



ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Материалы

Всероссийской научно-практической конференции с международным участием

К 15-летию туристского образования в Казанском федеральном университете

Г. Казань, Республика Татарстан
10 ноября 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

В.А. Рубцов, Н.М. Биктимиров, Г.Н. Булатова, М.В. Рожко

КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ 7

Секция 1

РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Р.С.Амридинова

ИТОГИ ГРАНДИОЗНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО МЕРОПРИЯТИЯ В САМАРКАНДЕ 19

С.Р. Ескендинова, Т.Н.Самарханов

СХЕМАТИЧЕСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ МЕСТ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА ГОРОДА АСТАНЫ 26

И.И. Зиганшин

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРИРОДНОГО ЗАПОВЕДНИКА «ПРИСУРСКИЙ» 35

А.Ю. Кайдарак

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ЧАСТИ АЛТАЕ-САЯНСКОЙ ГОРНОЙ СТРАНЫ..... 44

М.А. Лось

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ 52

А.М. Нестеренко

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА НА БАЙКАЛЕ 61

Г.Ю. Сибгатуллина

ШКОЛЬНЫЙ ЭКОМАРШРУТ 68

С.Н. Соколов, Э.А. Ржепка

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА - ЮГРЫ 74

Н.В.Шигапова, Л.В.Моисеева

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА 83

Т.Ю. Шумкина, Н.Н. Климов, Д.В. Облогин

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА «КУРОРТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ» 90

Секция 2

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

А. Р. Гаязова, Г.Ф. Булатова

ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 98

И.В. Петрушев

РОЛЬ И МЕСТО ОТРАСЛИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ..... 106

Секция 3

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

С.М. Васина, Д. Бабаев

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ
..... 109

М.В. Гудковских

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ 115

Т.В. Дегтярёва, Д.М. Давыдова, М.В. Альникова

К ВОПРОСУ О ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В РОССИИ..... 122

А.И. Демьяненко, Т.В. Дегтярёва

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
..... 129

С.Д. Димитриева, Е.С. Андрющенко

БРЕНДИНГ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ..... 138

Ю.С. Захарова, О.А. Бунаков

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В
РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН..... 143

Ю.А. Киреева

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУР «ВКУСЫ ПРИБАЙКАЛЬЯ» 149

А.Г. Киямова, Р.А. Сафаргалина

СОБЫТИЙНЫЙ КАЛЕНДАРЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ
ГОРОДА НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ 157

Ли Тяшин, С.В. Панков

АГРОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ПРОВИНЦИИ
СЫЧУАНЬ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ..... 164

Е.В. Логвина

АНАЛИЗ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕЩЕРЕ «КИЗИЛ-
КОБА» (КРАСНАЯ) 171

И.И. Майорова

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ
..... 179

М.А. Манцерава

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ..... 186

М.Р. Мустафин, А.С. Насибуллина

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ ПО
РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН..... 193

Н.В. Пенкина, А.А. Масленникова

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ
ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ЭКОЛОГО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО
ВИЗИТ-ЦЕНТРА "ХУТОРОК" Г. НИЖНЕВАРТОВСКА)..... 200

С.В. Пилькевич

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ..... 208

В.П. Сидоров

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ «НЕТУРИСТСКИХ» ТЕРРИТОРИЙ..... 215

К.Ю. Тимофеева, Н.А. Казаков, М.М. Ростовцева, Е.А. Никитина

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ СУРСКОГО РЕЧНОГО КРУИЗНОГО МАРШРУТА.... 222

Е.А. Тропина

РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА «ЛЕГЕНДАРНЫЙ СЕВАСТОПОЛЬ» В СФЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА..... 231

С.К. Удалых

РАЗВИТИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ 239

Е.В.Федорова, А.А.Фомин

НАУЧНО-ЭКСПЕДИЦИОННЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ..... 249

Б.М. Эйдельман, Л.Р.Фахрутдинова, Р.Г. Бодров

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 258

Л.Р. Юсупова

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН..... 266

Секция 4

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ

Ю.П. Алексеева

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА 272

В.В. Анисимова

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ..... 281

Н.Г.Багаутдинова, Н.М.Биктимиров

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРИРОДНОГО ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ 290

В.В. Верна, Э.Э. Ибрагимов

АКТУАЛИЗАЦИЯ РОЛИ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ..... 296

Э.В. Галимзянова, А.А. Зиновьева

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРФИРМЫ..... 303

Д.Б. Горобец, Г.Р. Муртазина

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ..... 310

К.А. Губайдуллина

РАЗВИТИЕ КИБЕРСПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	318
Ю.Ю. Дюрягина, А.А. Зиновьева	
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	325
С.М. Иванов, А.В. Танина	
ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	333
А.А. Комарова, Х. Баугиста, Р. Занди	
ЖЕНЩИНЫ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ В РОССИИ: КОНЦЕПЦИИ ЛИДЕРСТВА И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ.....	340
Х.М. Латипов, Л.Е. Потапова	
МОЛОДЕЖЬ КАК ОСНОВНОЙ РАБОЧИЙ РЕСУРС В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ ...	348
Н.Е. Мясникова, У.В. Юманова, М.М. Ростовцева	
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВИДОВ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	353
Ф.И. Сарваров	
ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ТУРИСТСКУЮ СФЕРУ	360
А.А. Худайбердыев	
ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ВИД ТУРИЗМА.....	363
Т.А. Цаплин	
ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКУЮ ИНДУСТРИЮ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	367
М.Е. Чеглазова, Ю.К. Юркова	
РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	375
С.В. Чимирис	
ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ	382
А. А. Яковлева, Г.Ф. Булатова	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ.....	389

Секция 5

ПРОБА ПЕРА: ПЕРВЫЕ ШАГИ В НАУКЕ (АСПИРАНТЫ, МАГИСТРЫ И АСПИРАНТЫ)

А.Н. Беляева

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПАРКОВОГО КОМПЛЕКСА ИСТОРИИ ТЕХНИКИ ИМЕНИ К.Г. САХАРОВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ И СРАВНЕНИЕ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С МУЗЕЯМИ ТЕХНИКИ В ЕВРОПЕ И РОССИИ	397
--	-----

Е.С. Зуб, С.В. Федорова

РОЛЬ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА	406
--	-----

Г.Ж. Калелова, И.Т. Гайсин

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ	415
К.В. Комлева	
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ.....	423
Г.Р. Низамова	
ЗНАЧИМОСТЬ КОММУНИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....	428
К.И. Смирнов	
РЫНОК ГЛЭМПИНГОВ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ	433
Б.О.Ташмухамедов	
РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА.....	441
Н.Р. Урозохунова, С.А. Шабалина	
ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ...	445

**КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ
СТАНОВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В.А. Рубцов^а, Н.М. Биктимиров^б, Г.Н. Булатова^в, М.В. Рожко^г

^аКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: vrubtzov.57@mail.ru

Аннотация: в статье показаны основные этапы становления образовательного направления и научно-исследовательской деятельности в сфере туризма и гостеприимства в Казанском федеральном университете. Проанализированы основные направления научно-исследовательской и прикладной деятельности преподавателей и сотрудников кафедры.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, история кафедры, Казанский (Приволжский) Федеральный университет, кафедра сервиса и туризма.

В туризме и сфере гостеприимства в последнее время произошли глубокие изменения, которые требуют от науки и образования масштабных решений. В Российской Федерации принята новая экономическая политика в сфере национального туризма. Развитие внутреннего туризма является одной из приоритетных задач в настоящее время. В условиях геополитической неопределенности необходима интенсификация туристских потоков между регионами России, а также развитие туризма внутри самих регионов. Необходимо создавать и продвигать новые, в том числе инновационные, туристские продукты [5].

Современные тренды, определяющие развитие национального туристского комплекса, такие как изменение географии турпотоков,

глобализация бизнеса на основе технологических инноваций и развитие национального туристского пространства определяют новые требования к качеству кадров и актуальность новой парадигмы их подготовки для отрасли [1].

Исследуемые явления и процессы в туризме привязаны к конкретной территории, поэтому для решения задач (в области, например, туристской политики и т.д.) необходимо целостное описание имеющейся картины с учетом территориального аспекта и региональной специфики. Суммировать разнообразные региональные данные, изучить разные стороны сферы туризма и гостеприимства, определять их закономерности вплоть до построения прогнозов могут только всесторонне подготовленные специалисты в области экономики туризма, инновационных механизмов, географических аспектов туризма, проектирования и прогнозирования в туризме, картографии и геоинформатики и др.

Появление кафедры сервиса и туризма (первоначальное название кафедра социально-культурного сервиса и туризма) в КГУ было обусловлено большим интересом у сотрудников и преподавателей кафедры экономической географии и регионального анализа к проблемам рекреационной географии, науки о туризме (туристика) в конце XX - начале XXI вв., а также и необходимостью эффективного решения проблем туристско-рекреационного освоения огромных пространств Российской Федерации.

На факультете географии и геоэкологии в рамках кафедры экономической географии и регионального анализа в 2006 году была получена лицензия на подготовку специалистов в области туризма. Зарождение туристского

образовательного и научного направления на факультете во многом связано с деятельностью профессора Рубцова Владимира Анатольевича, первого заведующего кафедрой, который с начала 2000-х годов определил новое для Казанского университета научное направление туристика, связанное с решением актуальных вопросов в области рекреационной географии, туризма, сервиса и гостеприимства [3].

Начиная с 2007 г. в Казанском университете начата подготовка специалистов в области туризма и гостеприимства. Первоначально, в период с 2007 по 2008 годы, подготовка по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» осуществлялась в рамках кафедры экономической географии и регионального анализа. Позже, начиная с 2008 по 2011 годы, подготовка по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» осуществлялась в рамках объединенной кафедры физической и экономической географии. В этот же период, параллельно с Казанским государственным университетом, подготовка по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» была начата в Татарском государственном гуманитарно-педагогическом университете.

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма была образована 11 октября 2011 года решением Ученого совета КФУ путем выделения из состава кафедры физической и экономической географии. В этот же период в Институте экологии и географии было образовано отделение географии и туризма. Кафедру и отделение возглавил профессор В.А. Рубцов.

На кафедре также перешли преподаватели туризма из вошедшего в состав Казанского федерального университета Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета, сформировав в ее составе направление подготовки на основе среднего профессионального образования.

С 2011 года осуществляется набор на бакалаврские программы по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело», а в 2012 году состоялся первый выпуск по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» 1 сентября 2014 г. кафедра вошла в состав Института управления, экономики и финансов и получила новое название – кафедра сервиса и туризма.

За время своего существования кафедра прошла 3 аккредитации (2013, 2015 и 2021 годов), аккредитацию АККОРК (2012). С 2021 г. началась подготовка студентов по новому профилю – «Мировая индустрия туризма».

Кафедра сервиса и туризма сравнительно молодая в Казанском университете, но развитие рекреационной географии и туризма, уходит корнями в историю становления географии в Казанском университете, которая насчитывает многие десятилетия.

Кафедра сервиса и туризма обеспечивала и обеспечивает фундаментальную подготовку (очная и заочная формы обучения) по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» (с 2011 года набор не ведется), по направлению «Туризм» профили подготовки «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг», «Мировая индустрия туризма» и по направлению «Гостиничное дело».

Кафедра участвует в подготовке магистров по направлению «Туризм», профиль «Индустрия туризма в глобальной цифровой среды» и обучает аспирантов по направлению подготовки 1.6.13 – Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география. За период функционирования аспирантуры на кафедре обучались и в настоящее время проходят обучение аспиранты как из зарубежных стран (Иран, Сирия, Узбекистан) так и различных регионов России (Татарстан, Чувашия, Воронежская область и др.).

Сегодня на кафедре работает 15 человек. Профессорско-преподавательский состав кафедры 14 человек, в том числе, 1 профессор, 9 доцентов, 2 старших преподавателя, 2 ассистента. Учебно-вспомогательный персонал 2 человека. Остепененность кафедры составляет 77 %. Средний возраст штатных сотрудников кафедры составляет 45 лет, а средний возраст профессорско-преподавательского состава 41 год. Кадровая политика, которая была положена в основу формирования кадрового состава, предполагала наличие специалистов разных областей (туризм, география, экономика, геоинформатика, математика, картография, социология и др.). С целью сохранения преемственности на кафедре поддерживается и оптимальный, на наш взгляд, возрастной баланс. На кафедре существует твердое убеждение, что в ее составе должны работать представители естественнонаучных, экономических, социальных и гуманитарных дисциплин, ибо система образования в рамках профессий, связанных с туризмом, требует от студентов умений, знаний и навыков в рамках широкого спектра наук прикладного и фундаментального характера.

Кроме того, актуальная схема современного образования предполагает использование междисциплинарных подходов к комплексному освоению дисциплин учебного плана направления «туризм». Вузовская наука, поддерживающая внедрение в систему туристского образования методов, обеспечивающих системно-методологический подход к обучению, предполагает развитие как фундаментальных его основ, так и прикладных методов, ориентированных на инновационный подход к авторским курсам и системе взаимодействия дисциплин учебного плана, сформированной на кафедре.

Основными приоритетами кафедры являются фундаментальность подготовки специалистов, востребованных на рынке труда, углубление интеграции в международное и научное пространство, интенсификация инновационной деятельности.

Образовательные программы нацелены на подготовку специалиста в области туризма и гостеприимства, соответствующего современным реалиям развития туристской и гостиничной индустрии, подготовленного к осуществлению деятельности как в Российской Федерации, так и за рубежом.

Профили подготовки предполагают получение обучающимися знаний в области географии туризма, экономики туризма, управления в туризме. Образовательные программы предусматривают изучение двух иностранных языков: английского и испанского.

В области проектной деятельности программа нацелена на подготовку выпускника к разработке и продвижению нового (в том числе инновационного)

туристского продукта, внедрению современных технологий в туристскую деятельность.

В области организационно-управленческой деятельности программа нацелена на подготовку выпускника к выполнению управленческих функций в туроператорских и турагентских компаниях, органах государственной и муниципальной власти, координирующих деятельность в сфере туризма и гостеприимства.

В области исследовательской деятельности программа нацелена на подготовку выпускника к осуществлению научно-исследовательской деятельности в сфере туризма, использованию современных информационных и геоинформационных технологий.

Бурное развитие сферы туризма и гостеприимства способствовало росту спроса на высококвалифицированные кадры не только в нашей стране, но и за рубежом. Это обусловило внесение кардинальных изменений в учебную программу и создание нового профиля подготовки «Мировая индустрия туризма», в рамках которой изучаются лучшие практики проектирования и функционирования конкурентоспособного туристского продукта. Выпускники готовы к профессиональной деятельности в любой точке мира.

Другая тенденция – это интернационализация туризма. Например, мы нередко можем наблюдать интернациональный состав гостиничного персонала. Это требует от руководителя навыков межкультурной коммуникации. Для развития таких навыков кафедра организует

международные стажировки, закладывают в учебные планы повышенный объем часов на иностранные языки.

Важное место в работе специалиста в туризме занимает межличностное общение. Этим обуславливается то, что кафедра уделяет большое внимание практическому блоку обучения. В образовании есть понятие дуального обучения, то есть такой организации учебной программы, когда теоретическое обучение в стенах вуза чередуется с практической подготовкой на предприятии – базе практики. Поэтому, обязательным атрибутом обучения студентов являются учебные и производственные практики.

Кафедра поддерживает тесные связи с ведущими представителями туристической и гостиничного бизнеса г. Казани, Республики Татарстан. У студентов имелась и имеется возможность прохождения практик и стажировок за рубежом (Турция, Испания, Греция, Болгария, Узбекистан, Таджикистан).

Студенты кафедры привлекаются в качестве волонтеров во время проведения крупных российских и международных мероприятий (Универсиада – 2013 в г. Казань, Олимпиада – 2014 в г. Сочи, Чемпионат по водным видам спорта – 2015 в г. Казань, Чемпионат мира по футболу – 2018 в г. Казань и др.).

Кафедра поддерживает тесные связи с практическими организациями, привлекая ведущих специалистов в области туризма и гостеприимства для проведения лекционных и практических занятий проведения мастер-классов. Работа с профессионалами из туристической отрасли ведется, как правило, в двух направлениях: с одной стороны, как уже упоминалось, это база для практических занятий наших студентов, с другой – привлечение работников туристического

бизнеса в аудитории, в качестве преподавателей теоретических курсов. В последнем случае речь идет, как правило, о предметах профессиональной направленности.

Кроме того, на кафедре существует практика приглашения для чтения лекций и практических занятий крупных ученых и ведущих преподавателей как российских, так и зарубежных вузов. Тесные связи установились с Московским госуниверситетом, Пермским государственным национальным исследовательским университетом, Крымским федеральным университетом им. В. И. Вернадского, Кубанским госуниверситетом, РГУТИС, Поволжским госуниверситетом физической культуры, спорта и туризма и др.

В условиях цифровой экономики появление новых видов туристских услуг на рынке происходит значительно быстрее, чем закрепление профессий и видов деятельности в профессиональных стандартах и реестрах. Все это выдвигает определенные требования к подготовке квалифицированных кадров для индустрии туризма.

На современном этапе развития профессионального туристского образования наиболее актуальным аспектом становится процесс предельной приближенности содержания учебных дисциплин к сегодняшним требованиям рынка труда, в первую очередь - рынка того региона, в котором находится вуз и в туристских организациях которого проходят практику студенты, обучающиеся по направлению «туризм» [4].

Научное направление кафедры – «Туристско-рекреационный потенциал как основа социально-экономического развития, конкурентоспособности и

инвестиционной привлекательности региона» (научный руководитель д.г.н., профессор В.А. Рубцов).

В рамках данного научного направления на кафедре сложились следующие направления научных исследований:

- Туристско-рекреационный потенциал как фактор социально-экономического развития региона. Малые города Республики Татарстан и их роль в развитии туризма;

- Социально-экономические, пространственные и туристско-рекреационные аспекты развития, конкурентоспособности, позиционирования и привлекательности региона (на примере Республики Татарстан Приволжского федерального округа). Туристско-рекреационные кластеры;

- Картографические методы и геоинформационные технологии в туризме;

- Использование объектов Всемирного культурного наследия в туристских целях.

В качестве одного из перспективных научных и прикладных исследований может служить «Туристский атлас Республики Татарстан» разрабатываемый на основе ГИС-технологий и геобанка туристских данных. Это будет один из первых туристских атласов по республике, который послужит своеобразным ориентиром определения наиболее интересных и перспективных инвестиций, направленных на развитие туризма, туристской индустрии и инфраструктуры.

Таким образом, современная компетентностная модель выпускника по направлению подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело» должна базироваться на системе опережающего образования и ориентироваться, прежде всего, на

профессии будущего в индустрии туризма с учетом освоения навыков проектной деятельности в условиях цифровизации российской экономики и общества.

Библиографический список

1. Зигерн-Корн Н., Тестина Я. Новые вызовы туристского рынка в кадровом обеспечении отрасли // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2019. № 4 (4). - С. 15-22.
2. Карпова Г.А., Волошинова М.В. Современные тенденции подготовки профессиональных кадров для сферы рекреации и туризма // Рекреация и туризм, 2019 №3(3). С.36-41.
3. Кафедра сервиса и туризма (вчера, сегодня, завтра) / Под.ред.проф. В.А. Рубцова; Юбилейный выпуск. – Казань: ИД «МеДДоК», 2023.– 49 с.
4. Лесков А.С., Лескова Г.А. Профессиональное туристское образование: трансдисциплинарный подход // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 1 (34). - С. 157-162.
5. Рубцов В.А., Рожко М.В. Геоинформационные системы как инструмент развития инновационной составляющей внутреннего туризма // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. Материалы VII Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2022. - С. 64-67.

DEPARTMENT OF SERVICE AND TOURISM: THE MAIN STAGES OF FORMATION AND DEVELOPMENT PROSPECTS

V.A. Rubtzov^a, N.M. Biktimirov^b, G.N. Bulatova^c, M.V. Rozhko^d

^aKazan (Volga region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: vrubtzov.57@mail.ru

Annotation: The article shows the main stages of the formation of the educational direction and research activities in the field of tourism and hospitality at Kazan Federal University. The main directions of research and applied activities of teachers and staff of the department are analyzed.

Keywords: tourism, hospitality, history of the Department, Kazan (Volga Region) Federal University, Department of Service and Tourism.

Секция 1

РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 338.48

ИТОГИ ГРАНДИОЗНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО МЕРОПРИЯТИЯ В САМАРКАНДЕ

Р.С.Амриддинова^а

^аСамаркандский институт экономики и сервиса, г. Самарканд, Республика

Узбекистан

г. Самарканд, Республика Узбекистан, e-mail: rayxamriddinova@mail.ru

Аннотация. С 16 по 20 октября на территории туристического комплекса Silk Road Samarkand начала свою работу сессия Генассамблеи ЮНВТО, и собрала участников более чем из 140 стран. В 2021 году в Испании во время голосования за следующее место проведения очередной сессии, Узбекистан обошел Португалию и Египет. К проведению юбилейной сессии Генассамблеи ЮНВТО республика готовилась два года.

Ключевые слова: Узбекистан, Самарканд, сессия Генассамблеи ЮНВТО, Silk Road Samarkand, Международный аэропорт "Самарканд", инвестфорум, образовательный форум, поселок Сентоб.

В процессе подготовки в основную инфраструктуру, включая восстановление исторических мест, строительство мостов и дорог, а также модернизацию систем водоснабжения и энергоснабжения инвестировано \$1 млрд. Эти госинвестиции привлекли еще \$2 млрд от частного сектора, что подчеркивает ценность сотрудничества государственного и частного секторов. Частный бизнес построил в Самарканде 60 новых гостиниц и еще 40 гостиниц отремонтировано. Предприниматели построили и теперь управляют новым

терминалом в аэропорту Самарканда, а также построили Самаркандский туристский центр Silk Road Samarkand — крупнейший в Центральной Азии.

И наконец наступил долгожданный день. С 16 по 20 октября на территории туристического комплекса Silk Road Samarkand начала свою работу сессия Генассамблеи ЮНВТО, и собрала участников более чем из 140 стран. Юбилейную сессию Генассамблеи открыли Президент Шавкат Мирзиёев и генеральный секретарь Всемирной туристской организации Зураб Пололикашвили.



Рис.1. Туристический комплекс Silk Road Samarkand

В туристическом продукте для Узбекистана большую часть расходов составляли авиаперелеты, и это было одной из серьезных причин, по которым путешественники выбирали более выгодные направления для поездок.

Международный аэропорт "Самарканд" — первый в истории узбекской авиаотрасли проект на основе государственно-частного партнерства (ГЧП). Он успешно себя зарекомендовал — с начала 2023 года его пассажиропоток составил рекордные 742 тыс. человек. Теперь Uzbekistan Airports ищет частных партнеров еще для двух аэропортов. Общий объем инвестиций на основе ГЧП,

которые планируется вложить в аэропорты "Ургенч" и "Андижан" в 2023-2025 годах \$177,28 млн и \$144,6 млн соответственно.

На сегодняшний день разрешение на работу выдано 12 национальным перевозчикам, которые существенно расширили географию полетов. А конкуренция между международными и национальными перевозчиками позволяет динамично снижать стоимость полетов. При этом число иностранных авиакомпаний, летающих в Узбекистан, в 2023 году достигло 37.

Участники приняли Декларацию о присвоении Самарканду статуса "Мировой столицы культурного туризма" и Соглашение о создании Международной академии туризма.

Ещё одним из важных событий 25-й сессии Генассамблеи ЮНВТО стал глобальный образовательный форум. За последние три года количество профильных вузов в Узбекистане увеличилось с 16 до 30, а студентов — с 4 100 до 11 500 человек. В рамках Генассамблеи в Самарканде открыли уникальную Международную академию туризма Всемирной туристской организации, которая будет заниматься подготовкой и повышением квалификации специалистов сферы.

Президент также предложил объявить 2025 год в рамках UNWTO — Годом инклюзивного туризма.

Важные инвестпроекты обсудили на глобальном инвестиционном форуме, который собрал представителей более 600 компаний. В частности, интерес со стороны инвесторов вызвали туристические зоны Заамин и Чарвак, а также горный курорт Чимган. Так, например, строительством туристического

комплекса Заамин заинтересовались не только узбекистанские инвесторы, но также предприниматели из Китая, России и Германии. Как стало известно в ходе инвестфорума, турзону планируют построить к 2030 году в три этапа. Стоимость первого составляет \$1 млрд. Проект включает в себя отели, канатную дорогу, спортивные площадки, горнолыжный курорт, развлекательный центр, рестораны и многое другое. Еще один проект, в котором участвуют российские инвесторы — уникальный международный всесезонный курорт "Плато Суффа — 2400", который расположится в Джизакской области на территории 3 тыс. гектаров. По итогам двухдневного инвестиционного форума подписано 158 соглашений на общую сумму более \$5 млрд.

По прогнозам в этом году Узбекистан посетят 7 млн иностранных туристов, а в следующем году ожидается показатель в 10 млн. Из них, по прогнозам специалистов, более миллиона гостей будут из России.

В прошлом году в Узбекистан приехали 556 тыс. российских туристов, в этом году ожидается 800 тыс. количество российских туристов в два раза превышает количество всех туристов из дальнего зарубежья вместе взятых. При этом у этого турпотока большой нереализованный потенциал.

По мнению экспертов, в страны Центральной Азии направлена малая часть российских туристов. В основном россияне выбирают страны Юго-Восточной Азии, Турцию, Египет.

В свою очередь Узбекистан вызывает все больший интерес с точки зрения гастрономического туризма, в частности винного и витаминного. Кроме того,

путешественники стремятся посещать памятники исторического и культурного наследия, побывать в отдаленных местах, где сохранилась атмосфера старины.

Чтобы привлечь внимание путешественников, например, к самобытным населенным пунктам, где сохранились древние традиции, в 2021 году ЮНВТО учредила номинацию "Лучшие туристические деревни".

В этом году церемония прошла в третий раз и лучшим стал поселок Сентоб в Навоийской области. Этот населенный пункт находится на высоте 600 метров над уровнем моря. В марте этого года его официально признали туристическим поселком.

Наряду с Сентобом на звание лучшей претендовали еще четыре туристические деревни — поселок Конигиль в Самаркандской области, Сангардак — в Сурхандарьинской, Ухум — в Джизакской и Авваль — в Ферганской области.

В одном из ведущих туристических изданий Индии – журнале «Travel Trends Today» опубликована статья под заголовком «Мероприятие ЮНВТО вывело Узбекистан в центр внимания мирового туризма», посвященная итогам состоявшейся в Самарканде 25-й сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

Посольством Узбекистана в Дели осуществляется последовательная работа по продвижению туристического потенциала нашей страны в Индии. В частности, в октябре организована демонстрация видеороликов об Узбекистане на 25 больших LED-экранах, установленных на центральных площадях и оживленных улицах индийской столицы. Также на страницах популярных

журналов «ВОТТ», «Travel Scapes» и «Travel Trends Today», специализирующихся на теме туризма и путешествий, опубликованы материалы «Открой для себя Узбекистан - перекресток цивилизаций».

Юбилейная 25-я сессия привлекло внимание заинтересованных сторон глобального туризма, лидеров мнений, глав правительственных учреждений, представителей отрасли и международных бизнес-корпораций, работающих в туристическом секторе. Проведение 25-й сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО в Самарканде не только подчеркнуло культурный, туристический, инвестиционный и интеллектуальный потенциал Узбекистана, но и укрепило международные связи страны в торговле, экономике, туризме и культуре, служа мостом, соединяющим республику с мировым сообществом и дальнейшему укреплению ее международных отношений.

Мероприятие также помогло повысить инвестиционный потенциал Узбекистана, способствовать устойчивому развитию и привлечь иностранные инвестиции, сохраняя при этом богатое культурное наследие и природные ресурсы страны, констатируется в публикации.

Следующая 26-я сессия Генассамблеи ЮНВТО пройдет в Королевстве Саудовская Аравия.

Библиографический список

1. И.С.Тухлиев и др. Туризм: назария ва амалиёт. Т.2018г.
2. Материалы международной научно-практической онлайн конференции Самаркандского института экономики и сервиса на тему «Сектор туризма как важный драйвер национальной экономики». СамИЭС, 2023г.
3. <https://uz.sputniknews.ru>
4. <https://uza.uz/ru/posts>

THE RESULTS OF A GRANDIOSE TOURIST EVENT IN SAMARKAND

R.S.Amriddinova^a

^aSamarkand Institute of Economics and Service, Samarkand, Republic of Uzbekistan

Samarkand, Republic of Uzbekistan, e-mail: rayxamriddinova@mail.ru

Annotation. From October 16 to 20, the session of the UNWTO General Assembly began its work on the territory of the Silk Road Samarkand tourist complex, and brought together participants from more than 140 countries. In 2021, in Spain, during voting for the next location of the next session, Uzbekistan beat Portugal and Egypt. The republic has been preparing for the anniversary session of the UNWTO General Assembly for two years.

Keywords: Uzbekistan, Samarkand, session of the UNWTO General Assembly, Silk Road Samarkand, Samarkand International Airport, investment forum, educational forum, Sentob village.

СХЕМАТИЧЕСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ МЕСТ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА ГОРОДА АСТАНЫ

С.Р. Ескендинова^а, Т.Н. Самарханов^б

^аМеждународный университет Астана, г.Астана, Республика Казахстан

^бМеждународный университет Астана, г.Астана, Республика Казахстан

г.Астана, Республика Казахстан, e-mail: saniyaeskendirova@icloud.com

Аннотация: В статье рассмотрены направления и виды экстремальных видов туризма (водные, воздушные, наземные, и горные), а также дана характеристика видам экстремального туризма. Рассмотрены и описаны 8 видов услуг в г.Астана, которые принято относить к экстремальным. Разработана схема туристского маршрута с охватом мест экстремального туризма города Астана.

Ключевые слова: экстремальный туризм; городская среда; риск; безопасность; визуализация мест.

Постановка проблемы. В последние десятилетия приключенческий и экстремальный туризм стали все более популярными. Эти типы туризма привлекают людей, которые ищут необычные и захватывающие приключения, а также готовы выходить за рамки комфортной зоны [1, 2].

Экстремальный туризм – это вид туризма, ориентированный на поиск сильных впечатлений и адреналиновых подъемов, связанных с риском, опасностью и активными видами отдыха. В экстремальный туризм могут быть включены разные виды активности. Многие экстремальные виды туризма позволяют наслаждаться природой и великолепными пейзажами. Подобные виды активности позволяют путешественникам исследовать отдаленные места и

проникнуть в природные ландшафты. Экстремальный туризм предоставляет возможность получить уникальные и незабываемые впечатления, которые могут отличаться от традиционных видов отдыха. Большинство видов экстремального туризма требуют физической подготовленности, развития новых навыков и способностей, что может способствовать личному росту и саморазвитию. Участие в экстремальном туризме может стать поводом для взаимодействия и создания долговременных отношений с единомышленниками, так как многие экстремалы делят общие интересы.

Методы и источники информации. Исследование было выполнено с использованием различных методов и подходов. Прежде всего был проанализирован литературных источников посвященные изучению проблем и перспектив развития экстремального туризма. Изучены виды туризма и составлен список услуг в г.Астана, которые принято относить к экстремальным. Проведен мониторинг социальных медиа и анализ отзывов, фотографий и публикаций туристов. Для разработки схемы туристского маршрута была применена карта г.Астаны.

Результаты. В зависимости от естественного окружения экстремальный туризм можно разделить на 4 типа: водный, воздушный, наземный и подземный, в которые могут быть включены следующие виды направлений и активности [3, 4] (табл. 1):

Таблица 1

Классификация экстремального туризма

Направления экстремального туризма	Виды экстремального туризма	характеристика
Водный	рафтинг	сплав на плотках (рафтах) по быстрым и крутым рекам с порогами и водопадами.

