философии и культурологии, ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого», г. Тула
Шепилова Валентина Григорьевна	142	Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», г. Донецк



Ширяевский Дмитрий Сергеевич	258	Обучающийся 1 курса магистратуры направления подготовки «Государственное и муниципальное управление», ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) государственный университет им. М.В. Ломоносова», г. Архангельск
Шкуренко Александра Евгеньевна	28, 244	Обучающаяся 2 курса бакалавриата направления подготовки «Техносферная безопасность», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Штельцер Максим Сергеевич	188	Младший научный сотрудник, Отдел «Дача А.П. Чехова и О.Л. Книппер в Гурзуфе» ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник», г. Ялта
Шнорр Жанна Павловна	146	Доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры бизнеса в сфере услуг, ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск

Научное издание

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

**Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации**

Сборник научных трудов

**Problems and prospects of tourism development  
in the Russia Federation**

Collection of Scientific Works

В редакции авторов



Издательство «Перо»  
г. Москва, ул. Нижегородская, д.29-33, стр. 27, ком. 105.  
Тел.: (495) 973-72-28, 665-34-36  
Подписано к использованию 16.10.2023.  
Размер 5,7 Мб. Заказ 949.