	кайкинг	Перемещение по водным поверхностям на специализированных лодках (каяках)
	серфинг	управление специальной доской (серфбордом) на водной волне
	дайвинг	погружение с аквалангом на глубину и плавание под водой
	бодисёрфинг	скольжение и передвижение на поверхности воды без использования специализированных досок или оборудования
	спортивное рыболовство	ловля крупной рыбы в открытом водоеме
Воздушный	прыжки с парашютом	прыжки с высоты, где участники совершают свободное падение перед активацией парашюта
	парапланеризм	полёты на параплане
	дельтапланеризм	полет на дельтаплане
	бейс-джампинг	прыжки с мостов, небоскребов и других высоких объектов
	скайдайвинг	прыжок с высоты, во время свободного падения, они достигают высокой скорости, прежде чем открывать парашют
Наземный	путешествия верхом на лошадях	конные маршруты с неоднородным рельефом, горами, болотами и реками.
	экстремальные автомобильные гонки	путешествие по бездорожью на, полноприводных автомобилях высокой проходимости
	экстремальное велосипедное катание	катание на горном велосипеде
Горный	альпинизм	восхождение на высокие горы и вершину
	скалолазание	восхождение на скалы, скальные стены или другие вертикальные поверхности, используя свои физические навыки и специализированное снаряжение
	сноубординг	катание на специализированной доске (сноуборде) по снежным склонам и горнолыжным трассам
	скибейсджампинг	спуск с высоких уступов или скал, используя лыжи для плавного спуска и контроля скорости перед активацией парашюта для безопасной посадки
Подземный	спелеотуризм или пещерный туризм	путешествие в глубокие, малоизученные или сложноступенные пещеры, преодоление узких проходов, подземных рек и озер и т.д.

Благодаря своей уникальной природной среде и ландшафту Казахстан предоставляет разнообразные возможности для проведения экстремальных приключений. Кроме природной среды есть развитые виды экстремального туризма в городской среде, этот вид туризма предлагает возможность испытать адреналиновый подъем и экстремальные впечатления, не покидая городской среды. Мы провели изучение видов экстремального туризма, предоставляемых в столице Республики Казахстан, в городе Астане.

Астана является политическим, административным, деловым и культурным центром республики, где расположены центральные органы власти, дипломатические представительства, университеты, современные медицинские учреждения и культурные центры. Площадь города Нур-Султан составляет более 801,54 квадратных километров, население составляет более 1 136 556 человек (по состоянию на 2022 год).

Наравне с деловым, развлекательным и культурным туризмом в городе Астана развивается и экстремальный туризм. Ниже мы приводим их полное описание:

1. *Полет в самолете.* Незабываемое ощущение полета, живые эмоции, а также умение преодолевать боязнь высоты – все это позволяет летать на самолете. Astana Fly предлагает развлекательные полеты, проводит обучение и рассказывает о мире авиации. Сезон полетов открывается в мае. Цена за 1 человека 20 минут 50 000 тенге. Адрес: Аэродром “Жоламан”. Телефон: +7 702 435 78 63

2. *Плавание с акулой.* В аквариуме, расположенном в ТРЦ "Айленд", проживает около 3000 морских обитателей. Вы можете наслаждаться ими или плавать вместе. Дайвинг-сервис осуществляется по предварительной записи. Этот вид развлечений можно назвать экстремальным благодаря плавающей поблизости рифовой акуле и скатам. Но все это под контролем и безопасно. Не рекомендуется людям с клаустрофобией, респираторными и сердечно-сосудистыми заболеваниями и ОРВИ. 20 000 тенге за час погружения с

инструктором. Расположено по адресу: Коргалжынское шоссе 2, Телефон: +7 705 250 11 11, +7 778 376 16 83 Instagram: @ailand_cso.

3. *Доджбол* или, проще говоря, "Вышибала" – это командная игра, но не в обычном смысле, а на батутах. Для этой игры есть отдельная зона. Если вы умеете играть, все, что вам нужно сделать, это купить входные билеты и носки. Также можно нанять тренера. Его услуги оплачиваются отдельно. В рабочие дни – 4 000 тенге в час в течение 30 минут 2 500 тенге + 700 тенге услуги тренера до 10 человек в течение часа 10 000 тенге. Адрес: Кабанбай батыр 62, 2 этаж, ТРЦ MEGA Silk Way, Телефон: +7 776 131 89 87, Instagram: @kangojump_nursultan (фото 1).

4. *Комната разрушения*. Вы можете выплеснуть эмоции и получить дозу адреналина в виде недавно появившегося в столице развлечения – Destroy Room – комнаты для разрухи. Здесь вы можете разбить, сломать или повредить предлагаемые предметы (посуду, старую технику, мебель) и тем самым выпустить пар.

Пакет «Злость» - до 3 человек 15 000 тенге

Пакет «Ярость» - до 5 человек 35 000 тенге

Пакет «Гнев» - до 7 человек 50 000 тенге

Комната разрушения расположено по адресу: Жанкент 141, Телефон: +7 747 592 29 95, Instagram: @destroy.astana.

5. *Комната страха*. Квесты «теорема квеста» возбуждают сознание и щекочут нервы. Здесь можно выбрать несколько предложенных квестов, но, согласно отзывам, самый страшный – «Кома»...темная тьма, большие комнаты,

длинные коридоры и, конечно же, "сюрпризы". Цена в зависимости от количества участников. Адрес: Мустафина 4. Телефон: +7 702 209 49 99, Instagram: @teorema_quest.

6. *Прыжки с парашютом.* В чистом виде адреналина и воспоминаний, которыми можно гордиться всю жизнь. Если вы воодушевлены героями боевиков, выпрыгивающими из самолета, но всегда боитесь попробовать, то пора переборщить с комфортом [3]. Прыжки с парашютом могут быть вашим любимым хобби или занятием на всю жизнь. В мае парашютное сообщество skydive начнет свою работу и ждет любителей экстремальных игр у своих ворот. Стоимость: самостоятельный прыжок – 22 000 тенге (800 метров), прыжок с инструктором – 75 000 тенге (3000 метров). Адрес: Аэродром "Северный", Производство, 120/1.

7. *Воздушный шар.* В чистом виде адреналина и воспоминаний, которыми можно гордиться всю жизнь. Если вы воодушевлены героями боевиков, прыгающими с самолета, но всегда боитесь попробовать, то пора выйти за рамки комфорта. Прыжок с 38это отличный опыт, много эмоций и, конечно же, интересный перерыв... различать все, включая Землю. Это возможность того, что я попробовала, испытала чувство полета, что у меня есть еще одно "подопечное" исполнение, а также Самый оригинальный подарок мужу, жене, родственникам и даже ребенку. Полет безопасный, осуществляется под полным контролем квалифицированных специалистов и специалистов. Летный сезон открывается в мае [4]. Стоимость: обычный подъем (в корзине 3 человека, подъем длится 5-7 минут) взрослые-10 000 тенге, дети до 12 лет-7 000 тенге. Индивидуальный

подъем (1-2 человека в корзине, подъем длится 5-7 минут) - 30 000 тенге.
Предложение руки и сердца (2 человека в корзине, подъем длится до 15 минут) - 50 000 тенге.

8. *Страикбол*. Это командная игра, в которой используется специальное пневматическое оружие, которое стреляет пластиковыми шарами. Перед началом игры участники проходят инструктаж и надевают защитную одежду. Игра развивает стратегическое мышление и снимает стресс. Аренда объекта, маски, привода и 500 шаров – 5 000 тенге с собой – 2 000 тенге. Адрес: Тарас Шевченко 10/5 Бастион клуб. Телефон: +7 778 289 38 99, Instagram: @strikeball.astana.

В результате проведенных работ с помощью карты разработана схема туристского маршрута с охватом вышеуказанных мест экстремального туризма [5, 6] (рис. 1).

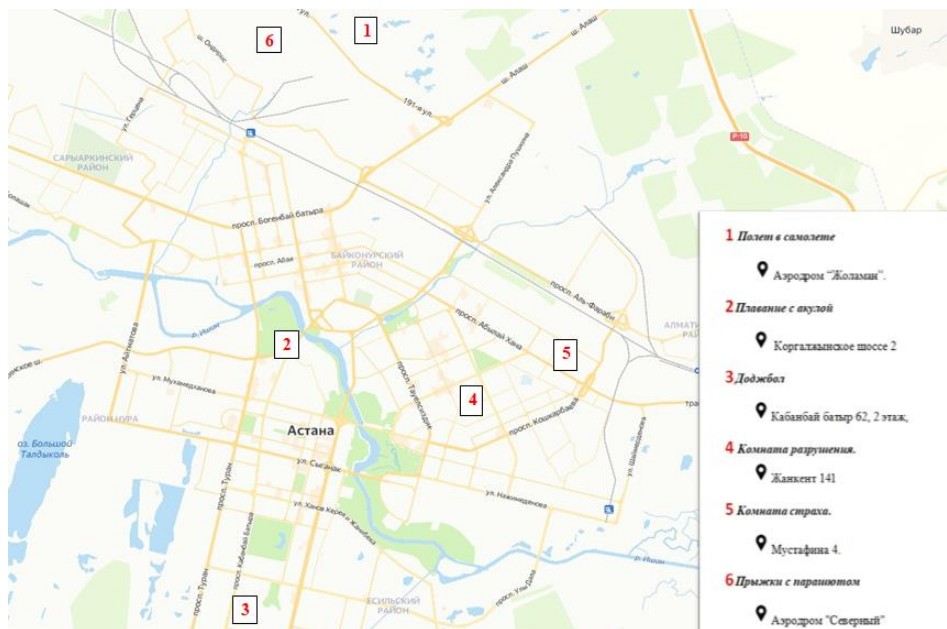


Рис.1. Схема-карта экстремального туристического маршрута на территории города Астаны

Однако важно помнить, что экстремальный туризм часто связан с повышенными рисками, и безопасность всегда должна быть на первом месте.

Подготовка, обучение и соблюдение правил безопасности не менее важны, чем получение адреналиновых впечатлений.

Выводы. Развитие экстремального туризма в городской среде может способствовать активному образу жизни, укреплению местных сообществ и разнообразию досуговых возможностей. Однако, как и в случае с экстремальными видами туризма в природной среде [7], безопасность и соблюдение правил играют важную роль в городском экстремальном туризме, и необходимо предоставлять соответствующие инструкции и средства защиты участникам. Данная работа является попыткой рассмотреть наличие и развитие экстремального туризма в г. Астана не претендует на завершенность, она направлена на изучение заявленной темы, актуальность которой в сегодняшний день повышается.

Библиографический список

1. Домничева А. А. Экстремальный туризм как инновационная тенденция современного туризма //Инновационные стратегии развития педагогического образования. 2017. С.124-127.
2. Ногина М. А. Приключенческий и экстремальный туризм: содержание понятий и причины популярности в молодёжной среде //Концепт. 2015. № 3. С.126-130.
3. Акимова М. А., Рубан Д. А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации //Географический вестник. 2016. № 1 (36). С.95-103.
4. Наруга Я. С., Ноликов В. Б. Экстремальный туризм: определения, виды, технология организации экстремальных маршрутов //Международный студенческий научный вестник. 2016. №. 6. С.101-101.
5. Косова Л. С. Экстремальный туризм и риски //Известия Алтайского отделения Русского географического общества. 2019. № 3 (54). С.134-148.
6. <http://qgis.org/>
7. <http://maps.google.com/>

SCHEMATIC VISUALIZATION OF PLACES OF EXTREME

TOURISM OF ASTANA CITY

S.R. Eskendirova^a, T.N.Samarkhanov^b

^aAstana International University, Astana, Republic of Kazakhstan

^bAstana International University, Astana, Republic of Kazakhstan

Astana, Republic of Kazakhstan, e-mail: saniyaeskendirova@icloud.com

Annotation: The article considers the directions and types of extreme types of tourism (water, air, land, and mountain), as well as characterizes the types of extreme tourism. 8 types of services in Astana, which are considered to be extreme, are considered and described. The scheme of tourist route with coverage of places of extreme tourism of Astana city is developed.

Keywords: extreme tourism; urban environment; risk; safety; visualization of places.

УДК 338.48: 502.47

**АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРИРОДНОГО ЗАПОВЕДНИКА
«ПРИСУРСКИЙ»**

И.И. Зиганшин^а

^аИнститут проблем экологии и недропользования Академии наук

Республики Татарстан, г. Казань

Аннотация. В статье охарактеризовано современное состояние развития туристско-рекреационной деятельности на территории государственного природного заповедника «Присурский» и его охранной зоны. Проведенный анализ деятельности заповедника позволил выявить основные проблемы и перспективы развития экологического туризма на его территории.

Ключевые слова: заповедник «Присурский»; туристская деятельность; туристско-рекреационный потенциал; познавательный туризм; Чувашская Республика.

Постановка проблемы. Современные масштабные преобразования окружающей среды влекут за собой изменения в различных областях народного хозяйства, в т.ч. в туристско-рекреационной сфере. Ответственный отдых на природе стал популярным туристским трендом настоящего времени. По экспертным оценкам на долю экологического туризма приходится от 20 до 25% рынка международного туризма [6]. Россия занимает одну из лидирующих позиций по количеству природных объектов и имеет огромный потенциал для развития устойчивых видов отдыха и туризма [3]. Важнейшей его частью являются особо охраняемые природные территории (ООПТ), обладающие

высокой привлекательностью и экскурсионной значимостью, и способные стать центрами притяжения туристов и бизнеса. Организация на ООПТ туристско-рекреационной деятельности позволит решить важную социально-экономическую проблему – обеспечение отдыха населения вблизи мест постоянного проживания. Особую актуальность данная проблема приобретает в современных экономических и геополитических условиях, ограничивших возможность отдыха на многих популярных туристских направлениях в России, особенно за границей. В этих условиях рациональная организация устойчивых видов туристско-рекреационной деятельности на территории природных заповедников, не наносящей ущерб заповедным экосистемам, представляется крайне важной.

Методы и источники информации. Сбор материала осуществлен в ходе натурных обследований территории государственного природного заповедника «Присурский», а также анализа деятельности учреждения в сфере туризма в период 2018-2020 гг. Для оценки перспектив развития туристской деятельности на территории заповедника были выделены сильные и слабые стороны объекта исследования, а также возможности и угрозы на основе метода SWOT-анализа [1].

Результаты. Согласно Федеральному Закону «Об особо охраняемых природных территориях» (в редакции от 23 марта 2023 года) одной из основных задач, возлагаемых на государственные природные заповедники, является экологическое просвещение и развитие познавательного туризма. Федеральным государственным бюджетным учреждениям, осуществляющим управление государственными природными заповедниками, разрешено проведение мероприятий и

деятельности, направленной на ведение эколого-просветительской работы и развитие познавательного туризма, а также взимание соответствующей платы за посещение физическими лицами территорий государственных природных заповедников в целях познавательного туризма [4,5].

Туристская деятельность занимает особое место в деятельности заповедника. Являясь эффективной формой просветительской работы, туризм позволяет посетителям заповедника окунуться в мир дикой природы, осознать ее значимость и необходимость сохранения природы в естественном, неизменном состоянии. Таким образом достигается одна из главных задач, стоящих перед заповедником, - воспитание у людей бережного отношения к природе.

Обеспечение развития эколого-познавательного туризма в заповеднике возложено на отдел экологического просвещения и экологического туризма, который в нынешнем виде организован в 2004 году. Согласно Уставу, заповедник вправе осуществлять следующие виды деятельности, связанные с туристским направлением:

- проводить экскурсии для посетителей на территории заповедника и его охранной зоны;
- оказывать услуги, связанные с размещением, перемещением, проживанием, питанием и отдыхом посетителей заповедника;
- осуществлять услуги, связанные с посещением обустроенных экскурсионных и туристических троп и маршрутов, смотровых площадок и мест отдыха.

Посещение заповедника строго регламентируется, чтобы не допустить нарушения хода естественных процессов вследствие неконтролируемой туристской нагрузки и сохранить естественный облик ландшафтов. Чрезмерное количество посетителей может привести к деградации заповедной природы, изменить численность и поведение животных, растительных сообществ. В заповеднике установлены специальные правила поведения посетителей и ограничения на посещение заповедной территории. Услуги туризма оказываются строго на утвержденных маршрутах и на предназначенной для этого территории. В зависимости от природно-экологической специфики территории и инфраструктурных возможностей конкретного маршрута рассчитывается предельно допустимая рекреационная нагрузка и устанавливается лимит посещения.

Количество организованных туристов, посетивших ГПЗ «Присурский» за 2018-2020 гг. стабильно, за три года составило 1088 человек. Следует отметить, что в 2020 году наметилась тенденция увеличения численности посетителей заповедника. В пандемийный год желание выехать на природу возникло у многих горожан. По итогам 2020 года заповедник принял 386 организованных туристов, что на 10% больше по сравнению с двумя предыдущими годами (рис.1).

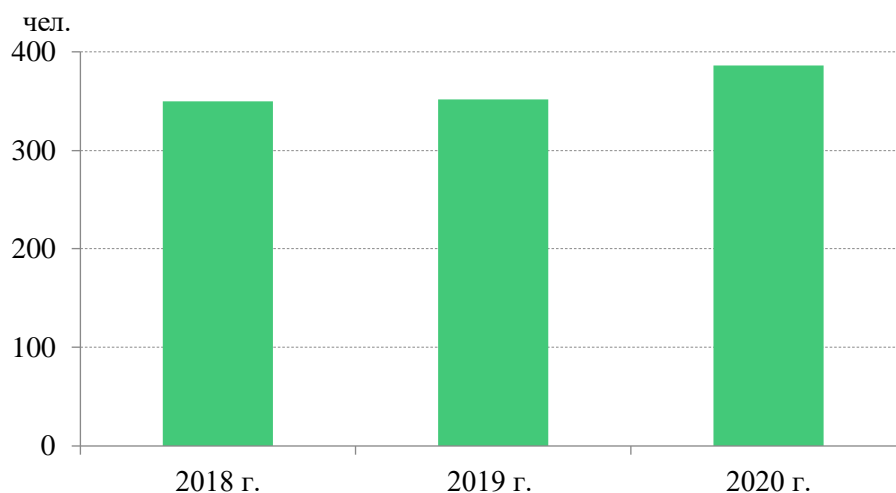


Рис.1. Динамика посещения заповедника «Присурский» в 2018-2020 гг.

Пандемия короновиральной инфекции COVID-19 в 2020 г. вызвала у граждан России повышение интереса к посещению территории заповедников и национальных парков. Увеличение количества туристов в федеральных ООПТ отмечено в 2020 году почти повсеместно [3].

Количество посетителей заповедника может быть значительно больше, т.к. неорганизованные туристы, посещающие его охранную зону, в обязательной статистической отчетности не указываются. Результаты анализа данных о количестве выданных за год пропусков на посещение охранной зоны, оценивает численность посетителей в 600-700 человек. Охранная зона заповедника занимает 25497,5 гектар, представляет собой территорию, непосредственно прилегающую к заповедной, является естественным ее продолжением. Эти земли не приравниваются к территории заповедника и не изымаются из пользования.

Режим охранной зоны заповедника разрешает ее использование в рекреационных целях, но при условии соблюдения установленных природоохранных

норм и правил. Туристы, сплавающиеся по р.Сура, рыбаки-любители, отдыхающие из Алатыря, Канаша, Чебоксар и других городов Чувашии, – вот неполный список многочисленных посетителей охранной зоны. По экспертным оценкам, потенциальная численность туристов, готовых посещать охранную зону заповедника, может быть значительно выше достигнутых показателей. Эти данные косвенно подтверждает информация от Министерства культуры Чувашской Республики, согласно которой ГПЗ «Присурский» является популярным среди туристов объектом экологического туризма в Чувашии [2]. При этом, следует отметить, что туристский поток в Чувашскую Республику в 2020 г. значительно сократился по сравнению с предыдущим годом. В 2020 году Чувашию посетило 188580 туристов, что на 38% меньше, чем в 2019 году [2].

По нашим оценкам заповедник имеет значительный туристский потенциал. Главное его достояние – животный и растительный мир (здесь произрастает более 800 видов растений, обитает 46 видов млекопитающих, в том числе русская выхухоль – эндемик России). В степной зоне обитают степные сурки, образующие обширные колонии. В заповеднике можно встретить около 200 видов птиц, здесь обитает более 1500 видов насекомых, 9 видов земноводных, 7 пресмыкающихся. В водоёмах встречается 33 вида рыб. На территории заповедника есть и археологические достопримечательности (памятник – поселение Заячий городок, относящееся к II тысячелетия до нашей эры). Для туристов в заповеднике разработаны две экологические тропы: «По заповедным тропам» и «В поисках сурков», работает визит-центр «Заповедная природа Чувашии».

Для оценки развития туризма были выделены сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы внешней среды на основе SWOT-анализа (табл.1).

Таблица 1

SWOT-анализ развития туризма в государственном природном заповеднике «Присурский»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - наличие богатого природного и историко-культурного наследия; - особый правовой режим территорий благоприятная экологическая обстановка; - возможность круглогодичной организации экологических туров; - наличие благоприятных условий для активного отдыха; - наличие разработанных экологических маршрутов по территории заповедника. 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствуют организованные туры в заповедник; - слабое развитие туристской инфраструктуры; - недостаточное информационное обеспечение туров в заповедник; - сезонность большинства видов туристских услуг; - наличие кровососущих и паразитических насекомых, ядовитых видов животных.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - рост популярности экологического туризма в России и в Чувашии; - возможность продвижения экотуров через социальную рекламу; - вероятность развития туристской инфраструктуры за счет привлечения инвестиций; - выгодное транспортное положение; - получение дополнительной прибыли 	<ul style="list-style-type: none"> - угроза распространения новой коронавирусной инфекции; - общее снижение доходов населения; - возможное ухудшение экологического состояния природных объектов в результате рекреационного воздействия; - недостаток элементов туристской инфраструктуры.

Результаты анализа показывают, что одним из основных лимитирующих факторов, тормозящих развитие туристской деятельности в заповеднике, является отсутствие плодотворного сотрудничества учреждения с туроператорами. На настоящий момент не заключены договора на сотрудничество с турфирмами, разрабатывающими и продвигающими туристский продукт.

Выводы. В заповедник «Присурский» сегодня не предлагает туры ни одна туристская кампания. Как показывает имеющийся опыт, турбизнес может активно инвестировать в развитие экскурсионных маршрутов на территории заповедников. При разумном подходе, пакетные туры являются не только более удобными для туристов по сравнению с самостоятельным путешествием, но и

могут быть выгоднее с точки зрения их стоимости. Получение дополнительных средств позволит направлять их на развитие туристкой инфраструктуры, которая в дальнейшем позволит увеличить количество посетителей заповедника.

Решением проблемы отсутствия организованных туров в заповедник может стать самостоятельная работа учреждения по организации туров. В этом случае заповеднику нужно получить статус туроператора, который позволит заповеднику самостоятельно разрабатывать пакетные туры, которые могут включать транспортные расходы, расходы на проживание и питание туристов, экскурсионную и развлекательную программу, медицинское страхование.

Библиографический список

1. Богомолова Е.В. SWOT-анализ: теория и практика применения // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 17 (32). С. 57–60.
2. Министерство культуры, по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики // URL: <http://nasledie-21.ru> /(дата обращения: 18.08.2023).
3. Росзаповедцентр// URL: <https://www.iacgov.ru/>(дата обращения: 21.07.2023).
4. Федеральный закон от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях».
5. Федеральный закон от 18 марта 2023 г. №77-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»
6. UNWTO. Ecotourism and Protected areas // URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas> /(дата обращения: 11.07.2023).

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF TOURIST ACTIVITIES OF THE PRISURSKY STATE NATURE RESERVE

Ziganshin I.I.^a

*^aInstitute of Ecology and Subsoil Use Problems of the Academy of Sciences of
the Republic of Tatarstan, Kazan*

Annotation. The article describes the current state of development of tourist and recreational activities on the territory of the Prisursky state nature reserve and its buffer zone. Analysis of the activities of the organization showed the main problems and prospects for the development of ecological tourism on its territory.

Keywords: Prisursky nature reserve; specially protected natural areas; tourist and excursion activities; tourist and recreational potential; ecological tourism; cognitive tourism; Chuvash Republic.

УДК 379.85

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ЧАСТИ АЛТАЕ-САЯНСКОЙ ГОРНОЙ СТРАНЫ

А.Ю. Кайдараков^а

^аКузбасский гуманитарно-педагогический институт «Кемеровский

государственный университет», г. Новокузнецк

Новокузнецк, Россия, e-mail: akaidarakov@mail.ru

Научный руководитель: канд. геогр. наук., доц. В.А. Рябов

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт «Кемеровский

государственный университет», г. Новокузнецк

Аннотация: В работе представлен анализ современного состояния сферы туризма в российской части Алтае-Саянской горной страны в пределах республик Алтай, Хакасия, Тыва и Кемеровской области – Кузбасса. В статье рассматриваются основные индикаторы, характеризующие развитость туризма: число туристических фирм и реализованных ими турпакетов, количество размещённых гостей в коллективных средствах размещения, количество прибывших иностранных туристов. Выявлены тенденции в туристической индустрии в Алтае-Саянской горной стране, на территории республик Алтай, Хакасии, Тыва и в Кемеровской области – Кузбассе на современном этапе развития.

Ключевые слова: туризм; современное состояние туризма; турпоток; Алтае-Саянская горная страна.

Постановка проблемы. Алтае-Саянская горная страна представляет собой уникальный природный регион, обладающий значительным потенциалом для развития туризма и экономик субъектов РФ. Значительные части территории Алтае-Саянской страны занимают республики Алтай, Хакасия, Тыва и

Кемеровская область – Кузбасс, в связи с этим они были выбран нами для проведения исследования. Регион обладает особенными природными и культурными ресурсами, которые привлекают любителей природы и истории [2].

Несмотря на потенциал и привлекательность исследуемого региона, развитие туризма, как отмечает ряд авторов, в нем сталкивается с рядом проблем:

1. Отсутствие инфраструктуры и туристических сервисов в отдаленных районах горной страны создает препятствия для полноценного развития туризма. Недостаток средств для строительства и обслуживания гостиниц, ресторанов и других необходимых объектов ограничивает возможности туристического развития региона [2];

2. Недостаточная осведомлённость об экологических аспектах туризма и неправильное понимание устойчивого развития могут привести к негативным последствиям для природы и животного мира горной страны. Отсутствие строгих регулирований и неэффективная система мониторинга оказывает негативное влияние на сохранение уникальных экосистем региона [1];

3. Ограниченные возможности для привлечения инвестиций и отсутствие эффективных механизмов государственной поддержки препятствуют развитию инфраструктуры и туристического потенциала природного региона. Отсутствие инвестиций и доступных кредитов для развития данной индустрии снижает конкурентоспособность региона и его туристическую привлекательность [5];

4. Ограниченное осведомление о туристических возможностях региона и недостаток маркетинговых мероприятий препятствуют привлечению большего числа туристов в природный регион [5].

К сожалению, развитие сектора туризма в этом природном регионе сталкивается с рядом проблем. Для успешного развития необходимо понимание сложившейся ситуации и принятие эффективных мер по поддержке и регулированию индустрии. В данном исследовании автором предпринята попытка дать анализ современному развитию туристской отрасли на территории Алтае-Саянской горной страны.

Методы и источники информации. В рамках статьи были применены методы вторичного анализа данных, включая статистические показатели о количестве турфирм, числе турпакетов, объеме размещенных лиц в общественных местах проживания и количестве принятых иностранных туристов [3].

В качестве индикаторов, характеризующих текущее состояние туристической индустрии, нами выбраны следующие: число туристических фирм и реализованных ими турпакетов, количество размещённых гостей в коллективных объектах размещения, количество прибывших иностранных туристов. Статистические данные, отражающие современную ситуацию в туризме горной страны, представлены в таблице (табл.).

Были использованы официальные статистические данные федеральной службы государственной статистики (Росстат) и единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) [4, 6].

Результаты. В период с 2015 по 2022 г. все субъекты, выбранные нами как ключевые для Алтае-Саянской горной страны, показали разные количественные изменения числа турфирм. В Республике Алтай и Кемеровской области отмечено

снижение доли турфирм: на 54% и 32%, соответственно. Хакасия и Тыва показали рост числа турфирм: увеличение на 20% и 11%, соответственно (табл.).

Регионы продемонстрировали неоднородные показатели по числу реализованных турпакетов. Республика Алтай имела значительный прирост – увеличение на 122%. Хакасия, Тыва и Кузбасс продемонстрировали снижение – число турпакетов на 9%, 57% и 19%, соответственно.

В регионах Саяно-Алтая в 2015-2022 гг. наблюдалось увеличение численности размещенных лиц. В Республике Алтай нами выявлен наибольший прирост числа размещенных лиц в коллективных средствах размещения почти в 2 раза (на 88%). Хакасия, Тыва и Кузбасс также показывают прирост по данному показателю, увеличившись на 15%, 56% и 38%, соответственно.

Таблица 1

Основные показатели туристической индустрии Алтае-Саянской горной страны 2015–2022 гг.

Наименование показателя	Субъект РФ	Значение показателя по годам							
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число турфирм (единица значения показателя за год)	Республика Алтай	79	73	29	22	24	28	28	36
	Республика Хакасия	43	37	49	51	41	46	48	52
	Республика Тыва	9	12	14	11	7	8	7	10
	Кемеровская область	303	235	254	244	202	212	199	206
Число турпакетов, реализованных населению (единица)	Республика Алтай	5923	8795	5365	4812	7337	10018	9536	13183
	Республика Хакасия	5734	2958	6888	7216	5997	3261	4679	5180
	Республика Тыва	789	592	1600	1267	1284	417	371	338
	Кемеровская область	42244	46379	42595	45303	42368	17492	27698	34004
Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения (человек)	Республика Алтай	183033	208844	164579	200002	227362	149639	279309	345697
	Республика Хакасия	157032	99319	114953	168749	187892	108309	130591	180492
	Республика Тыва	35205	31339	35738	37373	40853	34584	39754	55169
	Кемеровская область	486422	439674	554050	586179	586681	387295	682983	671363

Число принятых иностранных туристов (человек)	Республика Алтай	18	107	138	20	226	2	36	11
	Республика Хакасия	7	10	15	21	59	0	0	3
	Республика Тыва	0	0	60	29	47	1	1	5
	Кемеровская область	0	250	1	0	253	21	127	33

Составлено автором по данным ЕМИСС [6].

Число принятых иностранных туристов значительно различается в субъектах РФ на территории Алтае-Саянской горной страны. Республика Алтай и Кемеровская область имеют схожую динамику: резкий рост в 2016 г., пик в 2019 г., снижение в 2020 г. и некоторый рост в последующие годы. Хакасия и Тыва имеют низкое число иностранных туристов на протяжении всего периода. В период 2018–2019 гг. наблюдается резкий рост числа туристов в Хакасии. В Тыве число туристов также показывает некоторую вариацию, но в целом численность туристов сравнительно невысока. Такая динамика обусловлена глобальной пандемией COVID-19.

Выводы. Таким образом, оценивая развитие туристской отрасли с 2015 по 2022 г. в Алтае-Саянской горной стране по выбранным индикаторам мы пришли к ряду выводов. Во-первых, наблюдается снижение числа турфирм во всех регионах. Самое большое количество турфирм действует в Кемеровской области – Кузбассе. Во-вторых, в целом, наблюдается рост числа предложений турпакетов во всех регионах, за исключением республик Алтай и Хакасия, где данный показатель нестабилен и наблюдаются колебания в разные годы. Опять же, самое большое количество турпакетов реализовано в Кузбассе. В-третьих, во всех регионах наблюдается рост числа размещенных лиц, причем самый

значительный рост происходит вновь в Кемеровской области. Во всех регионах статистика принятия иностранных туристов не является значительной, лидером по количеству принятых иностранных туристов является Кузбасс.

Кемеровская область наиболее популярна среди туристов, что подтверждается наибольшим по своим значениям турпоток и численностью размещенных лиц в коллективных средствах размещения. Республика Тыва наименее популярна среди туристов по сравнению с другими регионами, однако несмотря на низкие значения по всем индикаторам развитости туризма, в последнее время отмечается незначительный прирост всех показателей. В результате глобальной пандемии COVID-19 (2020-2021 гг.) и введенных ограничений на передвижение, нами отмечается замедление в развитии туризма исследуемого региона. Тем не менее, это время имело значительное влияние на изменение предпочтений туристов, которые обратились к внутренним туристическим направлениям.

Популярность и высокий турпоток в Кемеровской области по сравнению с другими субъектами Алтае-Саянского региона могут быть обусловлены различными факторами, включая доступность транспортных связей, большое количество туристических достопримечательностей, как природных, так и культурных, и разнообразие активных форм отдыха, более развитую инфраструктуру и успешные маркетинговые кампании, привлекающие туристов в данную область. Медленное развитие туризма в республиках Алтай и Хакасия может быть обусловлено рядом факторов: во-первых, ограниченная доступность транспортных связей, слабой развитостью современной дорожной

инфраструктуры и удаленность от крупных туристических центров, что создает сложности для туристов, которые хотят посетить эти регионы; во-вторых, ограниченное освещение туристического потенциала Алтая и Хакасии [3]. Низкая популярность Республики Тыва среди туристов может быть связана с недостаточной развитостью туристической инфраструктуры, ограниченной доступностью и коммуникационной связью, малое количество известных туристических объектов и ограниченный выбор форм отдыха, и еще меньшей транспортной доступностью.

Материалы и выводы, представленные в статье, могут найти применение для выработки эффективных мер по поддержке и регулированию индустрии туризма в уникальном природном регионе, как уже отмечалось, обладающим значительным потенциалом для развития туризма и экономик субъектов РФ, расположенных на его территории.

Библиографический список

1. Баденков Ю.П. Новые природоохранные инициативы и подходы в Алтае-Саянском экорегионе / Ю.П. Баденков, И.Н. Роганова // Ползуновский вестник. 2011. №4–2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-prirodoohrannnye-initsiativy-i-podhody-v-altae-sayanskom-ekoregione> (дата обращения: 09.10.2023).
2. Дунец А.Н. Туризм в схемах территориального планирования (на примере Алтае-Саянской горной страны) / А.Н. Дунец, В.С. Ревякин // Известия ИГУ. Серия: Науки о Земле. 2008. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-v-shemah-territorialnogo-planirovaniya-na-primere-altae-sayanskoj-gornoy-strany> (дата обращения: 12.10.2023).
3. Кайдариков А.Ю. Туризм в Республике Хакасия на современном этапе развития / А.Ю. Кайдариков // Ratio et Natura. 2023. №2(8) [Электронный ресурс]. URL: <https://ratio-natura.ru/sites/default/files/2023-08/turizm-v-respublike-khakersiya-na-sovremennom-etape-razvitiya.pdf> (дата обращения: 12.10.2023)
4. Официальная статистика. Туризм / Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 30.09.2023).

5. Развитие туризма в Сибирском федеральном округе : библиограф. указатель / Науч. б-ка НГУЭУ, Информац.-библиограф. сектор. – Новосибирск : НГУЭУ, 2022. – 78 с.

6. Федеральная служба государственной статистики. Туризм / Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Государственная Статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/organizations/> (дата обращения: 30.09.2023).

THE CURRENT STATE OF TOURISM IN THE RUSSIAN PART OF THE ALTAI-SAYAN MOUNTAIN COUNTRY

A.Y. Kaidarakov^a

^aKuzbass Humanitarian Pedagogical Institute "Kemerovo State University",

Novokuznetsk

Novokuznetsk, Russia, e-mail: akaidarakov@mail.ru

Scientific supervisor: cand. geogr. sci., Associate Professor V.A. Ryabov

Kuzbass Humanitarian Pedagogical Institute "Kemerovo State University",

Novokuznetsk

Annotation: The paper presents an analysis of the current state of the tourism sector in the Russian part of the Altai-Sayan Mountain country: within the republics of Altai, Khakassia, Tyva and the Kemerovo region - Kuzbass. The article considers the main indicators characterizing the development of tourism: the number of travel companies and the tour packages they have implemented, the number of guests accommodated in collective accommodation facilities, the number of foreign tourists who have arrived. The main trends in the tourism industry in the Altai-Sayan mountain country, on the territory of the republics of Altai, Khakassia, Tyva and in the Kemerovo region – Kuzbass are revealed.

Keywords: tourism; current state of tourism; tourist flow; Altai-Sayan mountain country.

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ

М.А. Лось^а

^аТюменский государственный университет, г. Тюмень,

Тюмень, Россия, e-mail: m.a.los@utmn.ru

Аннотация: туризм, как и любая человеческая деятельность воздействует на природную и социокультурную среды. Растущий объем туристского потока остро ставит проблему овертуризма. Концепция устойчивого туризма направлена на организацию туристской деятельности с минимальным воздействием на окружающую среду и местные принимающие сообщества. Для снижения негативного воздействия массового туризма необходимо строить туризм на принципах устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивый туризм; массовый туризм; овертуризм; туристский поток.

Черты массового характера у международного туризма начали формироваться со второй половины XX в.: начавшись всего с нескольких миллионов туристских прибытий в год с ежегодным темпом прироста в 7% к 2000 г. их было уже около 500 млн. [2; 16]. В 2019 году прибытий было уже почти 1,5 млрд. Наступившая в следующем году пандемия COVID-19 отразилась на туристском потоке, снизив его в три раза до 500 млн., но лишь в краткосрочной перспективе, ведь уже на сегодняшний день согласно данным ЮНВТО туристский поток восстановился на 84% [14]. По прогнозу ЮНВТО к 2030 году число туристских прибытий приблизится к 1,8 млрд. [16]. Такой широкий масштаб туристской деятельности грозит серьезными проблемами, которые

отражаются во влиянии туристов на природную и социокультурную среды туристских дестинаций.

Влияние на природную среду вполне очевидно: каждый ландшафтный комплекс имеет свою экологическую емкость и превышение этой емкости ведет к вытаптыванию растительного покрова, деградации почв, замусоривание территории и т.д. Но не менее пагубное воздействие может быть оказано туристами и на местных жителей: потеря национальной идентичности, проникновение в повседневную жизнь чуждых языковых и поведенческих норм, изменение и деградация культуры, психологический дискомфорт и раздражение от количества туристов и их поведения. Все это оказывает пагубное влияние на качество жизни местного населения.

В обществе даже закрепились специальные термины для этого явления, отражающие его разную степень – «овертуризм («Overtourism») и «туристофобия», нашедшие свое подтверждение и в повестке ЮНВТО [15] и в научной среде [1; 5; 8; 9]. Увеличений публикаций по данной проблеме кратно возросло в последние несколько лет, что говорит о том, что с каждым годом она становится только острее. Например, в 2017 г. в Испании в городе Пальма-де-Майорка появились на автомобилях антитуристские наклейки. В Барселоне, где количество посещающих город туристов намного больше проживающего населения выражение недовольства носит еще более радикальный характер: помимо лозунгов и протестов, местные жители устраивают саботаж, портя имущество и отдых туристам, но еще более вопиющим событием стало вооруженное нападение на туристский автобус. Недовольство случается и в

других городах и странах: Греция, Нидерланды, Италия, Франция и т.д. Так жители острова пасха 24 октября 2021 года на референдуме проголосовали против (67%) возобновления туристских потоков [6]. В 2019 году на Первом форуме мэров туристских городов в 2019 году была принята Лиссабонская декларация, которая рассматривает туристов как непостоянных жителей и стремится к тому, чтобы туризм приносил пользу всем. А в 2015 году в Барселоне была создана Ассамблея районов устойчивого туризма для решения проблемы овертуризма [13].

Неслучайно Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций объявляла 2017 год Международным годом устойчивого туризма. Термин «устойчивый туризм» («Sustainable Tourism»), под которым ЮНВТО понимает «туризм, который в полной мере учитывает свои текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности посетителей, отрасли, окружающей среды и принимающих сообществ» [16] для науки и общества не новый, он вышел из концепции устойчивого развития, которая начала формироваться в 70-е годы XX века, как отклик на необходимость сохранения развития человечества без угроз для жизни и среды обитания. Цели устойчивого туризма, сформулированные ЮНВТО, направлены на благополучие и процветание для местных жителей в экономическом, социальном, культурном и экологическом аспектах [15].

Однако, несмотря на существование концепции устойчивого туризма возникает вопрос к ее жизнеспособности. Проверку жизнеспособности эта концепция начала проходить только в настоящее время. Так вышеупомянутая

Ассамблея районов устойчивого туризма Барселоны глубоко сомневается, что реализовать эту концепцию в рамках данного города возможно и считает ее «пустым ярлыком» за которым стоят лоббисты и государственные органы, которые хотят не решить проблему овертуризма, а просто снизить недовольство и напряженность местных жителей [13].

И на самом деле сложно представить, как можно совместить современный массовый туризм с его объемом турпотока и устойчивое развитие, заботу об экологии и местных жителях. В той же Барселоне количество туристов, ежегодно посещающих город, составляет около 30 млн., тогда как население города всего 1,6 млн. [5]. Из-за этого стоимость продажи и аренды жилья значительно вырастает, растут цены в магазинах, на досуг и развлечения, возникают проблемы с передвижением по городу, растет уровень преступности и т.д. 30 млн. туристов потребляют еду, воду, электроэнергию, оставляя после себя тонны мусора, который необходимо перерабатывать и утилизировать – все это на первый взгляд с трудом вяжется с устойчивым развитием.

В «Повестке дня для устойчивого и конкурентоспособного европейского туризма» Комиссии европейских сообществ от 2007 года тоже говорится, что найти правильный баланс между автономным развитием дестинаций, защитой окружающей среды и развитием конкурентоспособной экономической деятельности очень непросто, но выражается надежда в возможности успешной синергии туризма с природой и обществом через устойчивое управление дестинациями, интеграции модели устойчивого развития в деятельность

предприятий туристской индустрии и повышение осведомленности туристов об устойчивом развитии [12].

Логично предположить, что Европейский регион, лидирующий по туристским прибытиям, больше всего от них и страдает, отсюда и стремление европейских государств к реализации концепции устойчивого туризма. В программах развития туризма таких стран как Испания, Италия, Португалия, Греция, Финляндия указана необходимость сохранения окружающей среды. В первых трех странах продвигается концепция «intelligent destinations» и «smart cities» («умных территорий и городов»), предполагающая использование информационных технологий для рационального и эффективного управления территориями с целью сбережения природной и социокультурной сред. Стратегическое планирование этих территорий предусматривает десезонализацию, деконцентрацию, диверсификацию туристических потоков [10].

Некоторые территории уже сейчас принимают активные и конкретные меры по уменьшению туристского потока. Так все та же многострадальная Барселона осуществляет следующие меры для снижения туристского потока [4]:

- закрытие морского порта для круизных лайнеров (с 22 октября 2023 один терминал, а к концу 2026 года второй);
- увеличение туристского налога;
- увеличение налога на недвижимость, сдаваемую в краткосрочную аренду;
- увеличение цен на проковку туристских автобусов;

- введение моратория на строительство средств размещения и т.д.

На сегодняшний день меры по ограничению туристского потока редко задействуют инструмент моратория, используя его в самых крайних ситуациях. Они обычно выражены в повышении цен (на продукты питания, услуги, аренду жилья и транспорта и т.д.), налогов и диверсификации предложения, т.е. перенаправлении туристского потока в менее посещаемые и известные места, развитии новых видов туризма. Например, развитие агротуризма позволяет перенаправить туристов с перенаселенных городов в сельскую местность. Цель этих мер снизить привлекательность территории для массового туризма, уход от количества к качеству. Тем самым идет воздействие на одну из главных причин происхождения этого явления.

В силу того, что туристский поток в нашу страну почти в 10 раз меньше, чем в Европу (61 млн. против 585 млн. по итогам 2022 года), то и проблема овертуризма у нас пока не стоит остро [3; 7]. От этого в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» хоть и прописан принцип «минимизации негативного воздействия на окружающую среду, экологических и социокультурных рисков», а также раздел по экологической безопасности, но в практической деятельности этому не всегда уделяется должное внимание [11]. Научно-прикладные исследования проблемы овертуризма и концепции устойчивого туризма у нас только зарождаются, носят теоретизированный характер и рассматривают опыт стран, где эта проблематика более актуальна.

Внимание государства, бизнеса и научного сообщества направлены в диаметрально противоположную сторону – на развитие туризма. Огромная, но неосвоенная в туристско-рекреационном плане территория, обилие туристско-рекреационных ресурсов пока позволяют рассматривать туризм только исключительно с положительной стороны, как драйвер экономического и социально-культурного развития территорий. Однако, даже в нашей стране есть места, которые начинают испытывать давление массового туризма. Это можно заметить в пик туристского сезона в Республике Крым и Краснодарском крае, и выражается в отношении к туристам некоторых местных жителей. Это встречается в Республике Дагестан и выражается в недовольстве местных жителей поведением некоторых туристов, которые не учитывают местные религиозные и культурные особенности. Это можно встретить на озере Байкал, когда неорганизованные туристы замусоривают берега озера и т.д.

Таким образом, массовый туризм помимо очевидного положительного эффекта, который он дает обществу, несет в себе и серьезные угрозы. По мере нарастания этих угроз концепция устойчивого туризма будет становиться все более актуальной. Нашей стране в процессе развития туризма важно не ограничиваться провозглашением формализованных принципов устойчивого развития, но и уделять их реализации самое пристальное внимание уже сейчас.

Библиографический список

1. Александрова, А. Ю. Глобальные стратегии развития туризма (по материалам Всемирной туристской организации) // Научный вестник МГИИТ. 2018. № 6(56). С. 9-16.
2. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник. М.: Аспект Пресс, 2002. 470 с.

3. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года // Ассоциация Туроператоров: [сайт]. [2022]. URL: <https://www.atorus.ru/node/50839> (дата обращения: 24.10.2023).
4. Барселона ужесточает правила для круизных лайнеров: их ссылают на окраину города // RussianTraveler: [сайт]. [2023]. URL: <https://rtraveler.ru/planet/barselona-uzhestochaet-pravila-dlya-kruiznyh-lajnerov-ih-ssylayut-na-okrainu-goroda/> (дата обращения: 24.10.2023).
5. Дедок, В. М. Овертуризм и его последствия: международный опыт // Беларусь в современном мире: Материалы XVIII Международной научной конференции, посвященной 98-летию образования Белорусского государственного университета. Минск: Белорусский государственный университет, 2019. С. 317-323.
6. Жители острова Пасхи проголосовали против возобновления туризма после пандемии COVID-19 // Газета.ru: [сайт]. [2021]. URL: https://www.gazeta.ru/social/news/2021/10/25/n_16747297.shtml (дата обращения: 24.10.2023).
7. Международный туризм в 2022 году оказался на 37% ниже допандемийного 2019 года // Ассоциация Туроператоров: [сайт]. [2023]. URL: <https://www.atorus.ru/node/51037> (дата обращения: 24.10.2023).
8. Наумова, И. В., Савельев, И.И. Овертуризм: Сущность и пути решения проблемы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13, № 4. С. 27-35.
9. Оборин, М. С., Сарян, А.А. Организационно-методические основы создания межведомственного механизма противодействия овертуризму и туризмобии // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17, № 1(103). С. 47-66.
10. Понделко, Г. Н. Устойчивый туризм как фактор регионального развития стран ЕС // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2020. № 4(64). С. 1-19.
11. Стратегия развития туризма Российской Федерации на период до 2035 года: Распоряжение Правительства РФ № 2129-р от 20 сентября 2019 г. Москва. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/strategiya_razvitiya_turizma_v_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2035_goda_utverzhdena_rasporyazheniem_ot_20_sentyabrya_2019_g_2129_r.html. (дата обращения: 23.10.2023).
12. Agenda for a sustainable and competitive European tourism [Электронный ресурс]: Communication from the Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621> (дата обращения: 23.10.2023).
13. La nueva agenda del sector turístico para la década de 2020 // HOSTELTUR: [сайт]. [2020]. URL: https://www.hosteltur.com/133898_el-turismo-frente-a-su-lado-oscuro.html (дата обращения: 22.10.2023).
14. Latest Tourism Data // UNWTO World Tourism Barometer: [сайт]. [2023]. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (дата обращения: 22.10.2023).
15. Making Tourism More Sustainable // A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005. P. 11-12.
16. ‘Overtourism’? – Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions // UNWTO: [сайт]. [2018]. URL: <https://www.unwto.org/global/publication/overtourism-understanding-and-managing-urban-tourism-growth-beyond-perceptions> (дата обращения: 22.10.2023).
17. Tourism Towards 2030 – Global Overview. UNWTO, 2011.

SUSTAINABLE TOURISM AS A PROMISING CONCEPT OF DEVELOPMENT

M.A. Los^a

^aTyumen State University, Tyumen,

Tyumen, Russia, e-mail: m.a.los@utmn.ru

Annotation: tourism affects the natural and socio-cultural environment. The growing volume of tourist flow poses the problem of overtourism. The concept of sustainable tourism is aimed at organizing tourism activities with minimal impact on the environment and local host communities. It is necessary to organize tourism on the principles of sustainable development to reduce the negative impact on the environment.

Keywords: sustainable tourism; mass tourism; over tourism; tourist flow.

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА НА БАЙКАЛЕ

А.М. Нестеренко^а

^аИНЦ СО РАН, г. Иркутск

Иркутск, Россия, e-mail: albina777@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются особенности организации на побережье озера Байкал пляжного туризма. Акцент сделан на экологических аспектах данного вида рекреации. Описаны наиболее популярные и посещаемые туристами районы Прибайкалья. Представлена динамика основных показателей деятельности туристской индустрии в Иркутской области.

Ключевые слова: пляжный туризм, экологически-ориентированный туризм, озеро Байкал

Несмотря на существующее разнообразие видов туризма, и в России, и в мире продолжает оставаться широко популярным традиционный пляжный туризм, под которым понимаются поездки в целях отдыха, оздоровления, восстановления физических, психических и эмоциональных сил. Такие поездки могут быть как групповыми, так и индивидуальными, их основной особенностью является отсутствие активного передвижения отдыхающих по маршруту [1].

Уникальность природных и климатических особенностей берегов озера Байкал потенциально позволяет развивать разные виды туризма, включая пляжный, однако, его экосистемы могут быть непоправимо повреждены массовым неконтролируемым туризмом, поэтому организация пляжного отдыха здесь должна основываться на целевом и разумном использовании объектов туристского интереса. Акватория озера Байкал с островами и прилегающие

прибрежные зоны находятся на территории двух субъектов РФ - Иркутской области и Республики Бурятия и являются наиболее ценными и ранимыми природными комплексами. Большая часть этих территорий является особо охраняемыми природными территориями разного уровня подчинения (федерального, регионального, местного) и включены в заповедники, заказники или национальные парки.

Нельзя не отметить, что до настоящего времени не сформировалось научное обоснование организации разрешённых видов деятельности, их возможностей и ограничений. Как представляется, обоснованным является подход, предложенный Е.В. Кулагиной, которая отмечает, что развитию массовых видов туризма должна предшествовать научная оценка туристско-рекреационных ресурсов, которые будут использоваться при предоставлении услуг оздоровительной и культурно-развлекательной направленности, т.е. необходимо изучать и учитывать ресурсные возможности территории, наряду с изучением потребностей и интересов потребителей туристской услуги [4].

Концепция устойчивого туризма предполагает возможность создания долгосрочных условий для развития как собственно туризма, так и сохранения природных ресурсов, социальных и культурных ценностей. Байкал и прибайкальские территории могут в перспективе занять достойную нишу на мировом туристском рынке благодаря устойчивому развитию экологоориентированных видов туризма, которые должны развиваться при строгом соблюдении природоохранных норм и требований при проектировании, строительстве и эксплуатации туристических объектов и инфраструктуры. В

настоящее время развитие туристической деятельности выступает как приоритетное направление экономики Иркутской области и Республики Бурятия.

Несмотря на то, что климат Восточной Сибири является резко континентальным и достаточно суровым, и потому не ассоциируется с возможностью пляжного отдыха, летом на берегах Байкала достаточно жарко. Средняя температура в последние годы здесь повышается, максимальная зафиксированная температура воздуха составила $+34^{\circ}\text{C}$. Особенностью побережья Байкала является высокая суммарная продолжительность солнечного сияния, к примеру, в пос. Большое Голоустное она составляет 2524 часов в год, что выше, нежели на черноморских курортах, а пасмурных дней здесь всего 37 в году, а на острове Ольхон - 48 дней. Вода в заливах максимально прогревается в конце июля до 23°C в непосредственной близости от берега, Сказанное означает, что в летний период на берегах озера Байкал возможна организация пляжного отдыха, который сочетает расположение туристов в живописных природных ландшафтах с пляжами и возможности организации загара, купания и занятий водными видами спорта.

Наиболее посещаемыми туристами регионами Прибайкалья в настоящее время являются Иркутский, Ольхонский и Слюдянский районы. Особой популярностью среди отдыхающих пользуются байкальские берега на восточном побережье Байкала. Наличие в них теплой воды, пригодной для купания в летний период, обусловлено асимметричностью байкальской котловины: для западной стороны озера характерен крутой подводный склон,

тогда как восточный берег является более пологим и мелководным, что поспособствовало формированию протяженных песчаных пляжей. Пляжи восточного берега озера Байкал непрерывно протянулись на сотни километров от Горячинска до Баргузинского залива. Именно тут активно развивается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Байкальская Гавань».

Так же для пляжного отдыха подходят золотистые песчаные пляжи с теплой водой в байкальских заливах, которые в течение нескольких десятилетий являются популярными центрами отдыха — это остров Ольхон, заливы Мухор и Куркутский на Малом Море, Посольский Сор, Чивыркуйский залив. В данных местах побережье застроено практически полностью, здесь сконцентрирована большая часть турбаз и гостевых домов, сюда направлен основной поток «диких» туристов. Отдыхающие здесь имеют возможность арендовать лодку, покататься на водных лыжах или водном мотоцикле, полетать на парашюте за катером, покататься на надувном «банане», взять в аренду квадроцикл или багги. Для туристов работают летние кафе, спортивные площадки с инвентарем, дискотеки. Помимо туристических баз выделены обширные территории под платные стоянки, предназначенные для автотуристов.

Многих туристов привлекает красота песчаных пляжей в заповедных уголках Северного Байкала, здесь в отличие от густо застроенного туристическими базами южного берега озера, сохранились безлюдные протяженные пляжи с золотистыми песчаными дюнами. Вплотную к ним подступает тайга. Увидеть эти пляжи можно только с воды, поскольку на

по побережью Северного Байкала отсутствует дорожная сеть, что и позволило сохранить их от массированного нашествия туристов.

Согласно данным агентства по туризму Иркутской области [5] туристический поток в Прибайкалье ежегодно увеличивается, сюда едут как россияне из разных уголков страны, так и зарубежные гости (табл. 1). Безусловно пандемия ковида внесла коррективы в уверенно растущие показатели деятельности туристкой сферы в регионе. Однако, с ее окончанием, туристы снова потянулись на побережья Байкала. Так, в 2022 г. рейтинг наиболее предпочтительных направлений для отдыха у россиян возглавил Байкал (29%). На второй позиции расположился Крым - на полуострове мечтал провести отпуск каждый пятый (21%), замыкает тройку республика Алтай, в которой хотели отдохнуть 19% опрошенных [2].

Таблица 1

Основные показатели деятельности туристской индустрии Иркутской области за 2010-2021 гг.

№	Наименование показателя	2010	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Объем туристского потока в Иркутскую область (тыс. чел.), из них:	774,1	1525,8	1597,8	1671,0	1829,8	835,2	1240,7
1.1	Количество иностранных туристов (тыс. чел.)	70,8	156,8	211,0	295,3	367,8	54,1	15,2
1.2	Количество российских туристов (тыс. чел.)	703,3	1369,0	1386,8	1375,7	1462,0	781,1	1225,5
2	Объем предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере, (млн. руб.) из них:	3365,3	5370,6	5600,5	6478,6	6711,8	3347,4	5376,9
2.1	Туристские услуги (млн. руб.)	1330,0	1957,5	2153,2	2415,0	2657,1	1181,2	2233,6
2.2	Санаторно-оздоровительные услуги (млн. руб.)	971,7	1499,0	1299,1	1549,4	1590,4	509,6	1064,9

2.3	Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения (млн. руб.)	1063,6	1914,1	2148,2	2514,2	2464,3	1656,6	2078,4
3	Сумма налоговых поступлений от деятельности гостиниц, ресторанов и туристических агентств в консолидированный бюджет Иркутской области (млн. руб.)	237,1	643,3	759,2	869,9	991,5	885,8	1409,9

Говоря о недостаточной эффективности туристической деятельности на современном этапе, следует отметить, что в два-три летних месяца на Байкале наблюдается активный поток туристов, в это время туристические объекты посещают более полутора миллиона туристов, однако, в остальные сезоны в гостиницах и на турбазах посетителей крайне мало. Для удлинения купального сезона возможным видится строительство подогреваемых бассейнов на побережье Байкала. Также особого внимания требует развитие зимнего туризма, который позволит загружать посетителями существующие и строящиеся гостиницы и отели Байкальского региона в холодные периоды года.

Как представляется, при развитии туризма на Байкальской природной территории необходимо уделить внимание двум основным проблемам: сбережению качества рекреационных ресурсов и эффективности туристического бизнеса. Для сохранения экосистем побережий Байкала в процессе их рекреационного использования необходимо сделать акцент на развитие экологически ориентированных видов туризма, а также более четко устанавливать требования к пребыванию на этих территориях. Возможным является оптимизировать антропогенную нагрузку на побережье оз. Байкал,

перераспределяя ее по прилегающей территории за счет вовлечения новых объектов туризма [3]. Перспективы развития туризма, в том числе пляжного, в Байкальском регионе видятся также через усиление эколого-воспитательной работы и пропаганде бережного отношения к природе.

Библиографический список

1. Березовая Л. Г. История туризма и гостеприимства. М.: Издательство Юрайт, 2019. - С. 477.
2. ВЦИОМ: Треть россиян мечтают провести отпуск на Байкале. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2022/10/24/vciom-tret-rossiiian-mechtaiut-provesti-otpusk-na-bajkale.html> (дата обращения: 30.09.2023)
3. Кичигина Н.В. Гидрологические объекты экологически ориентированных видов туризма Юго-западного побережья озера Байкал // Современные проблемы сервиса и туризма № 1/2019 Том 13. - С. 131.
4. Кулагина, Е.В. Технологии рекреации и анимации - [Электронный ресурс] URL: <https://rucont.ru/efd/664529> (дата обращения: 21.09.2023)
5. Отчет Агентства по туризму Иркутской области о проделанной работе за 2021 год [Электронный ресурс] URL: <http://irkobl.ru/sites/tour/report> (дата обращения: 10.10.2023)

SPECIFICS OF BEACH TOURISM DEVELOPMENT ON BAIKAL

A.M. Nesterenko^a

^aISC SB RAS, Irkutsk

Irkutsk, Russia, e-mail: albina777@mail.ru

Annotation: The article discusses the features of the organization of beach tourism on the shore of Lake Baikal. The emphasis is placed on the ecological aspects of this type of recreation. The most popular and visited by tourists areas of the Baikal region are described. The dynamics of the main indicators of the tourism industry in the Irkutsk region is presented.

Keywords: beach tourism, eco-oriented tourism, lake Baikal

УДК 338.482.224

ШКОЛЬНЫЙ ЭКОМАРШРУТ

Г.Ю. Сибгатуллина^а

^аМуниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №12» г. Казани, Россия

mingulnaz@yandex.ru

Аннотация: по нашим представлениям, экологический туризм – это маршрут, реализующий спортивные и оздоровительные цели, интегрированный с образованием и воспитанием, что достигается в процессе ознакомления и изучения определенной местности. Он подразумевает организацию путешествия к нетронутым природным территориям, которое содействует их охране и улучшению благосостояния местного населения. Совмещает изучение объектов флоры и фауны с бережным к ним отношением.

Ключевые слова: родной край; экологическое воспитание; экотуризм; виды туризма; экомаршрут.

Знать и любить тот край, где ты родился и вырос, где живут твои родные и близкие люди – достойная задача для каждого человека. Наша республика – край древней истории с огромным количеством заповедных территорий. Это субъект нашего государства с самобытной культурой. Наша республика – место уникальное. Понять его неповторимость можно, только побывав в неповторимых природных местах родного края.

Что влечет путешественника в дорогу? Любопытство и творчество – это важнейшие мотивы, зовущие его в путь.

Сегодня человечество совершило ряд коренных изменений во всех сферах жизнедеятельности людей. Развитие промышленного производства,

недостаточное экологическое просвещение, культура «общества потребления» - все это является формирования потребительского отношения к природе. Мы ошибочно полагаем. Что способны существовать в отрыве от природной среды, а значит и не беспокоиться о ее сохранности.

Необходимо понимать зависимость нашего благополучия от состояний окружающей среды. Но просто понять мало – необходимо менять свое сознание и действовать. А достичь подобных перемен возможно, на наш взгляд, только через экологическое просвещение и привития любви к своей малой родине в походе.

В настоящее время туризм является самостоятельным, мощным сектором экономики и занимает лидирующее положение среди крупнейших мировых отраслей, но во многих случаях развитие туризма происходит без учета экологического состояния природных комплексов. Индустрия туризма эксплуатирует природные, культурные и исторические ресурсы, нуждается в собственности на землю, производит отходы, загрязняет воздух, воду и почву, оказывает мощное негативное влияние на природу. Инновационным способом решения экологических проблем является экологический туризм, имеющий высокий потенциал развития [1, с. 231].

Нами было принято решение изучить вопрос развития экологического туризма в республике, провести опрос для определения предпочтений учащихся в экотуризме и составление экомаршрута для учащихся нашей школы.

Республика Татарстан богата историко-культурным и научным наследием; на территории имеются естественные природные зоны, что позволяет не только

развивать различные виды туризма, но и проводить научно-познавательные экскурсии; наличие особо охраняемых памятников природы и нескольких крупных городов [2, с. 57].

С целью выявления интересов учащихся школы было проведено анкетирование. Выявлен уровень экологической грамотности учащихся школы, их заинтересованность в экологическом туризме на территории Республики Татарстан и их предпочтений.

В ходе исследования было опрошено 38 учащихся 5-8 классов. Термин «экология» большинство (47%) учащихся связали с взаимодействием живых организмов между собой, 26% учащихся считают, экология - природа, 18% учащихся считают, что экология- деятельность специальных служб по охране воды, воздуха и почвы.

Проблемы экологии 68% учащимся интересны, о них учащиеся узнают из интернет источников (76%), телевидения (60%), в школе (30%). На вопрос о том, кто является главным источником загрязнения в нашем населенном пункте 89% учащихся выбрали ответ «Люди». Из 38 респондентов 98 % считают, что могут сделать полезное для окружающей среды. На вопрос о том, что могут сделать рядовые граждане для защиты окружающей среды учащиеся выбрали ответы: стараться не мусорить на улице и на природе (95%), приобщаться к экологическим практикам (60%), участвовать в субботниках (37%), акциях (29%).

Термин «экотуризм» большинство респондентов связали с походами, сплавами и отдыхом на природе с палатками, многие понимали под экотуризмом

посещение нетронутых уголков природы (в том числе заповедников, национальных парков и заказников) без вреда для природы, вдали от мегаполисов, в зонах без инфраструктуры и комфорта. Некоторые отмечали тесную связь экотуризма с посещением и проживанием в деревнях и на фермах, участие в быту, ведение хозяйства. Лишь немногие назвали те черты экотуризма, которые отличают его от любого другого вида рекреации – это применение экологичных транспортных средств и технологий, минимальное воздействие на окружающую среду и местное население.

Из 38 респондентов 79% не практиковали экотуризм.

В вопросе предпочтительных формах экотуризма мнения разделились. При организации данного вида путешествий 36% туристов хотели бы передвигаться пешком, 36% опрошенных выбрали бы велопутешествие, 36% хотели бы путешествовать водным транспортом.

Большая часть опрошенных предпочитают тематические (23%), культурологические (18%), фаунистические и флористические (16%) поездки.

В вопросе о предпочтениях объектов экотуризма Республики Татарстан 42% учащихся хотели бы покормить оленей в экопарке, 39% учащихся подняться на Лабышские горы и увидеть Волгу, покрытую льдом, 39% учащихся подняться на самую высокую точку Татарстана - гора Чатыр –Тау, 29% учащихся хотят прогуляться на велосипеде в парке "Салкын Чишма", 23% учащихся хотят посетить экоферму "Татарский страус".

Большая часть учащихся готова потратить два дня на экотуризм (36%), третья часть опрошенных предпочли бы непродолжительную по времени

экскурсию. Меньше всего интереса у туристов вызвали пятидневные туры (28% респондентов выбрали данный вариант).

На основе проделанной работы можно сделать вывод о том, что для учащихся нашей школы нужно разрабатывать однодневные активные или познавательные туры с посещением различных ООПТ и других природных объектов.

Разработали школьный экомаршрут из учета интересов, опрошенных учащихся школы. Назвали маршрут: «По правому берегу Волги». Вид туризма: познавательный. Тип маршрута - смешанный: веломаршрут + пеший + автобус. Сложность маршрута: для начинающих. Основные населенные пункты: пристань Казань - село Верхний Услон - населенный пункт Печищи - деревня Большие Ачасыры – деревня Нурлаты – Казань. Для привлечения внимания и формирования интереса потенциальных клиентов и потребителей к продвигаемому экотуру, был создан рекламный буклет с основной информацией о маршруте.

Стоит активно заняться созданием и оборудованием новых маршрутов, а также экологических познавательных туров, имеющих целью повысить уровень экологического образования населения. В целом, экотуризм – это способ улучшения экологической, экономической и социальной ситуации и один из гарантов устойчивого развития региона.

Библиографический список

1. Амарова, О.Г. Туризм и экология: аспекты взаимодействия / О.Г. Амарова // Опыт решения проблем устойчивого экологического развития туризма в России. – 2005. – С. 231-233.

2. Сулейманова, Г.В. Из истории развития потенциала экологического туризма в Республике Татарстан / Г. В. Сулейманова. – Вестник КАЗГУКИ, 2016. – № 2. – с. 57-59.

SCHOOL ECOMROUTE

G. Y. Sibgatullina^a

^aMunicipal budgetary educational institution “Secondary school No. 12”,

Kazan, Russia

Kazan, Russia, mingulnaz@yandex.ru

Annotation: according to our ideas, ecotourism is a route that realizes sports and health goals, integrated with education and upbringing, which is achieved in the process of familiarization and study of a certain area. It involves organizing a trip to untouched natural areas, which contributes to their protection and improvement of the well-being of the local population. Combines the study of flora and fauna objects with a careful attitude towards them.

Key words: native land; environmental education; ecotourism; types of tourism; eco route.

УДК 911.3:338.48(571.122)

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА ХАНТЫ- МАНСЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА - ЮГРЫ

С.Н. Соколов^а, Э.А. Ржепка^б

^а Нижневартровский государственный университет, г. Нижневартовск

^б Байкальский государственный университет / Институт географии им. В.Б.

Сочавы СО РАН, г. Иркутск

Нижневартовск, Иркутск, Россия, e-mail: snsokolov1@yandex.ru

Аннотация. Рассмотрены проблемы формирования территориальной рекреационной системы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Здесь существует как необходимость, так и возможность экономически и экологически обоснованное создание объектов такой системы.

Ключевые слова: территориальная рекреационная система, рекреация, формирование, Югра.

Как известно, территориальная рекреационная система (ТРС) представляет собой географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала, органа управления и отдыхающих [9]. Системная организация ТРС базируется на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности рекреанта. На этой методологической основе разработаны принципы оценки рекреационного спроса, рекреационных ресурсов,

инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие туристско-рекреационных районов и т.п.

Совокупность рекреационных ресурсов и рекреационной деятельности является основанием для формирования территориальной рекреационной системы. Рекреационные ресурсы, являясь одной из составляющих природно-ресурсного потенциала региона, в то же время являются объектом изучения рекреационной географии. Рекреационная деятельность – все явления, связанные с определенной избирательной деятельностью людей в свободное время, происходящие в определенном пространстве.

Рекреационный потенциал основывается на оценке природных ресурсов с точки зрения пригодности к рекреационной деятельности. Немаловажным в оценке рекреационного потенциала территории является элемент ее доступности (транспортной и пешеходной) для непосредственных пользователей.

Ю. В. Поросенков и Т. М. Худякова [6] указывают на то, что территориальный аспект позволяет более четко показать значимость географической составляющей в исследовании проблем туризма. Концепцию ТРС развивает Л. Ю. Мажар [2], указывая на то, что ТРС представляют собой один из видов общественных геосистем, совокупность элементов сферы рекреации и туризма, объединенных пространственными отношениями и взаимосвязями.

Как считает Д. В. Николаенко [4], ТРС – крайняя форма территориальной организации рекреации, в большинстве случаев освоение территории в рекреационных целях не достигает подобного уровня. Однако его мнение

сформулировано, скорее всего, на основе изучения староосвоенных рекреационных районов, где рекреационное природопользование во многом имело исторически сложившийся характер и затрудняло системообразование. При оценивании рекреационного природопользования на территории Югры как раз и, возможно, экономически и экологически обоснованное создание объектов ТРС. Основой для формирования ТРС является оценка рекреационного потенциала территории, который определяется как условия и факторы развития рекреационной деятельности.

Основной задачей рекреационной деятельности является создание мест отдыха жителей вблизи проживания. В связи с этим ведется формирование ТРС национального, регионального и местного значения. Развитие сферы рекреационной деятельности может иметь в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре мощный мультипликативный эффект и послужить фактором развития других производственных и непроизводственных сфер деятельности [1; 3; 7].

ТРС национального значения формируется на основе наиболее ценных курортно-рекреационных и туристских ресурсов страны, и предназначена для организации длительного отдыха населения в период отпусков и каникул, развития познавательного, спортивно-оздоровительного и экологического туризма. Ограничением развития ТРС национального значения являются зоны интенсивного антропогенного воздействия, так как при этом проблематично сохранить имеющиеся природные ценности. Поэтому выделение рекреационных

территорий национального значения следует вести за пределами зон 1–1,5 часовой транспортной доступности от больших городов.

Потребность в формировании ТРС регионального значения обусловлена зонами влияния больших городов, региональных центров с большой потребностью в территориях загородного отдыха. Формирование таких систем направлено на удовлетворение потребностей в длительном и кратковременном загородном отдыхе с ночлегом вблизи мест постоянного проживания.

ТРС местного значения предназначены для организации кратковременного отдыха населения в выходные и будние дни в поселениях и их ближайшем окружении. Их основу составляют городские и пригородные парки, лесопарки, центры отдыха и развлечений, рассчитанные на массовые посещения отдыхающих. Их формирование связано с величиной поселений, особенностями градостроительных условий, ландшафтных условий. Размещение и развитие пригородных рекреационных территорий должно осуществлять формирование и развитием зеленых зон городов, и вестись на основе существующих лесов и водоёмов.

Важная роль в формировании ТРС принадлежит рекреационному районообразованию, которое связано с определенном типом освоения территории, приобретающей рекреационные функции, и где выбор района под рекреационное освоение во многом определяется потребностями социально-культурного освоения территории.

Формирование ТРС – процесс, во многом определяемый интенсивностью развития отраслей экономики, обеспечивающих рекреационную деятельность, и

он на территории округа уже идет. Характеризуя составляющие ТРС единицы – подсистемы, можно сказать следующее.

Подсистема «природные и культурные комплексы» как территориальный базис формирования ТРС отличается следующими особенностями: климатическими характеристиками для развития в основном зимних видов рекреации, серьезным потенциалом гидрологических ресурсов для развития водного туризма, наличием флористических и фаунистических ресурсов для пешеходного, охотничьего туризма; наличием достаточного количества используемых для туризма и потенциальных для туристической культуры объектов. Но необходимо вести дальнейшую работу по оценке рекреационной емкости, устойчивости, комфортности, разнообразия и привлекательности элементов данной подсистемы [8].

Подсистема «инженерные сооружения», представляющая собой весь комплекс рекреационных и обслуживающих предприятий также требует более пристального изучения: ее емкости, устойчивости, комфортности, разнообразия, загруженности, эксплуатационной (технологической) готовности. В настоящее время самыми общими ее характеристиками является неразвитость, недостаточность предоставляемых услуг. Так, использование местных курортно-санаторных ресурсов – лечебных минеральных вод, торфогрязей, сапропелей – является фактором развития учреждений санаторно-курортного лечения, сеть которых должна быть расширена, учитывая возросшую потребность в оздоровлении жителей региона. Такие учреждения могут быть

размещены на территориях с экологически благополучными характеристиками, хорошей транспортной доступностью, которые пока еще не задействованы.

Подсистема «обслуживающий персонал», согласно мнению рекреантов, также находится в стадии становления. Для формирования кадровой обеспеченности высокого профессионального уровня в настоящее время в вузах округа организована подготовка кадров (например, в Нижневартовском государственном университете) [5].

Подсистема «отдыхающие» в настоящее время является практически неизученной, так как не ясен объем и структура рекреационных потребностей, избирательность и география рекреационного спроса, сезонность и разнообразие; не выявлены социально-демографические, возрастные, национальные, региональные особенности рекреантов. А эти сведения как раз и являются определяющими для формирования других блоков ТРС.

Основой для формирования ТРС является оценка рекреационного потенциала территории, который определяется как условия и факторы развития рекреационной деятельности. Системная организация ТРС базируется на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности рекреанта. На этой методологической основе разработаны принципы оценки рекреационного спроса, рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие туристско-рекреационных районов и т.п.

Рекреационной нагрузке в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре наиболее подвержены территории, непосредственно прилегающие к населенным

пунктам – земли пригородных лесничеств, других землепользователей, обладающие набором привлекательных с точки зрения рекреации показателей (озерные системы, речные долины и пр.); в рекреационный процесс ежегодно вовлекаются все новые площади лесов. Недопустимо высокая рекреационная нагрузка отмечается на побережьях водоемов, в лесных полосах вдоль автомобильных и железных дорог, в водоохранных лесных массивах и на территориях фактически не охраняемых заказников и памятников природы. Минимально допустимы рекреационные нагрузки на горные и тундровые ландшафты Северного и Приполрного Урала. Максимальные рекреационные нагрузки выдерживают южно-таежные и среднетаежные ландшафты.

Размещение и развитие пригородных рекреационных территорий должно осуществляться взаимосвязанно с формированием и развитием зеленых зон городов (они комплексно выполняют рекреационные, средорегулирующие, защитные функции), и вестись преимущественно на основе существующих лесов и водоемов, предусматривая их укрупнение. В окружении малого города достаточно создание одной зоны отдыха. В окружении большого или среднего города создается несколько зон отдыха. В окружении крупных и крупнейших городов требуется создание развитых систем рекреационных территорий и объектов. Здесь должны размещаться санатории и профилактории, детские оздоровительные лагеря, участки садоводческих товариществ. Кроме пригородных территорий, базой для рекреационной деятельности в ТРС регионального характера обязательно должны стать существующие в округе особо охраняемые природные территории (ООПТ). При их недостаточности или

транспортной недоступности необходима работа по выделению дополнительных ООПТ такого типа, которым законодательно вменяется функция по организации рекреации (например, природных парков).

Таким образом, в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре в настоящее время существует как необходимость, так и возможность создания ТРС регионального характера. Ее сбалансированное формирование может быть обеспечено комплексным рекреационным районированием, в котором будут отражены порайонные различия в функциональных связях между имеющимися потребностями населения, ресурсами, инфраструктурой.

Библиографический список

1. Есипова С. А. Потенциал развития видов туризма в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре / С. А. Есипова // Вестник Югорского государственного университета, 2015. № S4(39). С. 193–195.
2. Мажар Л. Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы / Л. Ю. Мажар. Смоленск: Универсум, 2008. 212 с.
3. Морозова И. Г. Рационализация развития индустрии туризма как отрасли региональной экономики на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / И. Г. Морозова. Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Ханты-Мансийск, 2008. 24 с.
4. Николаенко Д. В. Рекреационная география: учебное пособие для студ. вузов / Д. В. Николаенко. М.: Владос, 2001. 288 с.
5. Пенкина Н. В. Состояние туристско-рекреационного комплекса Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / Н. В. Пенкина // Дискуссия, 2015 №11(63). С. 33–37.
6. Поросенков Ю. В. Формирование отечественной рекреационной географии и проблемы социально-экономико-географических исследований рекреационной деятельности / Ю. В. Поросенков, Т. М. Худякова // Вестн. ВГУ. Сер. География, геоэкология, 2009. № 2. С. 5–11.
7. Соколов С. Н. Рекреационно-географическое положение Ханты-Мансийского автономного округа – Югры как предпосылка развития туристской индустрии // Север России: стратегии и перспективы развития: Матер. II Всерос. науч.-практ. конф. Сургут: ИЦ Сургут. гос. ун-та, 2016. Т. III. С. 62–68.
8. Соколов С.Н., Ржепка Э.А. Оценка туристско-рекреационного потенциала Азиатской России // Цифровая география: матер. Всерос. науч.-практической конференции с междунар. участием. г. Пермь. 2020. С. 170–174.

9. Теоретические основы рекреационной географии / Под ред. В. С. Преображенского. М.: Наука, 1975.
224 с.

TERRITORIAL RECREATIONAL SYSTEM OF THE KHANTY-MANSIYSK AUTONOMOUS OKRUG - YUGRA

S.N. Sokolov^a, E.A. Rzepka^b

^a Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk

^b Baikal State University / V.B. Sochava Geographical Institute SB RAS, Irkutsk

Nizhnevartovsk, Irkutsk, Russia, e-mail: snsokolov1@yandex.ru

Annotation: The problems of formation of the territorial recreational system of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra are considered. Here there is both a need and an opportunity for the economically and environmentally sound creation of objects of such a system.

Keywords: territorial recreational system, recreation, formation, Yugra.

УДК 338.48

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Н.В.Шигапова^а, Л.В.Моисеева^б

^а Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма г.Казань, г.Казань

^б Уральский государственный педагогический университет, г.Екатеринбург

^а Казань, Россия, e-mail zamdekan 74@mail.ru

^б Екатеринбург, e-mail: tomila2013@yandex.ru

Аннотация: В статье описаны теоретические положения экологического туризма, его история развития в России и показана взаимосвязь между туризмом и экологией.

Ключевые слова: туризм; экология; экотуризм; экотурист; экосистема

Экологический туризм (экотуризм, зеленый туризм) - это путешествие в природные зоны относительно неизмененные человеком.

Именно этот вид туризма поможет приобрести новые знания об окружающей среде и улучшить физическую форму. Кроме этого общение и знакомство с природой вызывает положительные эмоции, что в свою очередь избавляет от стресса человека, живущего в бешеном ритме мегаполиса. Экологический туризм прививает заботу и бережное отношение к окружающей среде и имеет выгодное положение для местных жителей.

Экологический туризм - это целенаправленное путешествие в природные территории с целью более глубокого понимания местной культуры и природной

среды, которые не нарушают целостность экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей. [8, с. 5]

Впервые термин «экотуризм» был применен в первой половине 20 века в 80х годах мексиканским экологом Эктором Себальосом - Ласкурайном. Он отражал гармонию между туризмом и экологией, что в дальнейшем принесло популярность.

Экологический туризм, стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой, предотвращает отрицательное воздействие на окружающую среду, и культурное наследие. Побуждает бережно относиться и приносить гармонию.

«Международная организация экотуризма» определяет экотуризм как, ответственное путешествие к природным зонам, областям, сохраняющих окружающую среду и поддерживающих благосостояние местных жителей.

Экологический туризм - это путешествие к нетронутым, незагрязненным областям, с уникальными природными ценностями. [11, с. 37]

Экологический туризм, подразумевает под собой различные вариации путешествий, которые посвящаются отдыху в незагрязненных, экологически чистых местах, где происходит изучение уникальных природных объектов. Путешествием может быть, как поход в горы или в лес с ночевками в палатках и песнями у костра, таки велосипедная или пешая прогулка по заповедным территориям и паркам.

Экологический туризм предполагает пешие прогулки и походы с применением экологических видов транспорта ими могут быть; лодки весельные, велосипеды, самокаты. Туристами могут осуществляться сбор ягод,

грибов, а также различных лекарственных трав, наблюдение за дикими животными, рыбалка, размещение в домиках, построенных из экологически чистых материалов или в палаточных лагерях.

Экотуризм - это бережное отношение к природе, приложение максимальных усилий к ее сохранению - экологические туристы не оставляют за собой мусор, тушат костры, стараются не навредить растительности.

Особенности экотуризма заключаются в сохранении природы, он побуждает к бережному отношению и заботе об окружающей среде.

Принципы экологического туризма:

1. Путешествие на природу, ознакомление с флорой и фауной, обычаями и традициями местных жителей.

2. Предотвращение отрицательного воздействия на окружающую среду.

3. Поддержание экологии.

4. Поддержка охраны природы.

5. Приобретение новых знаний об экологии.

6. Общение с местными жителями привлечение доходов для развития.

7. Привлечение новых туристов.

8. Забота об окружающей среде.

Объекты, посещаемые экотуристами:

Национальный парк - это охраняемая территория или акватория с уникальными природными объектами: каньонами, водопадами, ущельями, островами и необычными ландшафтами.

Научный заповедник - это охраняемая территория, которая используется в

исключительно научных целях.

Заповедник диких животных - создан с целью сохранения редких видов животных.

Памятник природы - это природная или созданная человеком культурно - историческая достопримечательность.

Антропологический заповедник - это охраняемая территория, созданная для сохранения традиций племен и местного населения.

Виды экологического туризма.

При правильном планировании и организации, к экотуризму можно отнести большой спектр деятельности. От длительных научных экспедиций до отдыха на природе в выходные дни. Все это можно классифицировать по различным критериям, группам путешественников, объектам посещения, видам туристской деятельности, продолжительности пребывания и др. Основными объектами экотуризма являются нетронутые человеком природные места, заповедники, национальные парки. Объектами познавательного или научного туризма также становятся представители животного мира. Экотуристов привлекают и уникальные объекты неживой природы, водопады, озера, реки, пещеры. Объектами экотуризма могут быть экзотические места с разнообразной флорой, необычные природные явления, как например: Северное сияние. Объектами экотуризма могут быть культурные, этнографические, археологические и исторические достопримечательности.

По специфике занятий условно выделяют научный, познавательный и рекреационный туризм.

К научному экотуризму относят: экспедиции ученых, практика студентов, путешествия включающие в себя сбор научной информации о регионе. Научный туризм обычно составляет небольшой процент в экотуризме, но он играет значительную роль. Он способен пополнить знания о дальних районах и объектах. Полученная информация может быть полезна и для развития науки, и для устойчивого развития в регионе экотуризма. Этот вид туризма поможет обмениваться опытом с другими странами и установить связи по созданию международных проектов. Научный туризм характерен для российских заповедников.

Познавательный экотуризм - это туристические поездки с целью ознакомления с памятниками природы, истории, культуры и местных традиций. Его разновидностями можно считать туры по наблюдению за жизнью птиц, бабочек, а также ботанические экскурсии, археологические, этнографические, палеонтологические и эко - сафари.

Основной идеей рекреационного экотуризма является отдых на природе, который носит познавательный характер. Так же этот туризм может быть активным (приключенческим) и пассивным. К его активным формам относят пешие, конные и лыжные походы, альпинизм, горные и водные путешествия. К пассивной форме туризма можно отнести отдых с палатками, пикники, рыбалка, сбор ягод и трав.

Кто такой экологический турист? Кто же эти люди, которые станут реальными участниками экологических туров? Что движет ими при выборе данного вида путешествия?

Эти вопросы волнуют работников туристического бизнеса и специалистов по охране природы. Ответы на эти вопросы помогут создать нужный туристический продукт и продвинуть его на рынке, а также улучшить его качество и выявить недостатки.

Делая вывод можно сказать о том, что, экология и туризм имеют тесную связь между собой. Туризм как отрасль экономики зависит от чистоты пляжей, воды и воздуха. Первозданная природа больше всего привлекает туристов. Ухудшение качества окружающей среды напрямую грозит развитию индустрии туризма. Необходимо свести к минимуму интенсивное потребление на более разумное. Нужно создавать очистительные станции по переработке мусора. За последние годы произошли положительные и отрицательные стороны на пути к развитию экологического туризма. Стал увеличиваться спрос среди населения на экотуризм в России, этому способствуют различные ассоциации и общественные организации.

Библиографический список

1. Лесной кодекс Российской Федерации от 04 декабря 2009 г. № 200-ФЗ Б (ред. от 22.07.2014 г.)
2. Об утверждении Типовой структуры региональной (муниципальной) программы развития туризма субъекта Российской Федерации: приказ федерального агентства по туризму от 11 июля 2012 г. № 66.
3. Основные направления развития системы государственных природных заповедников и национальных парков в Российской Федерации на период до 2018 года. утв. приказом Министерства б природных ресурсов РФ от 22 апреля 2009 г. № 342.
4. Постановление Правительства РФ от 26 января 2011 г. № 47. О подготовке и заключении договора аренды земельного участка национального парка.
5. Постановление Правительства РФ от 18 июля 2014 г. № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».
6. Постановление Правительства РФ от 30 июня 2009 г. № 417 «Об утверждении Правил пожарной безопасности в лесах».

7. Приказ Минэкономразвития РФ от 12 июля 2013 г. № 293 «Об установлении Порядка подготовки и заключения договора аренды земельного участка, расположенного в границах функциональных зон национальных парков».
8. Федеральный закон от 24 ноября 2010 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
9. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Учебное пособие, Ростов-на-Дону, 2008. - С. 37
10. Дроздов А.В., Моралева Н.В., Ледовских Е.Ю. Экологический туризм как современная идеология путешествий в природу. Т., 2002. - С.5 – 7
11. Медведев В.И., Алдашева А.А. Экологическое сознание. М., Логос, 2009.-С.11-15
12. Официальный сайт USAID, <http://map.usaid.gov/>
13. Официальный сайт WWF. http://www.wwf.ru/about/what_we_do/forests.
14. Официальный сайт Глобального Экологического Фонда. <http://www.rsci.ru/grants/fonds/133.php>
15. Официальный сайт Фонда развития экотуризма «Дереу Узала». <http://www.ecotours.ru/ecotours/>

THEORETICAL ASPECTS OF ECOTOURISM

N.V. Shigapova ^a, L.V.Moiseeva^b

^aVolga Region State University of Physical Culture, Sports and Tourism,

Kazan

^bUral State Pedagogical University, Yekaterinburg

Kazan, Russia, e-mail: zamdekan74@mail.ru

Yekaterinburg, e-mail: momila2013@yandex.ru

Annotation: The article describes the theoretical principles of ecological tourism, its history of development in Russia and shows the relationship between tourism and ecology.

Key words: tourism; ecology; ecotourism; ecotourist; ecosystem

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА «КУРОРТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ»

Т.Ю. Шумкина^а, Н.Н. Климов^б, Д.В. Облогин^в

^а Кубанский государственный университет, г.Краснодар

^б Кубанский государственный университет, г.Краснодар

^в Кубанский государственный университет, г.Краснодар

Краснодар, Россия, e-mail: tanyashumkina20@gmail.com

Аннотация: Туристский бренд является сравнительно новым эффективным способом продвижения отдельных туристских предприятий, городов, регионов и стран. Согласно Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года одной из основных целей развития туризма в регионе является развитие и укрепление зонтичного бренда «Курорты Краснодарского края» и формирование брендов отдельных территорий. В статье была определена узнаваемость бренда «Курорты Краснодарского края» и принятие его местным населением. Был проведен анализ социальных сетей бренда. На основе социологического исследования были составлены рекомендации по проведению PR-компания регионального бренда.

Ключевые слова: территориальный брендинг, бренд региона, продвижение бренда, Краснодарский край, Курорты Краснодарского края.

Под брендом региона понимается совокупность ценностей, которые отражают оригинальные неповторимые потребительские характеристики региона, которые получили определённую общественную известность и признание, а также пользуются стабильным спросом. Первостепенной задачей туристического бренда является повышение привлекательности и узнаваемости региона среди потенциальных туристов. Кроме того, он может способствовать развитию инфраструктуры отдельных территорий, поднять их инвестиционный потенциал [3, с. 57].

Бренд «Курорты Краснодарского края» был принят в 2011 г., в последствии возникла необходимость в ребрендинге. Первая версия бренда «Курорты Краснодарского края» не отражала в полной мере все туристические ресурсы края. Поэтому, в 2021 г. был проведён ребрендинг и представлен новый логотип и слоган «Курортов Краснодарского края» (рис. 1).



Рис. 1. Результат ребрендинга «Курортов Краснодарского края» [1].

«Курорты Краснодарского края» стали метабрендом, объединившим другие территориальные бренды региона: Сочи, Анапа, Геленджик, Горячий ключ, Курорты Туапсинского района, а также коммерческие туристические точки притяжения: Роза Хутор, Sky Park. Задачей нового позиционирования было отразить круглогодичность отдыха в регионе. Слоган «Жарко круглый год» поясняет символ и отражает всесезонность, заявить о которой было первостепенной задачей маркетологов [1].

Для построения успешного бренда важно помнить о двух принципиально важных критериях, а именно узнаваемости потенциальными потребителями и принятию бренда местным населением [2, с. 47].

Для определения узнаваемости бренда «Курорты Краснодарского края» был проведено анкетирование. В исследовании приняло участие 112 респондентов из

19 регионов РФ. Целевой аудиторией опроса стала молодёжь в возрасте от 18 до 35 лет. Респондентам был показан логотип «Курорты Краснодарского края» и задан вопрос «Знаком ли Вам этот логотип?». Опрос показал, что 36 % респондентов знакомы с брендом. Большинство опрошенных увидели логотип «Курортов Краснодарского края» впервые, их процент составил 64%. Это говорит о весьма низкой узнаваемости нового бренда Краснодарского края.

В ходе опроса был выявлен ассоциативный ряд с логотипом бренда «Курорты Краснодарского края». Только 5,3 % опрошенных отметили, что круг на логотипе бренда символизирует круглогодичность отдыха. Именно так бренд описывают авторы. Большинство опрошенных не высказали своё предположение по поводу ассоциации с логотипом. У 31,2% респондентов круг на логотипе ассоциируется с волнами и морем. Несколько человек отметило, что цветовая гамма логотипа отражает впечатления и эмоции от отдыха в регионе. Также круг, расположенный рядом с названием бренда, ассоциируется у потенциальных туристов с колесом фортуны, воронкой, единством и солнцем. Слоган бренда «Жарко круглый год» знаком лишь 5,6 % опрошенных.

Региональный бренд должен обладать не только высокой узнаваемостью потенциальных туристов, он также должен быть положительно принят местным населением, раскрывать идентичность территории. Для оценки принятия местным населением бренда «Курорты Краснодарского края» был проведён опрос среди 135 жителей региона. Среди них 85,7 % родились в Краснодарском крае, а 16,3 % проживают в Краснодарском крае более 10 лет. В ходе опроса было выявлено отношение местного населения к бренду «Курорты Краснодарского

края». Большинство опрошенных увидели логотип бренда впервые. Часть опрошенных (31,8 %) отметила, что логотип и слоган бренда «Курорты Краснодарского края» не отражают специфику региона. Краснодарский край обладает большим количеством туристских ресурсов, которые не были отражены в визуализации бренда. Опрос показал, что 90,3 % респондентов, проживающих в Краснодарском крае, считают, что в регионе можно отдыхать не зависимо от сезона.

Таким образом, проведённый в ходе исследования опрос показал, что бренд «Курорты Краснодарского края» на сегодняшний день обладает весьма низкой узнаваемостью среди гостей и жителей региона. Для повышения узнаваемости необходимо провести PR-кампанию регионального бренда. Эффективная PR-кампания позволит большему количеству жителей России узнать о курортах края и привлечь новых туристов в регион. Потенциальные туристы не понимают символического образа, заложенного в основу логотипа «Курортов Краснодарского края». Это говорит о необходимости модернизации бренда и о повышении узнаваемости слогана, который даёт пояснение к символу круглогодичности.

Первой задачей PR-менеджера на пути к повышению узнаваемости бренда должен стать анализ социальных сетей и увеличение числа постов имиджевой направленности (PR). На данный момент с брендом «Курорты Краснодарского края» связаны 5 аккаунтов. Бренд представлен в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Дзен». Наибольшее количество подписчиков бренда «Курорты Краснодарского края» зафиксировано на интернет-площадках

«Одноклассники» (более тыс.) и «ВКонтакте» (более 700). Сообщества в социальных сетях размещают информационные посты об отдыхе в Краснодарском крае, интересных локациях и актуальные новости туристической сферы. Имиджевая сторона бренда «Курорты Краснодарского края» освещается недостаточно. Бренд представлен на видеохостингах «RUTUBE» и «YouTube». Контент состоит из видео экскурсий по самым популярным местам региона. Последняя активность бренда «Курорты Краснодарского края» на видеохостингах зафиксирована год назад. Этот канал продвижения необходимо развивать, ведь интерес к видео о курортах края присутствует, о чем говорит количество просмотров на видео. Наличие уже имеющихся каналов продвижения является преимуществом для проведения PR-кампании, необходимо их активно развивать и дополнять новым интерактивным контентом.

Контентом для продвижения бренда «Курорты Краснодарского края» может стать новый информационный продукт, который расскажет потенциальным туристам о курортах, новых туристских предприятиях, интересных локациях и плюсах отдыха в регионе. В ходе опроса потенциальных туристов были выявлены наиболее эффективные каналы продвижения бренда «Курорты Краснодарского края» (рис. 2).



Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос «Хотели бы Вы больше узнать о «Курортах Краснодарского края»? Как было бы интереснее Вам узнавать эту информацию?» (составлен автором).

Большинство респондентов, а именно 71,4 %, хотели бы узнавать информацию о «Курортах Краснодарского края» в формате коротких интерактивных познавательных роликов в социальных сетях YouTube Shorts, Yappy, VK Клипы. Короткие развлекательные ролики в последнее время стали эффективным способом продвижения на российском рынке. Через видео контент можно создавать ненавязчивую рекламу, которая в интерактивной форме заинтересовывает пользователей. Наименее интересным для потребителей способом донесения информации оказались специализированные сайты виртуальных экскурсий и реклама в ее привычном понимании.

Одним из способов увеличения узнаваемости бренда «Курорты Краснодарского края» и повышения уровня лояльности туристов может стать привлечение тревел-блогеров в популяризацию бренда. Аудитория таких блогеров является целевой аудиторией бренда, так как они обзеревают и

пропагандируют отдых в России. Для узнаваемости логотипа «Курортов Краснодарского края» можно использовать опыт зарубежного территориального брендинга. Например, вводить логотип в городскую среду и наносить его на сувенирную продукцию региона.

В рамках PR-кампании можно провести ряд мероприятий, которые поспособствуют увеличению лояльности к бренду «Курорты Краснодарского края». Предложим следующие мероприятия:

- пресс-ланчи с представителями СМИ и блогерами, рассказывающие о новых проектах в туризме Краснодарского края и об открытии частных предприятий в сфере туризма;
- пресс-конференции с представителями туристского бизнеса, научного сообщества в туризме;
- пресс-туры для представителей туроператоров и турагентов по новым направлениям нишевых видов туризма Краснодарского края;
- экскурсии на объекты туристической индустрии для представителей и будущих работников туристской сферы.

Описанные мероприятия позволят расширить контент социальных сетей бренда «Курорты Краснодарского края». Комплексная PR-кампания необходима на данном этапе, ведь ребрендинг произошёл совсем не давно. Новый бренд курортов Краснодарского края должен укорениться в сознании потребителей, местного населения и инвесторов. Этому может поспособствовать комплекс мер, предложенных в ходе исследования.

Библиографический список

1. Территориальный брендинг // Министерство курортов туризма и олимпийского наследия Краснодарского края: [сайт]. URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/territorialnyy-brening/> (дата обращения: 02.08.2023).
2. Щербакова Е. С. Брендинг в туристской отрасли / Е. С. Щербакова // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление, 2020, №. 15. С.46-48.
3. Щитко В. С. К вопросу о понятии бренда региона / В. С. Щитко // Школа Науки, 2019, №. 7. С.57-57.

PROMOTION OF THE TOURIST BRAND «RESORTS OF KRASNODAR KRAI»

T.Y. Shumkina^a, N.N. Klimov^b, D.V. Oblogin^c

^a Kuban State University, Krasnodar

^b Kuban State University, Krasnodar

^c Kuban State University, Krasnodar

Krasnodar, Russia, e-mail: tanyashumkina20@gmail.com

Annotation: The tourist brand is a relatively new effective way of promoting individual tourist enterprises, cities, regions and countries. According to the Strategy of socio-economic development of Krasnodar Krai until 2030, one of the main goals of tourism development in the region is the development and strengthening of the umbrella brand "Resorts of Krasnodar Krai" and the formation of brands of individual territories. The article determined the brand awareness of "Resorts of Krasnodar Krai" and its acceptance by the local population. An analysis of the brand's social networks was carried out. Based on the sociological research, recommendations were made for conducting a PR company of a regional brand. Keywords: territorial branding, the brand of the region, brand promotion, Krasnodar krai, Resorts of Krasnodar krai.

Секция 2

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.46

ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

А. Р. Гаязова^а, Г.Ф. Булатова^б

^а*Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань*

^б*Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань*

Казань, Россия, e-mail: algayaz02@gmail.com

Аннотация: в данной статье подчеркивается роль инвестиций в экономическом развитии, особенно в меняющейся мировой ситуации. Особое внимание уделено инвестициям в туризм и развлечения, учитывая изменения, вызванные пандемией COVID-19. Подчеркивается устойчивость спроса на развлечения и путешествия, несмотря на существующие риски. В статье также приводятся тенденции развития туризма как объекта инвестирования. Рассматриваются различные сферы в туризме, имеющие перспективы для инвесторов. Особое внимание уделяется перспективному сегменту – глэмпингу. Оценивается его потенциальная прибыль и период окупаемости. Подчеркивается важность анализа региональных особенностей при выборе инвестиционного проекта.

Ключевые слова: инвестиции в туризме; доходность; риск; прибыль; глэмпинг.

Постановка проблемы. Инвестиции в любой отрасли являются сподвижником экономического развития, являются дополнительным источником продвижения. Если же инвестирование происходит на уровне отдельно взятой страны – то в этом случае стабилизируется экономическая составляющая страны, происходит рост основных показателей уровня жизни населения, так же растёт инвестиционный показатель страны.

Актуальность темы определяется в первую очередь необходимостью развития внутреннего туризма, а также же изменившейся мировой обстановкой, свёртыванием социальных контактов и доступа к общественным местам. Всё это является поводом для разработки и реализации туристских потенциалов регионов России.

Методы и источники информации. Основными методами исследования являются контент-анализ туристской информации, метод проектирования и классические методы математического анализа. Информационно-эмпирическую базу исследования составили нормативно-правовые акты Российской Федерации, монографии, интернет-источники туристской и инвестиционной направленности.

Инвестиции – вложение финансов в ценные бумаги или определённую деятельность для получения дохода. Инвесторами могут стать люди любой специальности и возраста. Инвестирование может быть дополнительным или основным источником дохода.

Инвестиции связаны с доходностью и риском. Чем выше риск, тем больше может быть доходность. Но при низком риске доходность будет меньше. В итоге, рискнув, инвестор может заработать гораздо больше, чем в надёжные инвестиции.

Вне зависимости направления инвестирования туристического и развлекательного бизнеса, инвестиции можно разделить на:

- инвестиции в свой бизнес;
- прямые инвестиции в чужие действующие проекты/стартапы;

– создание портфеля ценных бумаг (портфельные инвестиции).

Несмотря на множество рисков и факторов нестабильности, люди не прекращают путешествовать и тратить средства на развлечения и отдых. Пандемия COVID-19 не погасила желание людей перемещаться по миру и искать новые хобби и способы проведения досуга.

Вместо международных поездок люди стали чаще путешествовать внутри своих стран, а вместо походов в кинотеатры и развлекательные центры стали устанавливать мобильные приложения, играть в видеоигры, увлекаться киберспортом и смотреть кино и мультфильмы в онлайн-кинотеатрах [2, с. 55].

Это ясно указывает на то, что даже в случае неблагоприятного сценария, потребность в развлечениях и путешествиях современных людей не исчезает. Это, в свою очередь, означает, что у инвесторов, заинтересованных в этих отраслях, всегда будет потенциал для успешного роста капитала.

Последние изменения в сферах туризма и развлечений связаны с влиянием коронавируса и его последствиями. Например, 2020 год стал самым худшим годом в истории международного туризма, упав на 74%, а число туристов сократилось на 1 млрд. человек.

По данным UNWTO, в 2021 году количество международных поездок выросло на 4% до 415 млн. В 2022 году ожидается увеличение до 900 млн. Эксперты прогнозируют восстановление до 1,5 млрд. поездок в 2024 году.

В результате пандемии коронавируса в туризме наблюдается появление новых глобальных трендов, как временных, так и долгосрочных.

Один из таких трендов – увеличение внутреннего туризма. Он связан с закрытием границ и отсутствием альтернатив. Правительства стран, включая Россию, пытаются стимулировать внутренний туризм, но недостаток туристической инфраструктуры вызывает трудности. [5, с. 24].

Туризм всё больше становится цифровым. В настоящее время развиваются услуги-агрегаторы, позволяющие заказывать билеты, бронировать жильё и туры онлайн, а также сервисы онлайн-консультаций. По прогнозам GlobalTravelTechnologiesMarketAnalysisReport 2022, объём мирового рынка технологий в индустрии туризма (TravelTech) к 2026 году достигнет 12,5 млрд. долларов, при этом среднегодовой рост с 2020 года составит 6,8%.

Отрасль медиа и развлечений пережила пандемию с меньшими потерями, чем туризм. По данным консалтинговой компании PwC, в 2020 году отрасль упала всего на 2,3%, а в 2021 году показатели выросли на 10,4% - с 2,12 трлн. долларов до 2,24 трлн. долларов.

Общий тренд в индустрии направлен на цифровизацию, развитие мобильного сегмента, а также на рост в области виртуальной и дополненной реальности, индустрии видеоигр и сервисов потокового вещания.

Сфера туризма и развлечений охватывает множество отраслей, в каждой из которых представлены перспективные варианты для инвестиций. Это:

– гостиничные услуги. Они включают гостиницы, отели, хостелы, дома отдыха, санатории, кемпинги, глэмпинги и другие места для туристов. Популярность направления играет важную роль в успехе гостиничного бизнеса, особенно в регионах с потенциалом роста;

– организационные услуги и продажа турпродуктов. Иными словами – это услуги, предоставляемые туроператорами и турагентствами для организованных туристов. Открытие туристического агентства является традиционным вариантом бизнеса в этой сфере;

– услуги общественного питания. Общественное питание в туристической сфере включает рестораны, кафе, бары, закусочные и столовые. Оно также обеспечивает питанием туристов в местах проживания и во время транспортировки. Рестораны и кафе, привлекающие и местных жителей, более устойчивы в критических условиях;

– услуги перевозки. Транспортные услуги и предоставление транспортных средств могут включаться в туры или быть заказаны на месте. Туристы также могут самостоятельно приобретать транспортные услуги, включая аренду автомобилей, круизы и автобусные туры;

– услуги курортно-оздоровительных комплексов–это комплексные услуги, предоставляемые компаниями, специализирующимися на санаторно-оздоровительных и рекреационных услугах. Они располагаются на курортах и используют природные ресурсы для создания условий для здоровья и отдыха;

– развлекательные услуги для туристов. Они могут быть включены в туры или приобретаться отдельно. В качестве примера используются экскурсии, посещение музеев, зоопарков и парков развлечений.

При выборе подходящего проекта для инвестиций в сфере туризма, важно учитывать не только параметры самого проекта, но и особенности региона, в котором он будет реализован.

Инвестиционный потенциал у туристской деятельности высокий, так как человек всегда хотел отдохнуть и попутешествовать.

Результаты. Наиболее интересным и новым в сфере туризма представляется глэмпинг. Это новое направление в бизнесе, куда приезжают состоятельные люди, чтобы с комфортом провести время на природе, отстраниться на время от городской суеты. В глэмпингах, в среднем, стоимость чека составляет около 7500 рублей в сутки, включая трёхразовое питание. Максимальное количество гостей ограничено 20-ю местами, которые могут быть разделены на 5 домиков, где каждый может вместить 2 взрослых и 2 ребёнка. Помимо этого, дополнительный доход может быть получен от аренды дополнительного оборудования и площадок для пикников (табл. 1).

Таблица 1

Расчёт затрат на обустройство глэмпинга «Наедине с природой»

№ п/п	Работы	Стоимость, руб.
1	Подготовка участка и прилегающих территорий	220 000
2	Установка инженерных коммуникаций	530 000
3	Возведение 5 круглогодичныхглэмпов на 2 человека	1 600 000
4	Возведение 5 сезонныхглэмпов на 4 человека	900 000
5	Строительство здания для административных нужд	230 000
6	Монтаж и обустройство санитарных помещений	410 000
7	Возведение навеса с мебелью для проведения вечеринок	210 000
8	Возведение купола ресторана	160 000
9	Оснащение ресторана	240 000
Итого	4 500 000	

Источник: составлено автором по: Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – № 2. – с. 28–37

Согласно расчетам, средняя ежемесячная прибыль составляет около 1 миллиона 469 тысяч рублей. Это означает, что инвестиции, вложенные в проект, смогут окупиться за период активной деятельности в течение 4–5 месяцев.

Таблица 2

Финальный расчёт финансовых показателей бизнеса за год

№ п/п	Расходы	Сумма, руб.
1	Инвестиции	4 691 417
2	Ежемесячные расходы: март–сентябрь	4 201 211
3	Ежемесячные расходы: октябрь–февраль	800 000
4	Прибыль за сезон, 7 месяцев	26 628 000
5	Налог на прибыль, 15%	3 994 200
6	Чистая прибыль за год	17 632 589

Источник: составлено автором по: Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – № 2. – с. 28–37.

Выводы. При запуске глэмпинга существует множество аспектов, которые требуют внимания, включая выбор локации и земельного участка, достижение баланса между экологическими принципами и комфортом, а также наймквалифицированного персонала. В России этот новый формат может конкурировать с отелями и базами отдыха, так как обеспечивает значительно более быстрый возврат инвестиций по сравнению с гостиницами. В России глэмпинг перспективен благодаря необжитым туристами уникальным природным местам, ограниченному количеству мест размещения туристов и сложностей в законодательстве относительно землепользования.

Библиографический список

1. Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – № 2. – с. 28–37
2. Левченко Т. П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере: Монография / Т.П. Левченко, В.А. Янюшкин, А.А. Рябцев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 162 с.
3. Литвинова В. В. Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона: монография / В. В. Литвинова. – М.: Финансовый университет, 2013. – 116 с.
4. Найденков В.И., Инвестиции. Учебное пособие. – М.: Дело, 2019 – 114 с.
5. Подшиваленко Г.П., Киселева Н.В. Инвестиционная деятельность: Учебное пособие / М.: ЮНИТИ, 2020. – 138 с.

INVESTMENTS IN TOURISM ACTIVITIES

A. R. Gayazova^a, G.F.Bulatova^b

^aKazan (Volga Region) Federal University, Kazan

^bKazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: algayaz02@gmail.com

Annotation: This article emphasizes the role of investments in economic development, especially in the changing global situation. Special attention is given to investments in tourism and entertainment, taking into account the changes caused by the COVID-19 pandemic. The sustainability of demand for entertainment and travel is highlighted despite existing risks. The article also presents trends in the development of tourism as an investment object. Various sectors in tourism that offer prospects for investors are examined. Special attention is given to the promising segment of glamping. Its potential profitability and payback period are evaluated. The importance of analyzing regional characteristics in selecting an investment project is emphasized.

Keywords: Investments in tourism, profitability, risk, profit, glamping.

РОЛЬ И МЕСТО ОТРАСЛИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

И.В. Петрушев^а

*^аЦентральный финансово-экономический университет, Пекин
Пекин, Китай, e-mail: petrushev.ivan@mail.ru*

Аннотация: В современном мире туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, что во многом характеризует востребованность данной отрасли. Сфера влияния туризма на мировую, в целом, и экономику отдельных стран, в частности, с каждым годом продолжает расти. Именно поэтому проблема поддержания устойчивого развития экономики туризма имеет важный аспект в изучении данной отрасли. В статье проводится анализ современного положения, роли и места туристической отрасли в мировом хозяйстве. Дается характеристика экономическим механизмам, определяющим функционирование туристической отрасли. Выявляются особенности функционирования индустрии туризма в современных экономических условиях. Изложены взгляды автора на взаимосвязь уровня экономической развитости сектора туризма и степени мировой глобализации.

Ключевые слова: туризм; экономика; мировое хозяйство; экономические механизмы; социально-экономические процессы.

Tourism industry is a complex multi-faceted socio-economic system, which characterized by a complex set of bonds and interdependencies, and at the same time also includes a large number of various components.

The role of the tourism industry in worldwide practice is growing and expanding nowadays. In this term, tourism, as being one of the most dynamic sectors of the world economy, yields only to oil and gas sector in terms of profitability. At the same time, according to the World Tourism Organization a UN Specialized Agency (UNWTO) for 2020 annual data, the tourism sector accounts for 8.9% of global GDP, 7% of global investment, 11% of global consumer spending, 5% of all tax revenues (see table). Moreover, the tourism industry is one of the main providers of the jobs, is a stimulant for the development of infrastructure and socio-economic welfare, and also provides circulation of foreign exchange between countries and, in addition, occupies a key position in ensuring cultural exchange, international relations and, as a result, globalization processes. All of this show us that the tourism sector, being a branch of the global economy, has a direct economic effect [6].

Table 1

Share of the tourism sector in the world region's economy, %

Region Indicator	GDP	Investment	Consumer spendings	Tax revenues
Europe	2,2	1,7	2,7	1,5
Asia and the Pacific	1,8	1,4	2,2	1,1
Middle East	1,7	1,3	2,1	0,9
Africa	1,6	1,2	1,9	0,9
Americas	1,6	1,2	1,9	0,9

Total	8,9	6,8	10,8	5,3
--------------	------------	------------	-------------	------------

Created by author using: [3, 6]

However, it is the fact that tourism occupies an important place not only in the global economic system, but also has a strong position in the economic complex of a country, country regions, cities, etc. Therefore, the economic component of tourism should be considered as a multi-level system and all of the economic processes, regarded to this sector, should be analyzed at the megalevel (i.e., at the level of the world economy), the macrolevel (i.e., the level of the national economy of a country), the mesolevel (i.e., the regional economy of tourist destinations), the microlevel (i.e., economic component of tourism industry enterprises) [4].

As we know, the tourism is a socio-economic process, which combines the market aspects of economic relations and, in this regard, subject to the actions of economic mechanisms. That's why the tourism industry, like any other markets, is fundamentally regulated by supply and demand indicators, which in this case determine prices, occupancy and profitability. In this term, the system of factors that balance supply and demand in tourism in the context of the global economy is determined by the main economic mechanisms. Among them include mechanisms such as exchange rates, which have a significant impact on the attractiveness of a particular direction of tourism. For example, a weaker local currency may become one of the driving elements of the destination's attractiveness, or, on the contrary, act as an obstacle due to the fact that foreign currency will has greater purchasing power. In addition, government policies and regulations, which governing visa regulations, taxation, and security standards conditions; infrastructure and investments, that make one or another destination more accessible and comfortable to visit; global events and crises that directly positioned as an external factors and determine the demand for the tourism industry of a particular country. All of these processes, which are the result of the operation of economic mechanisms, eventually form a one of the most important indicator for the tourism industry, i.e., competitiveness [5].

Another important factor that determines peculiarities of the functioning of the tourism industry at the present days is the economic situation of the global economy. In this term, economic stability acts as the main factor, which determining the functioning of the tourism industry. Thus, economic downturns, recessions, financial crises, as well as other negative events of global economy condition, which have a direct economic effect, lead to a reduction in tourist flows, which, in this turn, directly affects not only to the position of the industry in the world economy context and affects to the functioning of economic mechanisms in particular, but also has a significant impact on the processes of globalization, in general point of view [1, 2].

For instance, with the sustainable development and stable functioning of mechanisms of the tourism industry, there is a deepening of the process of integration and international specialization, which act as the main indicator of globalization. At the same time, there is an intensive expansion of integration ties between countries, which is expressed in the activation of trade, cultural, scientific, technical and international relations, which in this term determines the development of tourism as a socio-economic phenomenon and, first of all, as a type of economic activity.

However, at the present time, modern economic conditions, which determine the unhealthy volatility of exchange rates and the stock market, which, on the one hand, have a direct impact on the structure of the purchasing power of potential customers and reduce investment flows, and, on the other, affect to the state policy of certain countries, which largely determine by the economic considerations, acts as an obstacle to the development of the tourism industry, as one of the main indicators of international cooperation.

Thus, we can conclude that the more attention is paid to the tourism industry and the more economically developed it is, so the more explicit are the processes of international and cultural relations and, as a result, the process of globalization.

So, analyzing above information need to conclude, that economic conditions are an important factor in determining the economic mechanisms operating within the tourism sector, and also have a profound impact on the tourism industry in global and regional aspects. At the same time, the tourism sector, which has socio-economic value in the framework of the global dialogue, positions as the main indicator of the globalization process.

Библиографический список

1. Адаманова З.О. Экономико-социальные издержки развития индустрии мирового туризма // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. - 2020. - № 1(67). - с. 24-28.
2. Иванова Ю.О., Андреев Н.В., Поздняков К.К. Разработка модели влияния индустрии туризма и гостеприимства на экономический рост // Экономика, предпринимательство и право. - 2021. - Том 11. - №12 – С. 2979-2992.
3. Статистика. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics> (Дата обращения: 20.08.2023).
4. Comerio N., Strozzi F. Tourism and its economic impact: A literature review using bibliometric tools // Tourism Economics. - 2019. - № 1. - p. 109-131.
5. Mayer M., Vogt L. Economic effects of tourism and its influencing factors: An overview focusing on the spending determinants of visitors // Zeitschrift für Tourismuswissenschaft. - 2016. - № 2. - p. 169-198.
6. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/> (Дата обращения: 20.08.2023).

THE ROLE AND PLACE OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE MODERN WORLD ECONOMY

I.V. Petrushev^a

*^aCentral University of Finance and Economics, Beijing
Beijing, China, e-mail: petrushev.ivan@mail.ru*

Annotation: In the modern world, tourism is one of the most dynamically developing sectors of the economy, which heavily characterizes the demand for this industry. The scale of influence of tourism on the global economy and, in particular, on the economy of countries has tend to grow every year. That is why the problem of maintaining the sustainable development of the tourism economy is one of important aspect in the study of this industry. This article analyzes the current situation, role and place of the tourism industry in the whole world economy. Gives characteristics to the economic mechanisms that determine the functioning of the tourism industry. Reveals the features of the functioning of the tourism industry in modern economic conditions. In addition, the author's views on the relationship between the level of economic development of the tourism sector and the degree of globalization are also described.

Key words: tourism; economy; world economy; economic mechanisms; socio-economic processes.

Секция 3

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.48

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

С.М. Васина^а, Д.Бабаев^б

^а Поволжский государственный технологический университет, г.Йошкар-Ола

^б Поволжский государственный технологический университет, г.Йошкар-Ола

Йошкар-Ола, Россия, e-mail: VasinaSM@volgatech.net

Аннотация: В статье дана характеристика развития гастрономического туризма в Республике Марий Эл и городе Йошкар-Ола. Выявлены основные направления данного вида туризма в регионе, дана характеристика организаций, продвигающих кулинарный туризм на данной территории.

Ключевые слова: гастрономический туризм, Республика Марий Эл, Йошкар-Ола, культура народа.

Гастрономический туризм становится всё более популярным среди людей, которые хотят не только путешествовать, но и познакомиться с различными культурами через их кухни. Рост интереса к гастрономической составляющей туризма увеличивается в начале двухтысячных. Так в 2003 году была создана Международная ассоциация гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association). Данная организация отмечает, что: «Еда — это

квинтэссенция нации, её характера и истории» [2. с.40]. Та же следует отметить, что гастрономический туризм является синтезом экологии, культуры и производства.

В России последние годы спрос на гастрономические туры растет в геометрической прогрессии. Многие регионы России предлагают туристам путешествия кулинарной направленности. Кроме этого, практически в каждом регионе проводятся свои событийные гастрономические мероприятия. Всероссийскую популярность получили такие праздники, как Международный День огурца, праздник корюшки, «Вкус Москвы» и другие гастрономические локации. Достаточно часто именно участие в кулинарном празднике становится мотивацией для туристской поездки.

Республика Марий Эл так же может предложить туристу соприкоснуться с богатой и многогранной историей и культурой через национальную кухню народа мари. Йошкар-Ола, столица Марий Эл, уже имеет опыт гастрономического туризма, который помогает раскрыть уникальную культуру и традиции через разнообразие блюд и напитков.

Йошкар-Ола и Марий Эл имеют богатое наследие и уникальную культуру, которая является мощным стимулом привлечения туристов. Местные продукты и рецепты традиционной марийской кухни представляют собой неотъемлемую часть этого культурного богатства. Гастрономический туризм в регионе предоставляет уникальную возможность познакомиться с этими традициями и насладиться аутентичными вкусами этой местности.

Одно из самых известных блюд, которое стоит попробовать в Йошкар-Оле, «подкоголи» - вареники, изготавливаемые из различных начинок. Именно подкоголи являются одним из трех гастрономических брендов региона. Так же в качестве брендов зарегистрированы горномарийский пирог «кравец» и сыр «Сернурская легенда» [1]. Сыр туристы могут купить практически в любом сувенирном магазине города Йошкар-Олы.

Кроме того, в городе можно попробовать и другие марийские блюда, такие как «коман-мелна» - трехслойные блины, картофельные пироги, «юача» (традиционное марийское печенье) и многое другое. Все эти блюда отображают историческое и кулинарное наследие Марий Эл.

Гастрономический туризм в Марий Эл также предлагает возможность побывать на местных фермах, по которым можно провести экскурсию и узнать о процессе выращивания местных продуктов. Эта активность позволит туристам получить непосредственное представление об источнике ингредиентов для традиционных марийских блюд. Такого рода экскурсии предлагает экопарк «ЗаАзяково». Здесь можно попробовать сыр с собственной сыроварни и пообщаться с животными на экоферме [3].

Более того, наличие кафе и ресторанов, обогащающих свое меню за счёт блюд марийской кухни, делает Йошкар-Олу ещё более привлекательной для гастрономического туризма. Туристы могут попробовать и приобрести местные продукты, а также узнать больше об их происхождении и использовании в кулинарных традициях региона. В частности, в Йошкар-Оле есть два ресторана национальной кухни: ресторан «Мари» и ресторан «Теплая речка».

Туроператоры Республики Марий Эл так же включают кулинарную составляющую в свои программы. В частности, компания «Шёлковый путь» предлагает тур «Попробуй Йошкар-Олу на вкус», железнодорожный этно-гастротур «Яркие выходные в Приволжье. Марий Эл. Вкусно едем. ВкусноЙошка» и «Энциклопедия марийской кухни – от истоков до современности». Есть гастрономический тур и у фирмы «Матур» - «Пеш чот тамле! (Очень вкусно!)». Экскурсионный тур «Йошкар-Ола гастрономическая» предлагает туроператор «Семейный чемодан». Во всех программах обязательно присутствует знакомство туристов с блюдами национальной марийской кухни, участие в мастер-классах по приготовлению тех или иных блюд.

По мере того, как гастрономический туризм становится все более популярным, предпринимаемые усилия по продвижению местных продуктов и рецептов становятся чрезвычайно важными. Государственные и муниципальные органы в Йошкар-Оле и Республике Марий Эл должны поддерживать и развивать инфраструктуру для развития гастрономического туризма, например, создавать программы и мероприятия, которые способствуют популяризации местной кухни. Первым таким опытом стало проведение летом 2023 года первого Межрегионального гастрономического фестиваля «Йошка Еш». Данный фестиваль был проведен в рамках празднования Дня города. Он стал открытой площадкой как для рестораторов, так и для туристов, посетивших столицу Республики Марий Эл.

Таким образом, гастрономический туризм в Республике Марий Эл и городе Йошкар-Ола представляет значительный потенциал для развития и привлечения

большого числа туристов. Уникальность местной культуры и вкусы марийской кухни создают неповторимый опыт для тех, кто стремится познать различные культуры через их кухни. Это открывает новые возможности для развития индустрии гастрономического туризма и дополнительных доходов для местного населения.

Библиографический список

1. Бренды Республики Марий Эл // URL: <https://visit-mariel.ru/articles/brendy-respubliki-mariy-el/> (дата обращения: 25.10. 2023).
2. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Журнал Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №3. 36-50 с.
3. Экопарк ЗаАзяково | Республика Марий Эл - официальный сайт // URL: <https://www.zaaziakovo.ru/> (дата обращения: 25.10. 2023).

GASTRONOMIC TOURISM AND ITS PROSPECTS IN THE REPUBLIC OF MARI EL

S.M. Vasina^a, D. Babayev^b

^aVolga State Technological University, Yoshkar-Ola

^bVolga State Technological University, Yoshkar-Ola

Yoshkar-Ola, Russia, e-mail: VasinaSM@volgatech.net

Annotation: The article describes the development of gastronomic tourism in the Republic of Mari El and the city of Yoshkar-Ola. The main directions of this type of tourism in the region are identified, the characteristic of organizations promoting culinary tourism in this territory is given.

Keywords: gastronomic tourism, Mari El Republic, Yoshkar-Ola, culture of the people

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ

М.В. Гудковских^а

^аТюменский государственный университет, Тюмень, Россия

e-mail:aconcagua@yandex.ru

Аннотация: В статье представлен анализ статистических показателей, отражающих тенденции развития туристской отрасли в Республике Алтай. Исследование базируется на учете сведений изменения общего туристского потока с 2000 г, и расчетах темпов роста туристского потока за 30-летний постсоветский период. Для выявления закономерностей развития туристских территории, сравниваются показатели числа коллективных средств размещения, численности размещенных в них лиц, динамика доходов коллективных средств размещения и санаторно-курортных организаций с 2002–2022 гг.

Ключевые слова: туристский поток, пространственное планирование, туризм, рекреация, Республика Алтай.

Развитие туристской индустрии в Республике Алтай является наиболее приоритетным направлением региональной экономики. Стабильный динамичный рост отмечается во многих показателях туристско-рекреационного сектора экономики региона. Общий туристский поток в регионе демонстрирует стабильный рост, исключая незначительное падение в период экономических, валютных кризисов 2008–2009, 2014–2015 гг. и ковидных ограничений в 2020–2021 гг. (рис. 1). В 1991 г. число туристов составило 40 тыс. человек, спустя 10 лет в 2001 – 403 тыс. человек [7], а уже в 2021 г. отмечается 2 млн. 186 тыс. туристов[3], таким образом максимальный рост турпотока отмечался в первое десятилетие постсоветского периода, темп роста турпотока составил 1000%, во второе десятилетие более 500%.

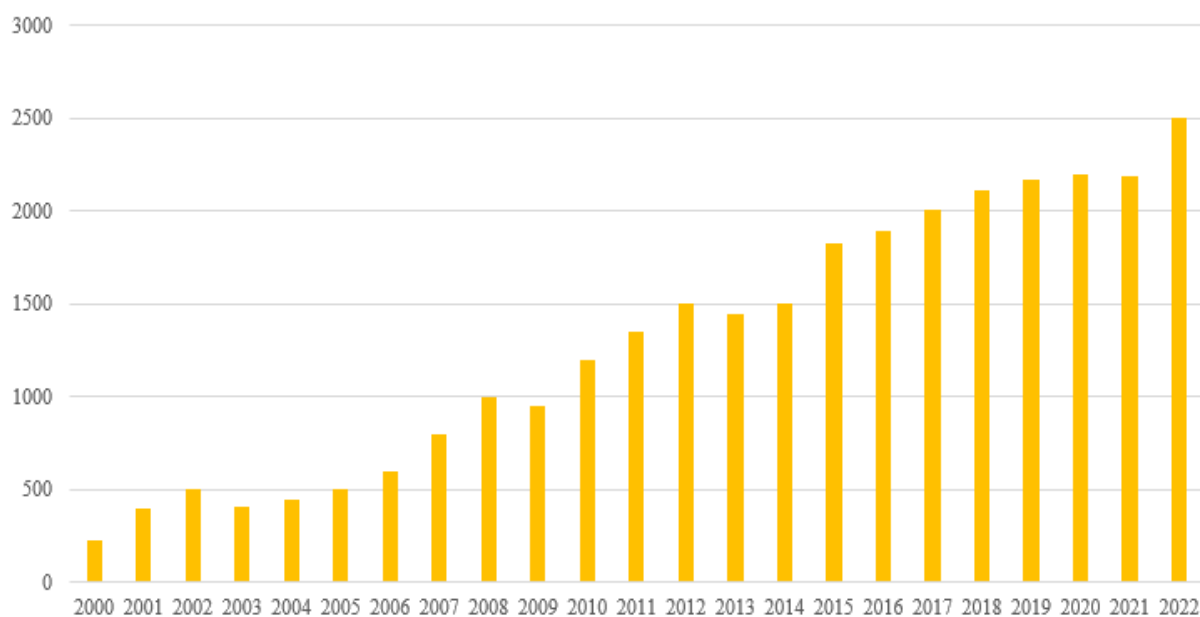


Рис. 1. Динамика общего туристского потока в Республике Алтай, тыс. поездок. [3–4;7]

Сравнения цифр итогового количества, прибывших в регион, показывает значительные расхождения различных источников информации. Официальные данные Росстата при оценке туристского потока (годовые данные) за 2022 г. по числу поездок в Республику Алтай подтверждает 692 490 поездок. [6]. Глава региона Олег Хорохордин озвучивает цифры значительно превышающие данные Росстата, – туристский поток в 2022 году составил 2,5 млн человек [2]. Объяснить несоответствия данных общего турпотока можно использованием различных методик расчета. Похожая тенденция отмечается и в других регионах. В этой связи, более точную динамику посещений можно проследить анализируя статистические сведения о деятельности коллективных средств размещения (КСР) (рис. 2).

График динамики размещенных лиц в КСР показывает неоднозначный тренд, уверенный рост до 2008 год, резкое падение в 2009–2010 гг., и постепенное восстановление до 2020 г, при этом возвращение к допандемийным

показателям гостиничный сектор демонстрирует быстрее, чем от кризиса 2008–2009 гг. Аналогичных трендов по общему турпотoku не наблюдается, в 2010 г. рост продолжился и составил 26% по сравнению с 2009 г. (рис. 1).

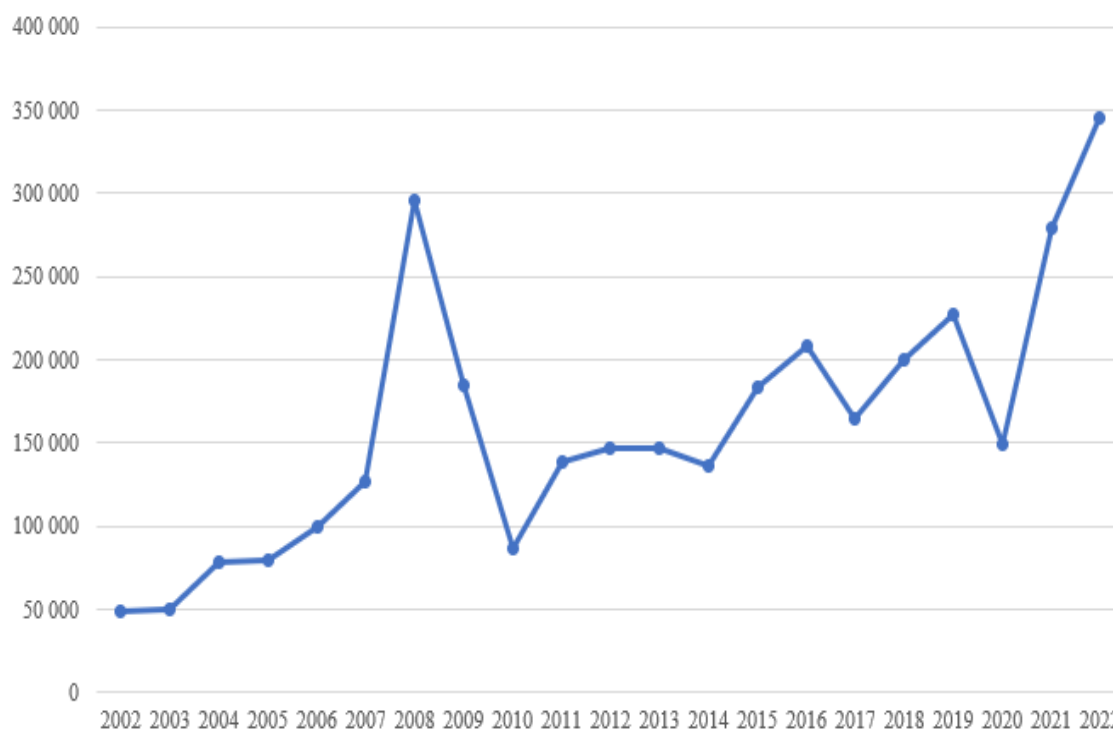


Рис. 2. Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения средств размещения [5]

Посещения санаторно-курортных организаций показывает несравнимо меньшие цифры, изображать тренды турпотoka на одной диаграмме нецелесообразно (рис. 3). Данные приведены без учета микропредприятий, здесь также прослеживается слабое падение спроса с 2008 по 2014 гг., и вполне объяснимое резкое падение в 2020 ковидном году.

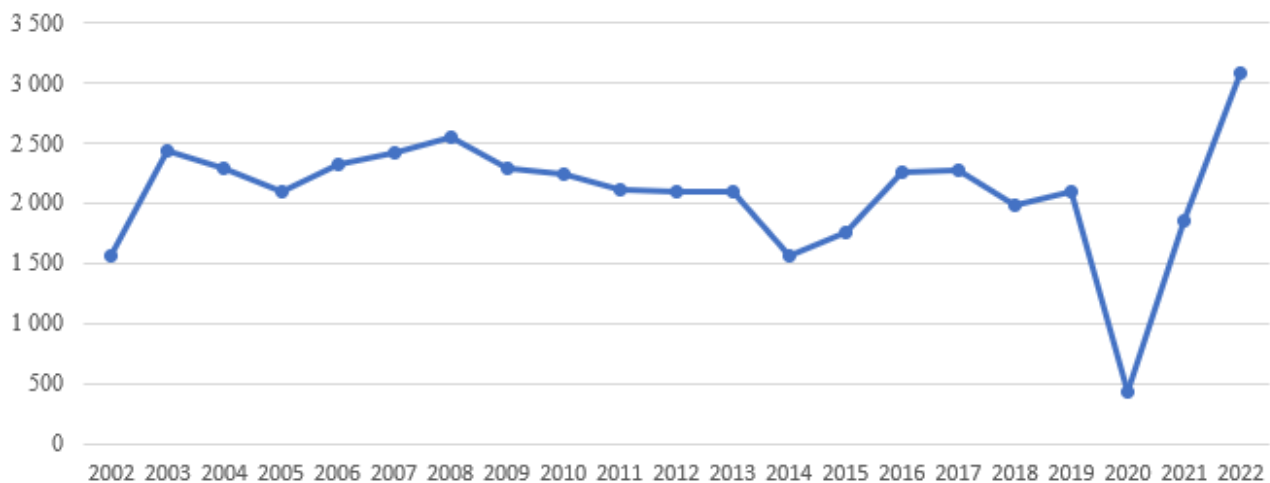


Рис. 3. Динамика численности размещенных лиц в санаторно-курортных организациях [5]

Все рассмотренные выше показатели подтверждают однозначные рост и восстановление туротрасли от последствий ковидных ограничений, и резкое возрастание интереса к региону у туристов в 2021–2022 гг.

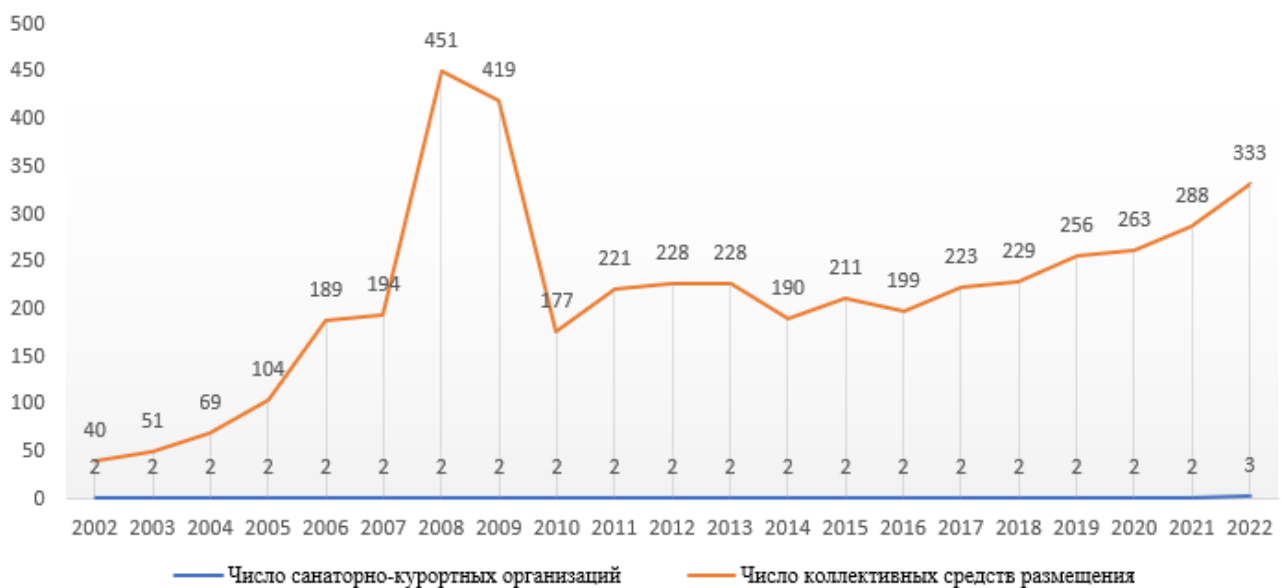


Рис. 4. Динамика числа средств размещения по данным Росстата [5]

Динамика числа средств размещения в регионе подтверждает выявленные закономерности, резкое уменьшение числа КСР в период с 2008–2010 гг., приостановили деятельность более 60% всех предприятий (274), при этом восстановление шло гораздо с меньшим ускорением и темпом прироста чем в

первом десятилетии 2000-х годов (рис. 4). Более того, согласно сведениям Росстата даже в последние годы уровня максимального числа КСР достигнуть не удалось, несмотря на усиленные меры поддержки, причём ковидные ограничения не отразились, и не зафиксировано снижение числа предприятий размещения.

Санаторно-курортных организаций в Республике Алтай согласно Росстату 3 учреждения в 2022 г (рис.4), здесь не учитываются санатории с среднесписочной численностью персонала менее 15 человек(микропредприятия).



Рис. 5. Динамика численности размещенных лиц в санаторно-курортных организациях [5]

Несмотря на значительное уменьшение общего числа средств размещения после экономического кризиса 2008–2009 гг., динамика доходов гостиничного сектора показывает стремительный рост, особенно последние несколько лет (рис.5), и в 2022 г. их доходы составили более 4 млрд. рублей.

Туризм играет главенствующую роль в экономике региона. Анализируя динамику показателей развития туризма в Республике Алтай в постсоветский

период, можно констатировать, что первые два десятилетия с 1991–2011 год отмечается стихийный рост объектов гостиничного секторах и туристских баз, последний период 2012–2022 отчается переходом к организованному планированию туристской индустрии, привлечению крупных игроков рынка федерального значения. Малое предпринимательство и местное население не однозначно относится к глобальным изменениям и планам по превращению Горного Алтая в курорт с миллионными показателями турпотока [1].

Грандиозные перспективы расширения туристкой инфраструктуры намечены согласно мастер-планам развития туристских территорий. Уже разработана и утверждена концепция проекта Природного парка «Каракольские озера», в ближайшее время будет значительно увеличена вместимость всесезонного курорта «Манжерок» с диверсификацией туристского продукта. Строительство нового терминала аэропорта Горно-Алтайска позволит увеличить пассажиропоток до 1 млн. человек в год. Всего согласно проектным документам [8] в Республике Алтай планируется сформировать 7 крупных туристских кластеров: Каракольские озера, Манжерокский, Телецкое озеро, Белуха, Тюрк-Кабай, Чульшман, Актру.

Библиографический список

1. Дмитриева И. Мастер-план по развитию Алтая – что удалось выяснить? URL: <https://dzen.ru/a/YGiWTqZJ-НyR3uuL> (дата обращения: 25.10. 2023).
2. Интерфакс. Турпоток в Республику Алтай вырос в 2022 году на 14%. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/98268/> (дата обращения: 25.10. 2023).
3. Отчеты Главы Республики Алтай, Председателя Правительства Республики Алтай о результатах деятельности Правительства Республики Алтай за 2006-2022 гг. URL: https://altai-republic.ru/authorities-of-republic/head-of-republic-of-altai/speech-by-head-of-ra/47140/?clear_cache=Y (дата обращения: 25.10. 2023).

4. Официальный сайт Правительства Республики Алтай. Информация о развитии туристической отрасли Республики Алтай. URL: <https://altai-republic.ru/tourism/development/> (дата обращения: 25.10. 2023).

5. Официальная статистика. Коллективные средства размещения. Основные показатели деятельности коллективных средства размещения по Российской Федерации и субъектам Российской Федерации с 2002 г. URL: <http://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 25.10. 2023).

6. Официальная статистика. Оценка туристского потока. URL: <http://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 25.10. 2023).

7. Постановление Правительства Республики Алтай от 17 мая 2007 года N 86 г. Горно-Алтайск Об утверждении Концепции программы развития кадрового потенциала Республики Алтай до 2020 года URL: <https://docs.cntd.ru/document/819003831/titles/F1Q1DG> (дата обращения: 25.10. 2023).

8. Экологический портал Республики Алтай. URL: <https://ecoportaltai.ru/page25835767.html> (дата обращения: 25.10. 2023).

DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF TOURIST AREAS

ALTAI REPUBLIC

M.V. Gudkovskikh^a

^aUniversity of Tyumen, Tyumen, Russia

e-mail: aconcagya@yandex.ru

Annotation: The article presents an analysis of statistical indicators reflecting the trends in the development of the tourism industry in the Altai Republic. The study is based on the analysis of indicators of total tourist inbound arrivals and domestic trips in the region since 2000. Also, tourist arrivals growth rates are also being calculated over the 30-year post-Soviet period. To identify the patterns of development of tourist territories the following indicators were compared, number of collective accommodation facilities, the number of persons accommodated in them, the dynamics of income of collective accommodation facilities and sanatorium-resort organizations from 2002–2022.

Keywords: tourism inbound arrivals, domestic trips, spatial planning, tourism, recreation, Altai Republic

К ВОПРОСУ О ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ В РОССИИ

Т.В. Дегтярёва^а, Д.М. Давыдова^б, М.В. Альникова^в

^аИнститут сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г.

Шахты Ростовской области

^бИнститут сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г.

Шахты Ростовской области

^вИнститут сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г.

Шахты Ростовской области

Шахты, Россия, e-mail: davydova.dashadasha@yandex.ru

Аннотация: в статье исследуются факторы и траектории трансформации туристских потоков в России. Выводы аргументированы посредством анализа статистических данных, а также материалов официальных источников, определены два основных тренда трансформации туристских потоков: страны Ассоциации государств Юго-Восточной Азии и внутренний туризм. В контексте видового разнообразия туристских продуктов рассмотрен нишевый туризм, а также возможные траектории его развития на рынке. В последние годы основные поставщики услуг для отдыха определили нишевый туризм как область потенциального роста.

Ключевые слова: выездной туризм; туристский поток; трансформация; внутренний туризм, нишевый туризм.

Исторически сложилось, что в современной России преобладающим видом туризма всегда был выездной туризм, это было обусловлено совокупностью факторов, таких как повышенный интерес туристов к объектам туристского показа за пределами страны постоянного проживания, доступность по цене, разнообразный сервис. С точки зрения организации туристского бизнеса,

выездной туризм также был достаточно интересен, как для туроперейтинга, так и для турагентской деятельности. Новый этап развития туризма предопределяет актуальность поиска новых способов удовлетворения запросов туристов и организации бизнеса.

Выездной туризм – это путешествия лиц, постоянно проживающих в РФ, в другую страну (ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4 октября 1996 г.) [1].

Традиционно популярными направлениями для российского выездного туризма являются: Турция и Абхазия и это неизменно уже долгие годы. До 2020 года в пятерку лидеров входили Финляндия, Казахстан и Украина. Популярны также были Китай, Эстония, Польша, Тайланд и Германия (рис. 1).

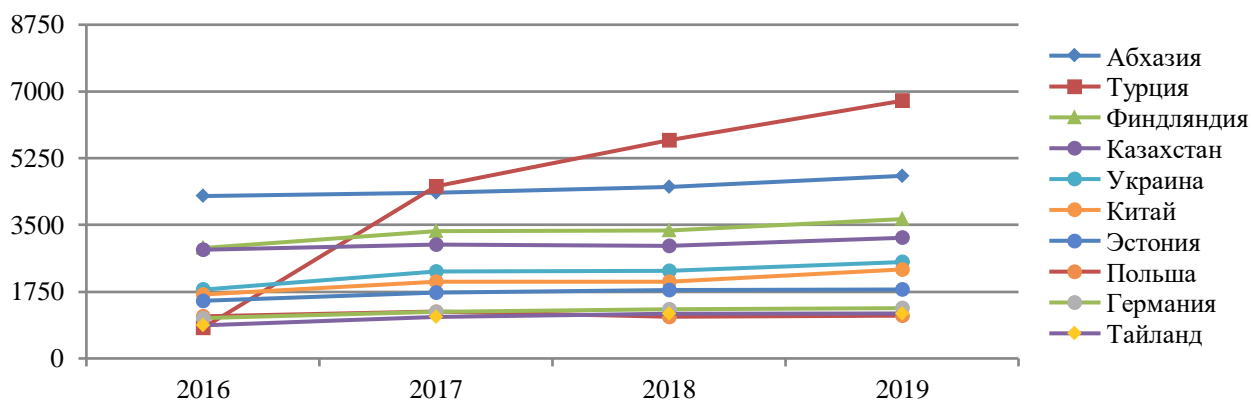


Рис. 1. Топ-стран популярных у российского туриста до 2020 года, тыс. [составлен автором]

2020 год стал кризисным для многих сфер, но по статистическим данным больше всего убытков понесла именно сфера туризма. Закрытие границ, локдаун, вызванный распространением COVID-19, сделали невозможным путешествия за границу для туристов во всем мире. Если в 2019 году общее число туристских

поездок из России за рубеж было 45330 тыс., то в 2020 году их было 12360,7 тыс. (рис. 2).

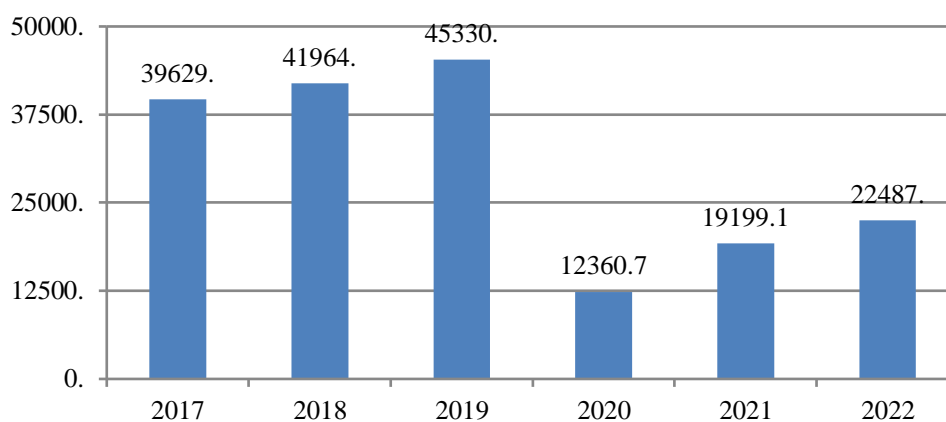


Рис. 2. Динамика выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны, тыс. [составлено автором]

Однако, в 2021-2022 году наметились тенденции к росту выездных туристских поездок из России за границу. В 2021 году туризм все еще оставался в сложном положении. Так, опираясь на данные официального сайта государственной статистики РФ, лидирующие позиции в 2021 году стали занимать, например, такие страны, как Абхазия, Турция, Финляндия, Казахстан и др. Итак, по общему числу поездок 2021 год (19199,1 тыс. поездок) превысил показатели 2020 года, но не достиг показателей 2019 г. [2].

2022 год оказался новым испытанием для российской туристской индустрии. Начало специальной военной операции, закрытие неба для российских самолётов, расширение спектра санкции в отношении нашей страны в целом и туристов, в частности, обновление списка недружественных стран, всё это повлияло на изменение туристских потоков, на доходность туристского

бизнеса, а также предопределяло новые форматы и технологии туристской деятельности.

Исходя из вышеизложенного, можно выделить следующие тенденции в области выездного туризма РФ:

- существенно увеличился удельный вес доли туроператоров, то есть доля самостоятельных туристов, не покупающих туры, с 40% сократилась до 16%;
- изменился турпоток с Европейских направлений на Азиатские;
- резко выросшие цены на авиаперелеты привели к тому, что туристы все чаще выбирают зарубежные отели 4* и 5*, так как доля наземного размещения уменьшилась, а средний чек за тур по многим направлениям вырос до 100%;
- доля «люкса» и «премиума» растет по массовым направлениям. Но произошла смена приоритетов, в Таиланд сейчас летают чаще, чем на Мальдивы и Сейшелы [3].

Данные предпосылки трансформировали туристские потоки, сначала появился отложенный спрос, затем туроператоры стали приспосабливаться к динамичной внешней среде бизнеса.

Здесь же важно отметить, два актуальных тренда:

1) У России еще со времен СССР со многими странами Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЭАН) сложились взаимные и очень тесные отношения экономического и политического характера. Сфера туризма здесь не была исключением. Так, например, российские специалисты помогают создавать и развивать туристскую и транспортную инфраструктуру стран региона АСЕАН,

а вузы Дальнего Востока, Москвы и Санкт-Петербурга готовят кадры для индустрии туризма этих государств.

2) Современный тренд развития туризма в России под воздействием политических и экономических факторов, вывел внутренний туризм на новый уровень, который выражается не только в росте туристского потока, но и в механизмах и технологиях его развития. Территории задействуют ранее недоиспользованный потенциал внутреннего туризма, появляются новые инфраструктурные объекты, модифицируются и разрабатываются новые туристские маршруты для внутреннего туризма, используются актуальные технологии обслуживания туристов, получили развитие ранее неиспользуемые технологии популяризации и продвижения внутреннего туризма.

На сегодняшний день трансформация туристского потока во внутреннем туризме, показывает преобладание экстенсивного пути развития туристской индустрии, для наиболее оптимального развития сферы туризма в стране, так сейчас важно преобразовать огромный туристский потенциал в ликвидный конкурентоспособный туристский продукт.

Сфера выездного туризма в российском туроперейтинге долго была наиболее динамично развивающейся, что подтверждают статистические данные. Трансформация индустрии туризма на современном этапе развития экономики происходит под воздействием постпандемических тенденций, государственного воздействия и изменения параметров спроса потребителей туруслуг. Туризм уже не будет прежним, на смену массовому туризму на рынок все чаще предлагаются турпродукты для нишевых видов туризма. Ввидовое многообразие нишевого

туризма динамично, одни виды благодаря популярности и соответствия запросам туристов из нишевых превращаются в массовые, а современные запросы туристов и инновационные технологии в проектировании и обслуживании свидетельствуют о появлении новых нишевых видов туризма. Нишевый туризм в настоящее время признан во всей отрасли, и многие компании стремятся выделить свой бренд среди других. Нишевый туризм имеет много синергии с экономикой впечатлений, потому что нишевые туристы постоянно ищут увлекательные и уникальные впечатления, которые соответствуют их интересам. В последние годы основные поставщики услуг для отдыха определили нишевый туризм как область потенциального роста.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 14.05.2023).
2. Туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 23.06.2023).
3. Где в 2023 году отдыхать россиянам // rg.ru. URL: <https://rg.ru/2023/01/10/kuda-turist-smotrit.html> (дата обращения: 31.01.2022).

ON THE ISSUE OF THE TRANSFORMATION OF TOURIST FLOWS IN RUSSIA

T.V. Degtyaryova^a, D.M. Davydova^b, M.V. Alnikova^c

*^aInstitute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Rostov
region*

*^bInstitute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Rostov
region*

*^cInstitute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Rostov
region*

Shakhty, Russia, e-mail: davydova.dashadasha@yandex.ru

Annotation: The article explores the factors and trajectories of the transformation of tourist flows in Russia. The conclusions are argued through the analysis of statistical data, as well as materials from official sources, two main trends in the transformation of tourist flows have been identified: the countries of the Association of Southeast Asian Nations and domestic tourism. In the context of the species diversity of tourist products, niche tourism is considered, as well as possible trajectories of its development in the market. In recent years, major holiday providers have identified niche tourism as an area of potential growth.

Keywords: outbound tourism; tourist flow; transformation; domestic tourism, niche tourism.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.И. Демьяненко^а, Т.В. Дегтярёва^б

^аИнститут сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г.

Шахты Ростовской области

^бИнститут сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г.

Шахты Ростовской области

Шахты, Россия, e-mail: annatarasova99_99@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные проблемы молодёжного туризма в Ростовской области, а также перспективы его развития в регионе. Задачи статьи состоят в определении сущности молодёжного туризма, его развитие в нашей стране. Для подкрепления своих мыслей используются статистические данные по турпотoku в Ростовскую область и рассматриваются программы по развитию молодёжного туризма в регионе. При написании статьи были использованы методы статистического анализа данных и синтеза. По результатам исследования были выделены проблемы молодёжного туризма в области и представлены пути его дальнейшего развития.

Ключевые слова: молодёжный туризм; турпоток; туристский потенциал; методические указания.

Молодёжный туризм – это направление туризма, динамично развивающееся и имеющее высокий социально-экономический потенциал для страны. Так, по данным статистики, в туристском потоке нашей страны 35% занимают именно молодые люди. В некоторых регионах, таких как Кольский полуостров, Москва данный показатель может возрасть до 80% [7, с. 10].

Касательно социальной роли молодёжного туризма, отметим его высокое положительное влияние на культурное развитие, образование и духовно-нравственные ценности, воспитываемые в молодых людях.

Посредством туризма решаются многочисленные задачи, связанные с развитием человеческого капитала молодёжи, как важнейшего стратегического ресурса страны. Увеличения темпов роста туристской индустрии, формирования положительного туристского образа, повышения узнаваемости туристской территории демонстрирует мониторинг состояния туристского потока. Поэтому анализ развития молодёжного туризма в Ростовской области целесообразно начинать с анализа туристского потока в регион.

В 2019 году Правительством Ростовской области была разработана и утверждена региональная программа «Развитие культуры и туризма» [1], которую планируют реализовать до 2030 года. Вектор развития туристского потенциала Ростовской области за 2022-2023гг. сместился с внешнего туризма в сторону внутреннего.

Представим на графике туристский поток Ростовской области (рис.1).

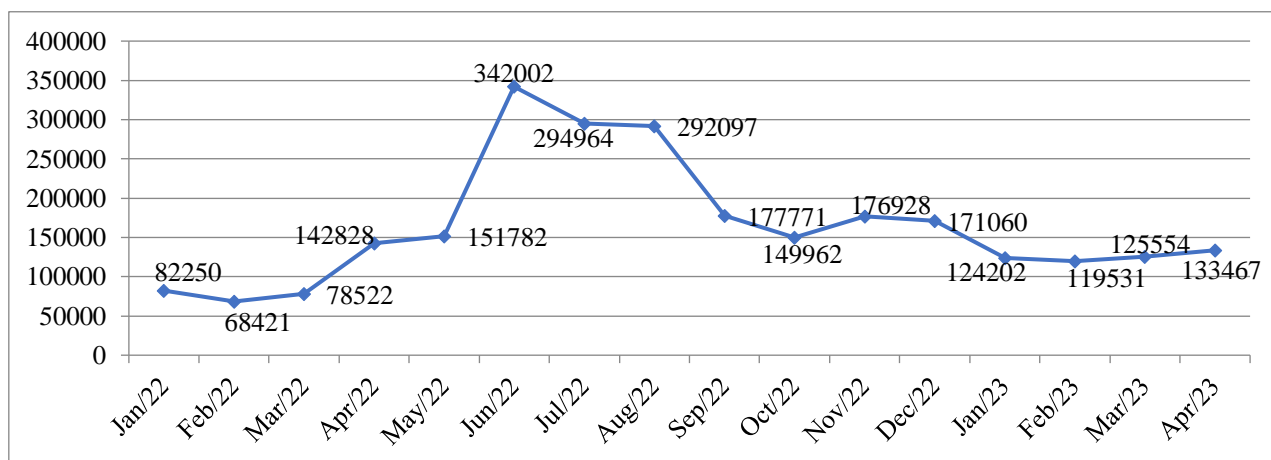


Рис. 1. Динамика туристского потока Ростовской области [составлен по:7]

Как видно, основной турпоток Ростовской области приходится на июнь. Так в июне 2022 года было зарегистрировано прибытие 342002 туристов в регион. С октября обычно начинается спад турпотока в область.

Отметим, что общий турпоток в Ростовскую область за 2022 год составил 2,129 млн. чел. С января по апрель 2023 года регион посетило 502754 человека, тогда как за тот же период 2022 года их было 372021 человек. То есть приток составил около 130733 человека за год.

Отдельно статистические данные по потокам по возрастным сегментам отсутствуют как на уровне региона, очевидно, это актуальная проблема на перспективу. Учитывая вышеизложенное и то, что 35 % турпотока – это молодёжь, можно говорить, о важности и целесообразности развития данного туризма на территории региона.

Анализ теоретических изысканий в области содержания понятия «молодежный туризм» позволяет сделать вывод, что помимо возрастных ограничения в его сущность заложено целеполагание. Таким образом, этот вид туризма обладает общими классификационными признаками, так и специфическими. Потребительский портрет данного сегмента туристского рынка может быть определен как: турист в возрасте от 18 до 35 лет, которого интересует активная и насыщенная туристская программа. Молодость – это период в жизни, когда есть время силы и энергия для путешествий, освоения новых ресурсов, поиска места в профессии и т.д. Инновационным механизмом развития молодёжного туризма можно считать Программу молодёжного и студенческого туризма, которая была запущена в 2021 году. Идея программы в

том, что во время летних каникул студенты путешествуют по России. При этом они могут останавливаться в общежитиях и кампусах лучших вузов российских городов по приемлемым ценам. В программе имеют возможность принимать участие студенты любых вузов всех форм обучения, а также молодые ученые, аспиранты и ординаторы, которые, в свою очередь, принимают участие в научно-исследовательской деятельности вузов. Более того, данным правом могут воспользоваться школьники, не просто участвовавшие, а победившие во всероссийском конкурсе «Большая перемена».

Всего в этой программе четыре направления туризма: профориентационный, научно-популярный, культурно-познавательный и рекреационный. Гости смогут приехать с группой или самостоятельно. Принимают участие в программе молодёжного туризма 189 высших учебных заведений из 98 городов России.

В 2021 году Ростов-на-Дону стал одним из первых таких городов в России, который принял участников программы молодёжного и студенческого туризма. Ростовскую область тогда посетили студенты из Севастополя, Москвы, Йошкар-Олы, Астрахани, Красноярска, Новороссийска, Нальчика, Калининграда и Казани [2].

В целом, молодёжный туризм на территории Ростовской области динамично развивается. Представим ниже туристские программы для молодёжи, реализуемые в Ростовской области. В первую очередь, –это проект по развитию молодёжного туризма, под громким названием «НЕ Тихий Дон». Впервые он проходил в 2021 году, набрав огромное число позитивных откликов от

участников. Это означает, что в Донском крае развивается популярный в наше время сегмент – молодёжный туризм [3]. Данный проект адресован молодым активным людям в возрасте от 14 до 35 лет.

В рамках того же проекта, в 2022 году в молодые люди имели возможность посетить такие культурные ценности донского края, как: Музей градостроительства и быта Таганрога, Народный военно-исторический музейный комплекс «Самбекские высоты», центральную городскую публичную библиотеку имени А.П. Чехова, Семикаракорск, хутор Старозолотовский, а также музей «Лавка Чеховых» [3].

Во-вторых, отметим, что в начале 2023 года прошел первый этап Всероссийского конкурса «Маршрут построен». В нем определялись самые востребованные регионы для молодёжных путешествий. Ростовская область прошла во второй этап, войдя в двадцатку. Однако, по итогам второго этапа не вошла в число победителей [3].

В-третьих, 27 июня 2023 года в Ростовской области подвели итоги проекта с громким названием «Таганрог – IT столица России». В 2022 году область получила право на проведение этого конкурса, став победителем конкурсного отбора, который проводился Фондом президентских грантов. Более 1200 школьников со всего Донского края приняли в нем участие. В рамках проекта организатором было проведено 48 экскурсий для школьников 8-11 классов из 24 муниципальных образований Ростовской области.

Этот проект стал отправной точкой для еще одного масштабного события федерального уровня, который прошел в Таганроге уже 23-27 августа 2023 года. В этот период проводился Всероссийский форум ИТ-технологий «ФИЧА».

Цель проекта под звучным названием «Таганрог – IT столица России» – помочь школьникам 8-11 классов из сельских, депрессивных территорий Ростовской области с профессиональным самоопределением, повысить их заинтересованность в получении качественного образования, расширить их культурный и образовательный кругозор и возможности для развития.

Ребята посетили в рамках данного мероприятия Таганрог, где познакомились со всеми образовательными возможностями в сфере информационных технологий и карьерными перспективами, побывали в лабораториях и учебных корпусах Инженерно-технологической академии ЮФУ (ИТА ЮФУ). Также они посетили пространство коллективной работы «Точка кипения», ведущие ИТ-компании города Таганрога и увидели их работу «изнутри» [6].

По результатам исследования потенциала развития молодёжного туризма на территории Ростовской области можно сделать ряд выводов.

Во-первых, выявлена тенденция интенсивного развития молодёжного туризма в Ростовской области, инновационные технологии позволяют модифицировать существующие туристские маршруты и разрабатывать новые и актуальные под запросы данного потребительского сегмента. Потенциал роста скрыт в вовлечении всех вузов, представленных в регионе в программу молодёжного студенческого туризма.

В процессе формирования туров для молодых людей, прежде всего, не обойтись без квалифицированного экскурсовода, поэтому всем, особенно крупным вузам Ростовской области, необходимо подключиться к программе по подготовке в своих вузах экскурсоводов, а также актуализировать взаимодействие с региональными туроператорами под новые форматы организации туристских программ для молодёжи.

Во-вторых, Ростовская область заняла активную позицию по превращению своей территории в туристское пространство, разрабатываются «брендовые маршруты», которые по праву могут претендовать на статус «национального туристского маршрута». Понятие туристское пространство стирает границы между регионами, что предопределяет консолидацию усилий по развитию туризма, молодым туристам важно получить «бесшовный маршрут», соответствующий его потребностям. Географическое положение региона можно также рассматривать как основу развития молодёжного туризма в новом и востребованном формате.

И, в-третьих, рассмотрев инновационные технологии развития молодёжного туризма, а также источники инновации, важно определить роль профессионального сообщества, а именно субъектов туристской деятельности в реализации амбициозных проектов по развитию внутреннего туризма в России.

Назрела необходимость разработки методических указаний по взаимодействию всех стейкхолдеров в развитии молодёжного туризма, а именно: региональной власти, администраций муниципалитетов, представителей туристского бизнеса и образовательных организаций.

Выводы. Молодёжный туризм оказывает значимое влияние на становление и развитие молодого человека, как достойного и гармонично культурно, образовательно, спортивно развитого гражданина своей страны. Именно поэтому его нужно активно развивать по всей стране и в Ростовской области в частности.

Библиографический список

1. Постановление Правительства Ростовской области от 17.10.2018 № 653 «Государственная программа Ростовской области «Развитие культуры и туризма»».
2. Коленкина Г. «НЕ Тихий Дон»: проект для молодёжи Ростовской области. 04.08.2022 URL: <https://v-pravda.ru/2022/08/04/ne-tihij-don-proekt-dlya-molodezhi-rostovskoj-oblasti/> (дата обращения: 07.10.2023).
3. Маршрут построен: на Дону активно развивается молодёжный туризм. 4 марта 2023 URL: <https://taganrogprav.ru/rostovskaya-oblast-v-tope-populyarnyh-regionov-dlya-molodezhnogo-turizma/> (дата обращения: 10.10.2023).
4. Программа молодёжного и студенческого туризма будет реализована в Ростовской области. 6 апреля 2022 года URL: <https://cityreporter.ru/programma-molodezhnogo-i-studencheskogo-turizma-budet-realizovana-v-rostovskoj-oblasti/> (дата обращения: 05.10.2023).
5. Проект по развитию молодёжного туризма «НЕ Тихий Дон» URL: <https://донмолодой.рф/opportunity/983> (дата обращения: 05.10.2023).
6. Ростовская область стала точкой развития молодёжного IT-туризма. 28 июня 2023 URL: <https://raionnievesti.ru/rostovskaya-oblast-stala-tochkoj-razvitiya-molodjozhnogo-it-turizma/> (дата обращения: 30.09.2023).
7. Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному дню туризма / Росстат, М., 2021. - 53с.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF YOUTH TOURISM IN THE ROSTOV REGION

A.I. Demyanenko^a, T.V. Degtyarova^b

*^aInstitute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Rostov
region*

*^bInstitute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty, Rostov
region*

Shakhty, Russia, e-mail: annatarasova99_99@mail.ru

Annotation: The article discusses the current problems of youth tourism in the Rostov region, as well as the prospects for its development in the region. The tasks of the article are to determine the essence of youth tourism, its development in our country. To reinforce their thoughts, statistics on tourist flow to the Rostov region are used and programs for the development of youth tourism in the region are being considered. When writing the article, methods of statistical analysis of data and synthesis were used. According to the results of the study, the problems of youth tourism in the region were highlighted and ways of its further development were presented.

Keywords: youth tourism; tourist flow; tourist potential; guidelines.

УДК: 338.482.22

БРЕНДИНГ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

С.Д. Димитриева^а, Е.С. Андриющенко^б

^аКрымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь

^бКрымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь

Симферополь, Россия, e-mail: Snezhana2312@gmail.com

Аннотация: рассмотрена сущность брендинга туристской дестинации, определены факторы развития туризма в Республике Крым, проанализированы основные особенности региона для развития туристской сферы. Предложены направления развития бренда туристских дестинаций Крыма.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, брендинг, Республика Крым, культурно-познавательный туризм; событийный туризм; стратегия развития.

Постановка проблемы. Туризм играет одну из важнейших ролей в экономической, социальной, культурной жизни регионов и государства в целом. Мировая пандемия COVID-19, которая началась в 2020 году, стала испытанием для международного туризма. Наше государство не стало исключением. В сформировавшихся условиях туристский бизнес переключился с зарубежных туров на внутренний туризм, тем самым создав колоссальные возможности для его развития. Именно поэтому развитие Республики Крым, как туристской дестинации, представляется особенно актуальным.

Результаты. Брендинг – создание портрета бренда, отличного от бренда конкурентов, включающий маркетинговый процесс создания, регистрации, управления, продвижения и развития бренда. Уровень конкурентоспособности туристического региона определяется различными факторами, дающими в

общей сложности либо конкурентное преимущество, либо отставание в сравнении с аналогичными туристскими дестинациями.

Республика Крым является уникальным и стратегически важным регионом Российской Федерации. Обладая прекрасным природно-климатическим потенциалом и историко-культурной традицией, республика имеет все возможности для развития собственного бренда и формирования туристских дестинаций.

В 2016 году в Республике Крым предприняли попытку разработки туристического бренда региона. На эти цели было потрачено 1 млн руб. По результатам разработки Министерством курортов и туризма Крыма были представлены: платформа бренда, фирменный стиль и графическая часть, которые могут использоваться в отношении туристских услуг, а также в рекламной продукции. Ключевая идея (или бренд-лайн) заключена в его слогане – «Я.Крым. Точка притяжения».

Спустя год после представления бренд-лайна «Я.Крым. Точка притяжения» по результатам социологического опроса были получены следующие данные:

- 96% респондентов показали недостаточную осведомленность в вопросе существования туристского бренда полуострова;
- 43% опрошенных не узнали актуальный брендовый логотип Республики Крым среди предложенных вариантов (существующий бренд Крыма и работы в рамках национального конкурса) [3].

В настоящее время разработанная концепция бренда не выполняет предназначенную роль создания устойчивых положительных ассоциаций как у

жителей региона, так и у россиян в целом и остается невостребованной при проведении тематических мероприятий. Для продвижения и развития бренда мало одной лишь разработки концепции и создания логотипа, необходимо активное внедрение всего бренд-лайна в жизнь общества.

Вместо единого бренда для региона следует рассмотреть возможность разработки бренда отдельных дестинаций Республики Крым с учетом существующих и развивающихся направлений туристической индустрии. К примеру, в настоящее время на западном берегу развивается санаторно-курортное направление и экстремальный туризм (например, Extreme Крым – экосистема для отдыха, развития, развлечения и активного образа жизни).

Перспективным является развитие событийного («Таврида.АРТ», джазовые фестивали в Коктебеле) и гастрономического туризма («Крым на тарелке», «Ноябрьфест»).

Следует отметить, что 2023 год Правительство объявило Годом детского туризма. В Республике Крым есть все необходимые условия и предпосылки для развития данного направления и формирования устойчивого бренда. Региональные органы власти также не оставляют без внимания туристскую деятельность. Так, в рамках Стратегии развития туристского кластера Республики Крым до 2030 года [4] определены основные приоритеты развития туризма в регионе.

В Крыму к 2030 году должны создать 20 тысяч новых гостиничных номеров, построить модульные некапитальные средства размещения. Первые объекты

уже введены в эксплуатацию в 2023 году. Все это стало возможным благодаря реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [5].

Правительство обратило внимание и на необходимость развития такого перспективного направления как круизный туризм. Но для развития морских видов туризма необходимо удовлетворительное состояние причальной инфраструктуры. В связи с этим крымский парламент выступил с инициативой разработать и принять государственную программу воссоздания, реконструкции и использования портов, причальной инфраструктуры, гидротехнических и берегоукрепительных сооружений. А также субсидировать организации, которые осуществляют морские пассажирские перевозки в Азово-Черноморском бассейне, обновить пассажирский флот и дебаркадерное хозяйство за средства федерального бюджета.

Выводы. Туристские дестинации Республики Крым имеют все предпосылки для эффективного развития собственного бренда и, как следствие, повышения благосостояния региона. В основе брендинга региона лежит ее территориальная индивидуальность особенности, которой необходимо активно развивать.

Библиографический список

1. Все о новом логотипе Крыма. URL: <https://www.sostav.ru/publication/vse-o-novom-logotipe-kryma-25001.html?ysclid=loaa939gk8299584101> (дата обращения 19.10.2023)
2. Донцова Т.В. Потенциал развития событийного туризма в Республике Крым / Т.В. Донцова, Е.В. Колотова // Стратегии экономического развития регионов России в условиях глобальных геополитических вызовов и возрастающей неопределенности. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/121909/1/978-5-91256-577-9_2022_188.pdf?ysclid=loaa118yv5664807761 (дата обращения 20.10.2023)

3. Журавская Я.А. Теория и практика брендинга на примере Республики Крым / Я.А.Журавская, Д.В. Смирнов. URL: <http://sn-spp.cfuv.ru/wp-content/uploads/2018/11/177-181.pdf> (дата обращения 19.10.2023)
4. Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым / Распоряжение Совета Министров Республики Крым от 28 июня 2019 года №774-р. URL: <https://docs.cntd.ru/document/561442294?ysclid=loahiycdkw880571710>.
5. Развитие туризма в Крыму: что сделают до 2030 года // Риа новости Крым. URL: <https://crimea.ria.ru/20231012/razvitie-turizma-v-krymu-cto-sdelayut-do-2030-goda-1132059795.html?ysclid=loaa0to8vs904439282> (дата обращения 20.10.2023)

TOURISM DESTINATION BRANDING OF REPUBLIC OF CRIMEA

S.D. Dimitrieva^a, E.S. Andrushenko^b

^aCrimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

^bCrimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Simferopol, Russia, e-mail: Snezhanad2312@gmail.com

Annotation: the essence of branding of a tourist destination is considered, the factors of tourism development in the Republic of Crimea are determined, the main features of the region for the development of the tourism sector are analyzed. Directions for developing the brand of tourist destinations in Crimea are proposed.

Key words: tourism, types of tourism, branding, Republic of Crimea, cultural and educational tourism; event tourism; development strategy.

УДК 338.48; 910.3

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Ю.С. Захарова^а, О.А. Бунаков^б

^аКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

^бКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: juliajulia070799@yandex.ru

Аннотация: в данной статье рассматриваются особенности формирования экологических туристических кластеров в Республике Татарстан. Авторы описывают необходимые условия проектирования экологических кластеров, уделяя особое внимание роли государственных регулирующих инстанций, в частности Государственного комитета Республики Татарстан по туризму.

Ключевые слова: туризм, туристические кластеры, туризм Татарстана, экологические кластеры.

Экологический туризм – это деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению [1, с. 1].

Развитие экологического туризма в Республике Татарстан является одним из приоритетных в туристической индустрии региона. В рамках данной задачи происходит формирование необходимой инфраструктуры, способствующей проведению экскурсий, пеших и водных прогулок, горных велосипедных прогулок и других видов активного отдыха.

Экологический туризм в Республике Татарстан позволяет туристам

познакомиться с природными и экологическими особенностями данной территории, способствует сохранению культурного и природного наследия.

Республика Татарстан расположена в центральной части России и обладает богатым природным наследием. В настоящее время природно–заповедный фонд региона включает 188 особо охраняемых природных территорий, в том числе: Волжско-Камский государственный природный биосферный заповедник; Национальный парк "Нижняя Кама"; 39 государственных природных заказников (ГПЗ) регионального значения разного профиля; 144 памятников природы (ПП) регионального значения, в том числе наземных - 79, водных - 65 (озера, реки, родники); 3 особо охраняемые природные территории местного значения [2, с. 138].

Важным аспектом развития экологического туризма в Республике Татарстан является сохранение экологической устойчивости региона. Проводятся работы по регулированию туристической деятельности, чтобы минимизировать негативное воздействие на природные экосистемы.

№	Название	Месторасположение
1	Глэмпинг «Урман кэмп»	Зеленодольский район
2	Глэмпинг «Халяль Резорт»	Рыбно-Слободский район
3	Кемпинг «Дикая собака Динго»	Казань
4	Глэмпинг «Дикая дача»	Пестречинский район
5	Кемпинг «Шторм»	Высокогорский район
6	Глэмпинг «Лебедино Эко»	Алексеевский район
7	Глэмпинг «My Ahome»	Лаишевский район
8	Глэмпинг «Середина Волги»	Камско-Устьинский район
9	Загородный комплекс «Дом Одина»	Зеленодольский район
10	Глэмпинг «Yurt Resort»	Пестречинский район
11	Глэмпинг «ClampTown»	Казань
12	Эко-отель «Гектария»	Зеленодольский район
13	Эко-отель «The Камский»	Камско-Устьинский район
14	Загородный клуб «Утрау»	Зеленодольский район
15	Гостевой комплекс «Мингер»	Сабинский район
16	Глэмпинг «Ольха»	Нижнекамский район
17	Кемпинг «Авылдаял»	Бавлинский район
18	Глэмпинг «Чатыр-тау»	Азнакаевский район
19	Автокемпинг «Бавлы»	Бавлинский район

Рис. 1. Объекты экологического туризма [3]

В 2022 году был создан профильный департамент «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма». Дирекция совместно с Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму работает над созданием комфортных условий для отдыха на природе. В настоящее время в Казани и 12 районах республики функционируют более 19 объектов экологического туризма (см. рис. 1).

В перспективе данные объекты могли бы стать ядром (или ядрами) экологических туристских кластеров. Ядро кластера определяет необходимые процессы и формирует инновации, способствующие функционированию и развитию кластера. Зачастую именно ядро создает стандарты работы с клиентами, региональный бренд, структурирует сферу обслуживания клиентов. Представители ядра формируют стратегию работы с другими субъектами, такими как государственные службы, партнеры, конкуренты, клиенты.

В связи с необходимостью разнообразия туристского предложения и распределения туристического потока по всей территории региона наиболее актуальным является создание проектов экологических туристских кластеров на территории муниципальных районов Республики Татарстан, обладающих перспективно высоким, но не реализованным туристско-рекреационным потенциалом. Экологический туристский кластер — это совокупность природно-территориальных объектов и соответствующих сервисов, объединенных едиными целями и задачами, направленными на охрану окружающей среды, развитие туризма и создание благоприятных условий для туристов.

Проектирование экологического туристического кластера включает в себя следующие этапы:

1. Исследование потенциала региона: определение природных и культурных ресурсов, которые могут быть использованы для развития экологического туризма. Это включает в себя анализ ландшафтов, климатических особенностей, наличие природных достопримечательностей, заповедников, парков, национальных парков, а также исторических и культурных объектов;

2. Определение стратегии и целей. На основе проведенного исследования необходимо определить стратегические цели и задачи развития экологического туризма в регионе. Это может быть сохранение природы и биоразнообразия, создание новых рабочих мест и привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры и сервисных услуг;

3. Формирование кластерной структуры. Это включает в себя определение основных участников кластера, таких как туристические агентства и операторы, отели, рестораны, музеи, парки и другие организации. Также важно определить роли и функции каждого из участников и разработать механизмы взаимодействия;

4. Создание инфраструктуры. Для успешного функционирования экологического туристического кластера необходимо создать инфраструктуру, включающую в себя развитие дорог, пешеходных маршрутов, удобных парковок, информационно-туристических центров и т.д.;

5. Продвижение и маркетинг. Для привлечения туристов необходимо

разработать маркетинговую стратегию кластера, проводить рекламные кампании, создавать продукты и услуги, которые отвечают интересам и потребностям целевой аудитории;

б. Оценка и контроль. После создания экологического кластера необходимо проводить оценку его эффективности и контролировать его развитие. Это может включать в себя анализ посещаемости туристов, уровня их удовлетворенности, экологической безопасности и т.д.

Таким образом, проектирование экологического туристического кластера требует комплексного подхода и учета множества факторов, таких как экологическая устойчивость, социальное благополучие и экономическая целесообразность. Однако, при правильном подходе, разработка и реализация подобного кластера может принести пользу как для региона, так и для туристов.

Особую значимость проекты экологических туристических кластеров представляют для отрасли туризма муниципальных районов, а также в целом для Республики Татарстан. Они позволяют рекламировать дестинации, как привлекательные гостеприимные места с необходимой инфраструктурой для отдыха.

В целом реализация подобных проектов способствует развитию экологического туризма, в том числе в муниципальных образованиях, что является основной задачей, поставленной перед Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму руководством региона.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования (2016) // Москва: Стандартинформ. – 2016. - 12 с.
2. Захарова, Ю. С. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в Республике Татарстан / Ю. С. Захарова, О. А. Бунаков // Актуальные аспекты теории и практики развития индустрии туризма, гостеприимства и сервиса : Сборник статей II Международной научно-практической конференции, Владимир, 15–16 марта 2022 года / Общая редакция М.Н. Дорошенко. – Владимир: АТЛАС, 2022. – С. 136-141.
3. Государственный комитет республики Татарстан по туризму [официальный сайт]. – URL:https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=3557316 (дата обращения 23.10.2023)

FEATURES OF DESIGNING ECOLOGICAL TOURISM CLUSTERS IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Y.S. Zakharova^a, O.A. Bunakov^b

^aKazan (Volga region) Federal University, Kazan

^bKazan (Volga region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: juliajulia070799@yandex.ru

Annotation: in this article we discuss about the features of the formation of ecological tourism clusters in the Republic of Tatarstan. The authors describe the necessary conditions for designing ecological clusters, paying special attention to the role of state regulatory authorities, in particular the State Committee of the Republic of Tatarstan for Tourism.

Keywords: tourism, tourism clusters, tourism of Tatarstan, ecological clusters

УДК 338.48

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУР «ВКУСЫ ПРИБАЙКАЛЬЯ»

Ю.А. Киреева^а

^аИркутский Научный Центр СО РАН, г. Иркутск,

Иркутск, Россия, e-mail: ula-38@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается развитие гастрономического туризма как одного из направлений внутреннего туризма Иркутской области. Дан обзор видов гастрономического туризма, блюд местной кухни, уникальных природных и культурно-исторических объектов, которые могут способствовать развитию туризма региона. Предложен вариант гастрономического тура, направленный на изучение уникальных природных объектов и культурно-исторических памятников региона и дегустацию местных блюд.

Ключевые слова: внутренний туризм; кулинарный туризм; национальная кухня, виды гастрономического туризма; гастрономический тур.

Термин «Кулинарный туризм» возник в 1998г. Ученый американского университета штата Огайо Л. Лонг сформулировал идею, что люди познают другие культуры через местную пищу. В 2003 г. была основана уже Международная ассоциация кулинарного туризма (The International Culinary Tourism Association). Эрик Вульф дал следующее определение: «Гастрономический туризм — это поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками, как на другом конце Земли, так и на соседней улице». [1].

В 2006 г. был создан Международный институт кулинарного туризма, который курирует образовательные и учебные компоненты программ

Международной ассоциации гастрономического туризма. Еще одной организацией, ведущей большую деятельность в данной сфере, является World Food Travel Association (WFTA), занимающая лидирующие позиции на рынке кулинарного туризма. В 2015 году в нашей стране была создана Ассоциация гастрономического туризма России (АГТР), деятельность которой направлена на формирование и поддержание гастрономического имиджа страны. На сегодняшний день, это пока единственная организация, профессионально занимающаяся развитием в России этого направления.

Гастрономический туризм обладает некоторыми признаками других видов туризма, по которым можно провести его классификацию. Сельский туризм связан с естественной природной средой и употреблением в пищу экологически чистых продуктов. Деловой - с посещением предприятия питания, с презентациями новых кулинарных брендов и блюд, гастрономическими мастер-классами. Фестивальный туризм имеет своей целью посещение конкретного события, ярмарки или фестиваля. Культурно-познавательный туризм — это знакомство с достопримечательностями региона, включая во время обедов дегустацию национальной кухни.

Иркутская область имеет большой потенциал в развитии регионального гастрономического туризма. По данным из отчета агентства по туризму Иркутской области [2], основные показатели, характеризующие развитие внутреннего и въездного туризма в регионе, в последние годы имели положительную динамику. Больше всего туристов приехало из Москвы, далее идут Казань, Новосибирск, Бурятия и Красноярский край. Количество

иностранных туристов составило около пяти тысяч человек. В основном это гости из Монголии, Китая и Белоруссии.

Иркутская область представляет собой большую территорию с богатым историческим и культурным наследием. В регионе проживает больше 136 национальностей, их культура и традиции вызывают интерес, не только среди ученых, но и обычных людей. Среди коренных народностей Прибайкалья буряты, тунгусы, тофалары, татары, якуты, тувинцы, эвенки, хакасы и у каждого народа свой самобытный уклад жизни и еда. Иркутская область богата дичью, рыбой и таёжными растениями. Блюда из байкальской рыбы (омуля, хариуса, муксуна и сига), мясные блюда бурятской кухни (бузы, хушуры, бухлер, шулэн, цуйван), деликатесы из мяса кабана, изюбря, фазана, перепелки, куропатки, особый вкус чая с сибирскими травами и десертов с ягодами и орехами сибирской тайги привлекают путешественников с разных уголков мира.

В Иркутской области расположен объект мирового значения - озеро Байкал. На территории Иркутской области находится более 2 тыс. объектов экскурсионно-познавательного и культурно-исторического значения. Сам город Иркутск заслуженно относится к исторически значимым городам России, и считается столицей Восточной Сибири. Крестовоздвиженская, Преображенская и Казанская церкви, Знаменский монастырь, Польский костел относятся к XVIII-XIX вв. Есть историко-мемориальный комплекс «Декабристы в Иркутске», архитектурно-этнографический музей «Тальцы», архитектурный комплекс «130-ый квартал».[3].

В регионе проводятся ежегодные региональные фестивали: «Ешь! Люби! Байкал!» это серия гастрономических мероприятий, направленных на продвижение байкальской кухни Восточной Сибири на гастрономической карте страны. «День омуля» в Листвянке, фестиваль «Клубничная феерия» в Байкальске, праздник Молодой картошки и малосоленого огурца в архитектурно-этнографическом музее под открытым небом «Ангарская деревня» г. Братск. В Тайшете проходит праздник квашеной капусты и сибирского сала. На фестивале «Дары тайги» в Усольском районе можно угоститься ягодами, грибами, орехами и медом. В Свирске зимой организуют фестиваль пельменей. В Усть-Ордынском Бурятском округе все национальные праздники не обходятся без фестиваля поедания поз. Проводит экскурсия фабрика мороженого «Ангария», сыроварня «Милаша».

На данный момент такие туры мало представлены на туристическом рынке региона. Поэтому, в качестве предложения по развитию гастрономического туризма в Иркутской области был разработан тур «Вкусы Прибайкалья».

Данный тур рассчитан на небольшую группу от 3 до 6 человек и проводится не зависимо от сезона. В стоимость тура, в размере 19 450 руб. с человека, входит встреча в аэропорту, трансферы по программе тура, проживание в стандартных двухместных номерах в гостинице 3* «Ангара», входные билеты и экскурсия в архитектурно-этнографический музей «Тальцы», Нерпинарий, Байкальский лимнологический музей. Мастер класс по приготовлению бууз. Услуги экскурсовода на протяжении тура. Экскурсия на сыроварню Милаша. Тур будет интересен для туристов, которые желают

познакомиться с уникальной природой региона, увидеть озеро Байкал, попробовать национальную кухню, посмотреть памятники истории и культуры.

Программа тура: День 1. Встреча в аэропорту или железнодорожном вокзале города Иркутск. Трансфер и размещение в гостинице «Ангара» 3*, которая расположена в историческом центре города, в пешей доступности от всех основных достопримечательностей. Посещение архитектурного комплекса «130 квартал». Обед в кафе сибирской кухни Тайга, наваристые супы, разнообразные виды пельменей, салаты помогут погрузиться в историю края.

Экскурсия по основным улицам и площадям Иркутска с рассказом от профессионального гида про увлекательные истории формирования общественного питания в столице региона. Ужин в ресторане Кочевник, этническом ресторане монгольской кухни. Стилизованный интерьер, монгольские мотивы, рецепты монголо-бурятской кухни перенесут во времена кочевой жизни народов этой земли.

День 2. Завтрак в ресторане Славянка, пироги с брусникой, черникой и сметаной, подарят сытость и хорошее настроение на весь день. Отправление в Музейный комплекс под открытым небом «Тальцы», где происходит знакомство с материальной и духовной культурой народов Прибайкалья. В музее ретроспективно воссоздано четыре историко-культурные зоны: русская, бурятская, эвенкийская и тофаларская. Об их быте, особенностях жизни и верованиях рассказывают эвенкийские и тофаларские стойбища, комплекс эвенкийских захоронений и бурятский улус-летник.

Русская Ангара - Илимская экспозиционная зона, в которой собраны памятники деревянного зодчества Прибайкалья XVII – начала XX в., преимущественно вывезенные с территории Братского и Усть-Илимского районов Иркутской области. Экспозиционный комплекс «Волостное село», воссоздающий административный центр конца XIX – начала XX в., главной его достопримечательностью являются уникальные памятники истории и архитектуры оборонного и культового зодчества: Спасская проезжая башня (1667 г.) и Казанская церковь (1679 г.) Илимского острога. Мастер-класс по приготовлению традиционных бурятских поз (бууз), на котором туристы смогут узнать рецепт приготовления и культуру поедания этого национального блюда.

Переезд в поселок Листвянка и знакомство с озером Байкал, Шаман-камнем, портом Байкал с участком старинной Кругобайкальской железной дороги. Посещение Нерпинария или Байкальского лимнологического музея на выбор. Свободное время в Листвянке. Туристы смогут сходить на местный рынок, купить омуль холодного или горячего копчения, сувениры из меха и камней. Ужин в ресторане «Сваль», который славится блюдами из байкальской рыбы, авторскими чаями, с добавлением таёжных трав, свежеспеченным хлебом. Возвращение в гостиницу «Ангара».

День 3. Поездка на сыроварню Милаша в село Хомутово. Экскурсия по предприятию, с рассказом об истории создания, особенностях рецептуры и дегустацией 8 видов сыра. Понравившиеся сыр после программы можно будет купить. Возвращение в Иркутск. Свободное время, по необходимости трансфер в аэропорт, железнодорожный вокзал.

Таким образом, Иркутская область имеет большой потенциал для развития регионального туризма в целом, включая его гастрономическое направление. Кулинарные туры, не зависят от сезона, их можно проводить круглый год, что очень хорошо для нашего региона с его резко-континентальным климатом. Развитие данного вида туристической отрасли поможет привлечь инвестиции в регион, увеличив туристический поток, поддержит местный ресторанный бизнес, будет способствовать сохранению культуры и окружающей среды.

Библиографический список

1. Вульф Эрик «Что такое гастрономический туризм». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.worldfoodtravel.org/> (дата обращения: 21.08.2023)
2. Отчет агентства по туризму Иркутской области за 2022 год. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://irkobl.ru/sites/tour/report/> (дата обращения: 24.08.2023)
3. Трипстер. Необычные экскурсии от местных жителей. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://experience.tripster.ru/> (дата обращения: 15.09.2023)

REGIONAL TOURISM. GASTRONOMIC TOUR «FLAVORS OF BAIKAL REGION»

Y.A. Kireeva^a

^aISC SB RAS, Irkutsk,

Irkutsk, *Russia*, e-mail: ula-38@mail.ru

Annotation: The article examines the development of gastronomic tourism as one of the areas of domestic tourism in the Irkutsk region. An overview of the types of gastronomic tourism, local cuisine, unique natural and cultural-historical sites that can contribute to the development of tourism in the region is given. A gastronomic tour option is proposed, aimed at exploring unique natural sites and cultural and historical monuments of the region and tasting local dishes.

Keywords: domestic tourism; culinary tourism; national cuisine, types of gastrotourism; gastronomic tour.

СОБЫТИЙНЫЙ КАЛЕНДАРЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ

А.Г. Киямова^а, Р.А. Сафаргалина^б

^аФГБОУ «Набережночелнинский государственный педагогический
университет, г. Набережные Челны, Россия

^бФГБОУ «Набережночелнинский государственный педагогический
университет, г. Набережные Челны, Россия

Набережные Челны, Россия, e-mail: Ania.kiamova@yandex.ru

Аннотация: В статье раскрывается понятие «событийный календарь», содержание событийного календаря города Набережные Челны с рекомендациями по его созданию.

Ключевые слова: событийный туризм, продвижение, инструмент, событийный календарь, город Набережные Челны.

В современных условиях событийный туризм, как важный ресурс для развития туризма, становится важной частью для создания индустрии отдыха и туризма региона. Событийный туризм реализует большинство основных функций туризма: создание дохода, сохранение и популяризация природного и историко-культурного наследия, эффективное использование свободного времени и развлечение человека [1].

Актуальность исследования заключается в том, что активное развитие, поддержка и продвижение событийных мероприятий в городе Набережные Челны, предполагают создание перспективного событийного календаря с целью удовлетворения современных потребностей потенциальных туристов и вовлечение местного населения в развитие событийных мероприятий, увязку интересов бизнеса и местных жителей на основе социального партнерства.

Событийный календарь – это систематизированный список мероприятий, проводимых в регионах, представленный вместе с их описанием, датой и местом проведения, основным назначением которого является привлечение большого количества туристов [2]. Он включает в себя такие разделы, как спортивные мероприятия, народные праздники, культурно-выставочные мероприятия, фестивали, музыкально-театральные мероприятия, исторические мероприятия, образовательные семинары.

Событийный календарь также является одним из инструментов формирования туристического облика города Набережные Челны. Целью нашего исследования является разработка событийного календаря города Набережные Челны. Город Набережные Челны славится не только своими достопримечательностями, но и познавательными, развлекательными событиями и мероприятиями. Разработанный событийный календарь позволяет сгруппировать, выделить и подчеркнуть важность событий, имеющих глубокие корни в богатой истории города Набережные Челны.

В городе Набережные Челны проводятся множество спортивных и физкультурных мероприятий. Среди них особое внимание привлекают лыжные,

автомобильные гонки и конно-спортивные соревнования. Автомобильные гонки на Кубок команды КАМАЗ-Мастер, картинг Ротакс Макс, Ротакс Макс Юниор, Кубок Салавата, ледовые гонки проводятся преимущественно в феврале. Конно-спортивные мероприятия приурочены к празднованию Сабантуя и Дня республики Татарстан. Большинство спортивных событий организуются в парке «Прибрежный», на картодроме «КамАЗ - карт», либо на Ипподроме. Март месяц тоже богат на события: чемпионат и первенство г. Набережные Челны по лыжным гонкам, первенство Республики Татарстан по шахматам «Белая Ладья», открытое первенство МАУ «СШОР «Олимпийский» по боксу. Также в весенне-летний сезон организуются такие спортивные события, как Камский полумарафон, открытые официальные соревнования МО г. Набережные Челны по танцевальному спорту «Кубок Титана», чемпионат и первенство РТ по велосипедному спорту, первенство Республики Татарстан по спортивному ориентированию, всероссийские спортивные соревнования по спортивному туризму и другие.

Народные праздники связаны с удивительной историей нашей республики и олицетворяют духовную культуру народов. Календарь народных праздников открывает «Масленица», которая является одним из самых массовых весенних праздников. Масленица собирает гостей на нескольких площадках города Набережные Челны. Также в весенне-летний сезон привлекают туристов такие праздники, как «Навруз», «Карга боткасы», «Сабантуй», «Питрау» и др.

В июне проходит городской праздник «День молодёжи». Празднование разворачивается на территории от проспектов Чулман и Хасана Туфана до

Майдана в парке «Прибрежный». Работают интерактивные площадки, где организованы фестиваль уличных видов спорта Street sport, соревнования по скейтбордингу, роликам, самокатам, фестиваль граффити All city, в которых смогут принять участие художники-любители, профессионалы. В рамках праздника впервые в городе работала площадка, организованная Chelnybreakersfest. Гостей фестиваля знакомят с проектом «Танцевальный джем», который проводится на открытых площадках города. На территории работает выставка со спецтехникой ПАО «КамАЗ», где жители смогут увидеть весь модельный ряд, выпускаемый на автогиганте. Также гости праздника имеют возможность участвовать в различных мастер-классах по декоративно-прикладному и техническому творчеству и в творческом конкурсе в номинациях «хореография» и «вокал».

Особое место занимает национальный праздник татар «Сабантуй», который празднуется в городе с большим размахом. Наиболее красочным мероприятием является День республики, в рамках которого проходит праздник цветов, включающий выставку объемных цветочных композиций, фестиваль народных художественных промыслов «Город мастеров» и ярмарку цветов. Красивые и масштабные цветочные композиции вызывают восхищение посетителей, приезжающих из разных уголков региона и страны.

Выставочные мероприятия вызывают большой интерес у различных компаний и их представителей. Они дают возможность разнообразить свой досуг и расширить круг общения. Основную выставочную функцию выполняет выставочный центр «ЭКСПО – КАМА», являющийся одним из крупнейших

организаторов международных и всероссийских выставок в Республике Татарстан.

В рамках музыкально-театральных мероприятий любителей камерной музыки собирает Органный зал на концерты Игоря Лермана. Премьера нового сезона в театрах города, расположенных в прекрасных зданиях, привлекает большое число зрителей, влюбленных в театральное искусство. Среди музыкально-театральных мероприятий можно выделить фестивали танца, хореографические конкурсы, фестивали любительских театров, уличного кино и др. Такие мероприятия и праздники дают возможность лучше познакомиться со страной, ее культурой, традициями и особенностями.

Таким образом, можно сделать вывод, что город Набережные Челны имеет все предпосылки для развития событийного туризма, а составление календаря событий является необходимым инструментом для его продвижения.

Рассмотрим требования к созданию событийного календаря. Событийный календарь, в первую очередь, должен содержать все проводимые в городе мероприятия, с полным их описанием, датой и местом. Оформление должно быть красочным и содержать иллюстративный материал.

В целях продвижения событийного календаря Набережных Челнов необходимо в первую очередь, перевести его на ряд иностранных языков и разместить на официальном сайте Набережных Челнов – <http://nabchelny.ru>. Это позволит привлечь иностранных гостей, что будет способствовать развитию въездного событийного туризма в городе. Желательно в социальных сетях

проводить фото- и видеорепортажи с проведенных событий. В качестве инструмента для продвижения можно предложить организацию промоакции.

Таким образом, основная задача событийного календаря города Набережные Челны – обеспечение продвижения туристских продуктов на внутреннем и внешнем рынках и создание имиджа города как города с уникальными туристскими возможностями. Событийный календарь предназначен для всех потенциальных туристов, желающих путешествовать и знакомиться с ее неповторимой природой, самобытным культурным и этнографическим наследием.

Библиографический список

1. Донских, С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. Минск: РИПО, 2014. - 112 с.
2. Кравчук Т. А. Структурно-функциональная модель организации событийных мероприятий в регионе / Т. А. Кравчук, Д.А. Савенкова // Международный научно-исследовательский журнал.- 2016. - №11 (53). - URL: <https://research-journal.org/archive/11-53-2016-november/strukturno-funkcionalnaya-model-organizacii-sobytiijnyx-meropriyatij-v-regione> (дата обращения: 10.09.2023).

EVENT CALENDAR AS A TOOL FOR TOURISM DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF NABEREZHNYE CHELNY

A.G. Kiyamova^a, R.A. Safargalina^b

^aNaberezhnye Chelny State Pedagogical University, Naberezhnye Chelny, Russia

^bNaberezhnye Chelny State Pedagogical University, Naberezhnye Chelny, Russia

Naberezhnye Chelny, Russia, e-mail: Ania.kiamova@yandex.ru

Annotation: The article reveals the concept of "event calendar", the content of the event calendar of the city of Naberezhnye Chelny, offers recommendations for its creation.

Keywords: event tourism, promotion, tool, event calendar, the city of Naberezhnye Chelny.

УДК 379.851

АГРОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ПРОВИНЦИИ СЫЧУАНЬ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Ли Тяшин^а, С.В. Панков^б

^аТамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, г. Тамбов,

^бТамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, г. Тамбов,

г. Тамбов, Россия, e-mail: jiaxinli.edu@yandex.ru

Аннотация: В статье анализируется влияние агрокультурных факторов на развитие сельского туризма провинции Сычуань. В исследовании факторов, влияющих на развитие сельского туризма, установлено, что пространственное размещение сельского туризма является результатом сочетания двух факторов развития – природного, в том числе агрокультурного и социально-экономического. Причины такого диапазона изменчивости тесно связаны с местными природными условиями, социально-экономической обстановкой и доступностью. Актуальность изучения агрокультурных факторов, очевидна и может точнее выявить вспомогательные и противодействующие причины, влияющие на развитие сельского туризма провинции, и тем самым позволит научно обоснованно выбирать новые локации, необходимые для изучения значимости таких элементов, как ресурсная база, транспортное расположение и объекты сельского туризма.

Ключевые слова: агрокультурные факторы; культурное наследие; сельский туризм; провинция Сычуань; Китай

Постановка проблемы. Быстрый рост населения и разрастание городов привели к истощению ресурсов сельскохозяйственных земель. В результате сельский туризм, сочетающий сельскохозяйственное производство и туристические услуги, становится все более популярным.

Сельская культура – это самый главный фактор, который отличает сельский туризм от других видов туризма. Культурные различия между городскими и сельскими районами лежат в основе мотивации, побуждающей жителей

выезжать на отдых в сельскую местность. Провинция Сычуань имеет долгую аграрную историю и богатейшую фермерскую культуру. На 2022 г. количество зарегистрированных государственных географических указаний агропродуктов составляет 123 единицы, занимая второе место в Китае и первое на западе страны. Благодаря уникальной материальной базе в Сычуани рано развилась земледельческая цивилизация, которая была широко распространена и разнообразна.

Согласно списку Важного сельскохозяйственного культурного наследия КНР, в провинции Сычуань существует восемь типичных и уникальных сельскохозяйственных культур. На рис. 1 отражены районы распространения агрокультурного наследия и 536 пунктов сельского туризма провинции Сычуань.

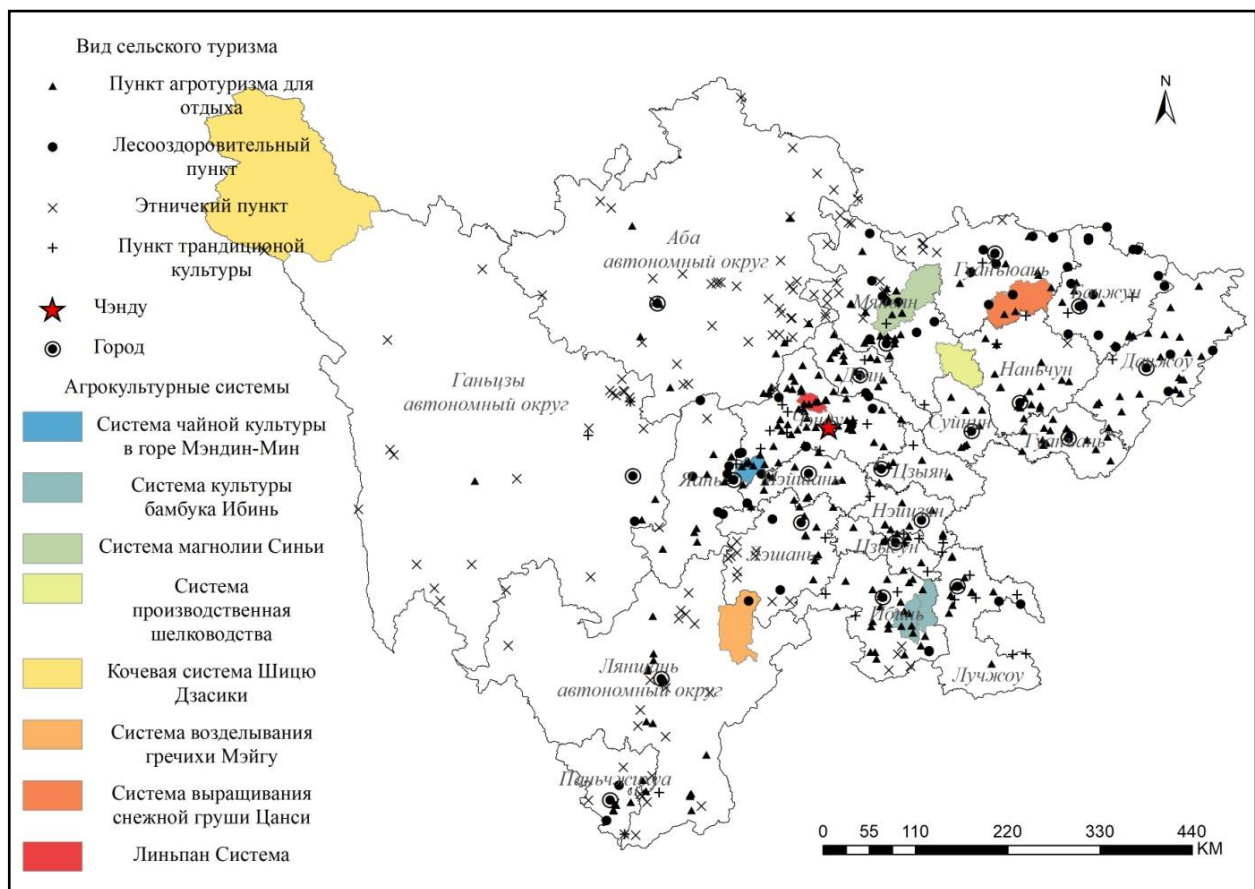


Рис. 1. География агрокультурного наследия и видов сельского туризма провинции Сычуань

Методы и источники информации. Используемые в работе данные о землепользовании и объектах агрокультурного наследия провинции Сычуань, получены из Центра ресурсных и экологических наук и Института географических наук и ресурсов Китайской академии наук (<https://www.resdc.cn/>).

Результаты. Исследование показало, что в восьми местах агрокультурного наследия насчитывается 25 пунктов сельского туризма, что составляет всего 4,66%. Географическая площадь мест наследия составляет 37403 км², что составляет 7,71% от общей площади провинции Сычуань. В этом случае, количество пунктов сельского туризма в традиционных объектах сельскохозяйственного наследия ниже, чем в среднем по провинции. Это означает, что в этих районах не полностью изучается и используется самобытная местная культура.

Уровень развития сельского туризма в разных населенных пунктах агрокультурного наследия сильно различается. Современные поселения Линьпан сохраняют многие аспекты традиционной китайской сельскохозяйственной культуры благодаря своей долгой истории с шестью относительно эффективно разработанными туристическими зонами.

Вторая система – место культурного наследия магнолии Синьи, которое имеет 5 туристических зон и богато по содержанию с тремя различными видами экономики.

Система производственная шелководства в Яньтине, Кочевая система Шицю Дзасики и Система возделывания гречихи в Мэйгу, пока недостаточно

используются в качестве туристических ресурсов. В уезде Яньтин нет даже родственной индустрии гостеприимства сельского туризма. Также только одна смежная отрасль есть в уездах Шицзюй и Мэйгу – один этнический пункт (деревня Лунсика в уезде Шицзюй, автономная префектура Ганьцзы) и один пункт отдыха в лесу (база отдыха в лесу Луомуган в Мэйгу, префектура Ляншань). Большинство из этих районов находятся либо далеко от центра провинции, либо в более отдаленных районах. Из-за удаленности от рынков и более слабой экономической базы эти районы не имеют ресурсной базы для инвестиций в сельский туризм.

Как видно из рис. 2, большинство агрокультурных систем ориентировано на развлекательное сельское хозяйство как приоритетное. Пять из восьми объектов наследия развивают туристические проекты в этой отрасли. Это единственный экономический тип, доступный в округе Миншань, округе Пиду и городе Ибинь. Причиной этого, по-прежнему, остаётся низкая экономическая стоимость развития досугового сельского хозяйства. В этих местах наследия историческая основа первичной промышленности может быть использована для полноценного развития сельскохозяйственной деятельности, такой как сбор чая, сбор снежных груш и так далее. Используя местную продукцию или культуру растений в качестве «продающей позиции» возможно эффективно найти дифференцированный рынок и отличить себя от других обычных рекреационных мест.

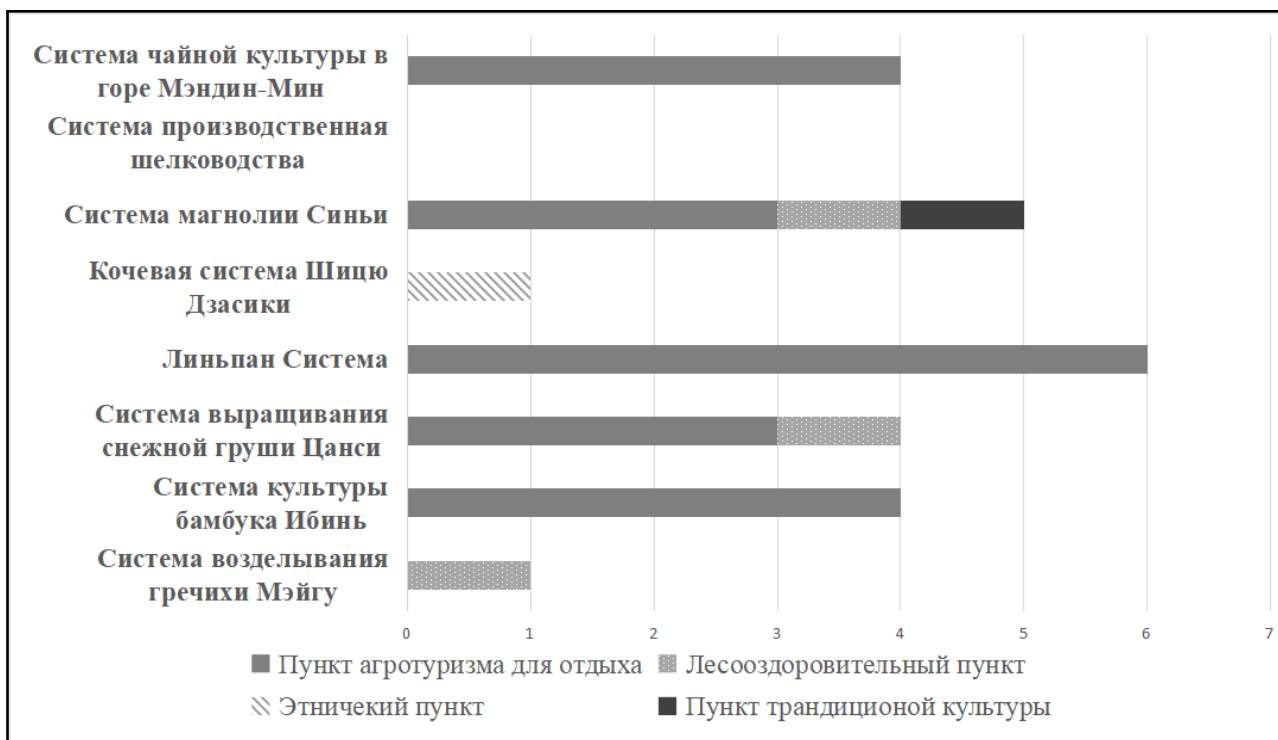


Рис. 2. Количество пунктов сельского туризма на различных территориях сельскохозяйственного наследия

Лесооздоровительные места в этих районах недостаточно развиты. Только город Цзяньюй и уезд Цанси создали проекты в категории лесного отдыха. Город Ибинь и город Янь (район Миншань), которые также обладают горными ресурсами, не получили соответствующего развития. Это одно из направлений, которое необходимо принимать во внимание при совершенствовании планов развития в будущем.

Ассоциация между традиционными культурными деревнями и местами агрокультурного наследия не является сильной. Это отличается от распространенного мнения. В течение долгого времени строительство деревень традиционной культуры в Китае было сосредоточено больше на местных обычаях и праздниках, исторической культуре, в то время как изучение истории и культуры сельского хозяйства было относительно недостаточным. Из восьми мест наследия только в одном районе (город Цзян Юй) есть соответствующая

традиционная культурная деревня, что подтверждает необходимость использования деревенской культуры при составлении будущей стратегии развития сельского туризма.

Выводы. Сычуань имеет долгую и самобытную историю аграрной культуры, распространенной по всей провинции. Большинство культур выращивается уже более 2000 лет. Местность представляет собой смесь равнинного и горного земледелия, а также высокогорного кочевничества. Методы выращивания сельскохозяйственных культур разнообразны и креативны и, в основном, сконцентрированы на западных равнинах.

AGRO-CULTURAL FACTORS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN SICHUAN PROVINCE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

Jiixin Li^a, S.V. Pankov^b

^aTambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov,

^bTambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov

Russia, e-mail: jiixinli.edu@yandex.ru

Annotation: The article analyzes the influence of ethno-cultural factors on the development of rural tourism in Sichuan province. In the study of factors influencing the development of rural tourism, it was found that the spatial placement of rural tourism is the result of a combination of two factors of development - natural, including agro-cultural and socio-economic. The reasons for this range of variability are closely related to local natural conditions, socio-economic situation and accessibility. The relevance of the study of agro-cultural factors is obvious and can more accurately identify auxiliary and counteracting causes affecting the development of rural tourism in the province, and thus will allow us to scientifically

select new locations necessary to study the significance of such elements as the resource base, transport location and rural tourism facilities.

Keywords: agricultural factors; cultural heritage; rural tourism; Sichuan Province; China

УДК 338.48:796.56

АНАЛИЗ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕЩЕРЕ «КИЗИЛ-КОБА» (КРАСНАЯ)

Е.В. Логвина^а

^аФГАОУ ВО Институт «Таврическая академия», г. Симферополь, Республика

Крым

г. Симферополь, Республика Крым, Россия e-mail: vivat.log.1474@mail.ru

Аннотация: Крым является одним из наиболее популярных туристских направлений в России, обладая большим спелеотуристским потенциалом и привлекает множество туристов. Автором в статье рассматривается спелеологический туристский объект (туристско-экскурсионный объект) пещера Кизи-Коба (Красная), которая долгое время привлекает туристов и является традиционным объектом посещения. Рассмотрены статистические данные об анализе посещаемости и структуре посещаемости пещеры. Приведена карто-схемы маршрутов в пещере. Сделаны выводы.

Ключевые слова: туристский объект; пещера; туристско-экскурсионная деятельность; турист; экскурсионная деятельность.

Туризм и экскурсии неотделимы друг от друга, экскурсии являются содержанием туризма и развиваются одновременно с ним. Они позволяют ознакомиться с памятниками истории и культуры, с природой родного края, с достижениями в экономике, науке и культуре [1]. Становление экскурсионной деятельности в Крыму с конца XVIII в., до начала XX в., начиналось как научно-познавательное путешествие, и имело логическое продолжение как неотъемлемая часть учебных экскурсий. Крым обладает огромным спелеотуристским потенциалом. Археологические исследования на

Долгоруковском массиве в разные годы проводили К.С. Мережковский, С.И. Забнин, Г.А. Бонч-Осмоловский, Н.Л. Эрнст, А.А. Щепинский, О.И. Домбровский и др. Наиболее полная сводка современных знаний об истории заселения района человеком приведена А.А. Щепинским [2]. На данный период в Горном Крыму оборудованы для экскурсионного посещения 9 карстовых пещер: Кизил-Коба (Красная), Трехглазка, Ялтинская, Скульская, Геофизическая, Таврида, Мраморная, Эмине-Баир-Хосар и Эмине-Баир-Коба.

Кизил-Коба (Красная) – одна из наиболее крупных и хорошо изученных пещер России и уникальных пещер на территории Крыма, обладающая привлекательными природными характеристиками и служащая объектом притяжения для туристов. Пещера (рис. 1) расположена в Симферопольском районе Республики Крым на западном склоне Долгоруковской яйлы. Относится к спелеообласти Главной гряды, Долгоруковскому спелеорайону. Длина 24430 м (2014 г.), амплитуда 253 м, абсолютная высота основного входа (п. Тёмная, или Харанлых-Коба) 585 м.



Рис. 1. Главный вход в пещеру Кизил-Коба [3]

С 1963г. Пещера Кизил-Коба является геологическим памятником природы общегосударственного значения. Ближняя часть пещеры в конце 1980-х – начале 1990-х гг. оборудована для проведения экскурсий. [4]. Красная пещера –

единственный спелеологический объект Крыма, предлагающий посетить экстремальный подземный маршрут – засифонную часть пещеры. Под руководством экскурсовода – инструктора группа туристов из 4-6 человек, экипированная специальными гидрокостюмами и защитными комбинезонами проходит 2,5 или 3,5 км, длительность маршрута – 3-6 ч. За пределами пещеры излюбленное место туристов – водопад Су-Уч-Хан [5].

Одним из ключевых элементов туристской деятельности в пещере является проведение экскурсий, которые позволяют посетителям узнать больше о ее истории, уникальных формациях, климате и природном ландшафте. Экскурсии в пещере проводятся квалифицированными гидами, которые владеют информацией о всех особенностях пещеры и могут ответить на любые вопросы туристов.

В пещере «Кизил-Коба» предоставлено два варианта экскурсий

1. Основной маршрут (рис. 2.) – часовая экскурсия вглубь пещеры на 500 метров по оборудованным дорожкам в сопровождении гида [6].



Рис. 2. Карта-схема экскурсионной части пещеры [6]

2. Экстрим-маршрут в дальнюю часть пещеры – 4-часовой тур с опытным инструктором в дальнюю часть пещеры в гидрокостюмах. В свою очередь, в

дальнюю часть, экскурсии проводят по двум маршрутам, отличающимся по дальности, времени прохождения. На рисунках 3 и 4 представлены маршруты по экстрим-маршруту.

- Маршрут «Водопад розовых струй» – 3-4 часа, цена 7000 рублей;



Рис. 3. Карта-схема маршрута «Водопад розовых струй» [6]

- Маршрут «Развилка» – 6 часов, цена 10000 рублей.

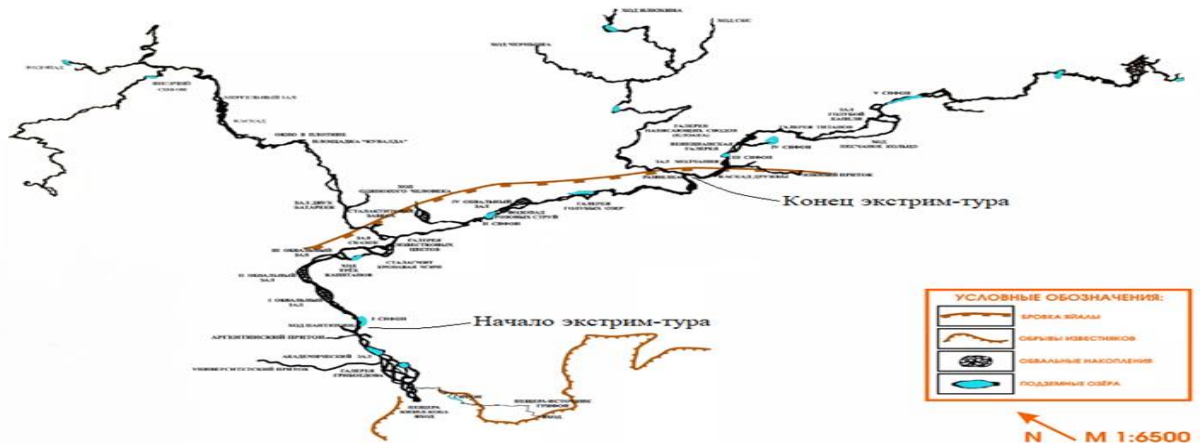


Рис. 4. Карта-схема маршрута «Развилка». Составлено автором по данным [6].

Несмотря на повышение цен в 2021 году туристский поток не уменьшился.

Отметим, что в 2022 году турпоток уменьшился практически в 2 раза. На рисунке 5 представлена статистика по туристскому потоку по экскурсиям в пещере.



Рис. 5. Анализ посещаемости пещеры Кизил-Коба, по годам. (Составлено автором)

Рассматривая посещение пещеры Кизил-Коба по месяцам, можно сказать, что пик посещаемости, в процентном соотношении, приходится, в основном, на летний период. Наиболее активным является период с мая по сентябрь включительно (рис. 6).



Рис. 6. Структура посещаемости пещеры Кизил-Коба (Составлено автором)

Туристско-экскурсионная деятельность в пещере Кизил-Коба организуется с соблюдением всех необходимых мер безопасности и охраны окружающей среды. Посещение пещеры обычно осуществляется с сопровождением опытных гидов и с соблюдением определенных правил поведения, чтобы минимизировать негативное воздействие на естественную среду и сохранить ее в первоначальном

состоянии. Основные аспекты туристско-экскурсионной деятельности в пещере Кизил-Коба:

1) групповые экскурсии: посещение пещеры а проводится в организованных группах под руководством экскурсовода, которые ограничены определенным количеством посетителей, для минимизации воздействия на окружающую среду;

2) меры безопасности: посещение засифонной части пещеры проводится с соблюдением всех необходимых мер безопасности, таких как использование специального снаряжения (шлемы, фонари и т. д.), следование маршрутам экскурсии и соблюдение указаний гида;

3) сохранение природных ресурсов: пещера Кизил-Коба является уникальным природным объектом, и ее сохранность является одним из приоритетов туристско-экскурсионной деятельности.;

4) популяризация научных и образовательных целей: пещера Кизил-Коба может быть использована для научных и образовательных целей, таких как проведение научных исследований, организация образовательных программ и пропаганда научных знаний о геологических и биологических особенностях пещерного мира.

Туризм, связанный с посещением пещер, является значимым сегментом внутреннего туристского рынка Крыма, который привлекает как отечественных, так и иностранных туристов, и обладает значительным потенциал для развития в будущем. Пещера Кизил-Коба (Красная) является уникальным природным объектом, и ее сохранность является одним из приоритетов туристско-

экскурсионной деятельности. Организация экскурсионной деятельности в пещерах Крыма требует особого подхода, поскольку это уникальные объекты природного наследия, которые нуждаются в особой охране и защите. Особенности организации экскурсий в пещерах Крыма должны быть тщательно проработаны и обеспечены высоким уровнем безопасности.

Библиографический список

1. Артемова Е.Н. Основы информационно-экскурсионной деятельности предприятий туризма /Е.Н. Артемова, В.А. Козлова. – Орёл: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс», 2004. – 116с
2. Туристский портал «Ураловед»: Кунгурская ледяная пещера URL: <https://uraloved.ru/kungurskaya-peshera> (дата обращения: 16.09.2023).
3. Антоненко Е.Н. Красные пещеры или Кизил-Коба /Е.Н. Антоненко, Т.Н. Кирияк, Ф.А. Шевченко-Афузова, Н.А. Семенюк //Географические и исторические достопримечательности Симферопольского района Республики Крым: Учебно-методическое пособие. – Симферополь: ООО «Издательство Типография «Ариал», 2016. – С. 15-18
4. Атлас пещер России /гл. ред. А.Л. Шелепин; чл. редкол.: Б.А. Вахрушев, А.А. Гунько, А.С. Гусев, А. И. Прохоренко, Г.В. Самохин, А.Г. Филиппов, Е.А. Цурихин. – Русское географическое общество, Российский союз спелеологов. - М., 2019. - 768 с.: ил., карты
5. Яковенко И.М. Спелеотуризм /Специализированные виды туризма в Крыму: состояние, проблемы, перспективы //под ред. И.М. Яковенко. – ИТ «Ариал». – Симферополь, 2021. – 288 с. – С. 34-39.
6. Официальный сайт пещеры Кизил-Коба URL: <http://kizilkoba.ru> (дата обращения: 17.09.2023)

ANALYSIS OF TOURIST AND EXCURSION ACTIVITIES IN THE CAVE "DOGWOOD-KOBA" (RED)

E.V.Logvina^a

^aTaurian Academy Institute, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol

Simferopol, Republic of Crimea, Russia; e-mail: vivat.log.1474@mail.ru

Annotation: Crimea is one of the most popular tourist destinations in Russia, having a great speleo tourist potential and attracts many tourists. The author of the article considers the speleological tourist object (tourist-excursion object) the cave of Dogwood-Koba (Red), which has been attracting tourists for a long time and is a traditional object of visit. Statistical data on the analysis of attendance and the structure of attendance of the cave are considered. The map-scheme of routes in the cave is given. Conclusions are drawn.

Keywords. tourist object; cave; tourist and excursion activity; tourist; excursion activity.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

И.И. Майорова^а

^аСахалинский государственный университет, Сахалинская область, г. Южно-Сахалинск

Сахалинская область, г. Южно-Сахалинск, Россия, e-mail: inna-sakh@yandex.ru

Аннотация: В статье рассматриваются особенности развития коллективных средств размещения в Сахалинской области. Дано описание туристским региональным рекреационным кластерам в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Ключевые слова: коллективные средства размещения; национальный проект; туристско-рекреационные кластеры; гостиничная инфраструктура; глэмпинг.

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений экономического развития в России. В рамках реализации стратегии национальной экономики в 2022 году в России стартовал проект «Туризм и индустрия гостеприимства», глобальной целью которого является создание благоприятных условий для развития туристского сектора. Решающую роль в достижении этих целей сыграют регионы России, которые получают поддержку со стороны государства на основе грантов, субсидий и льгот на улучшение условий проживания и отдыха для туристов. Для туризма важно постоянное

строительство новых объектов – это поможет привлечь больше туристов, улучшить качество обслуживания. Национальный проект предполагает увеличение количества потока по внутреннему туризму к 2030 году до 140 миллионов в год, что повлечет за собой рост экономики за счет мультипликативности туристской отрасли.

Основу туристско-рекреационного комплекса Сахалинской области составляют 115 коллективных средств размещения (общий номерной фонд свыше 2,84 тыс. номеров, общая емкость порядка 6,5 тыс. мест) [9]. По предварительной оценке туристского потока Росстатом, количество туристических поездок по региону за период с января по ноябрь 2022 года составило более 286 тысяч единиц (табл. 1).

Таблица 1

Коллективные средства размещения (КСР) в Сахалинской области в 2022 году

Показатели	Общее кол-во	в том числе:	
		Гостиницы и аналогичные средства размещения	Специализированные средства размещения
Число КСР, ед.	110	100	10
Число номеров, ед.	2855	2494	361
Число мест, ед.	5889	4799	1090
Число ночевков, ед.	817715	618156	199559
Численность размещенных лиц, чел.	224769	206390	18379
в том числе: граждан России	218319	199997	18322
иностранцев	6450	6393	57

Сахалин с каждым годом набирает популярность как направление для путешествия внутри страны. Здесь туристов привлекает многое: уникальная природа, красивые пейзажи, историческое наследие, гастрономия,

экстремальные маршруты. Но в регионе на сегодняшний день недостаточно развита инфраструктура для безопасного и комфортного отдыха, большая часть средств размещения расположена в областной столице на юге острова.

В 2021 году в рамках Восточно-экономического форума между правительством Сахалинской области и корпорацией «Туризм. рф» подписано двустороннее соглашение о совместной работе по реализации инвестиционных проектов туристско-рекреационных кластеров в рамках нового нацпроекта.

В 2022 году Сахалинская область впервые получила средства в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и 22 проекта субъектов предпринимательской деятельности получили господдержку благодаря данному нацпроекту [1].

На территории Сахалинской области реализуются инвестиционные проекты по созданию объектов гостиничной инфраструктуры в рамках туристско-рекреационного кластера «Архипелаг Онекотан» (проект охватывает восемь островов Курильского архипелага). В туристский кластер войдут десять туристских проектов общей стоимостью 1,8 млрд. рублей, реализовать их планируется до 2026 года [2].

Остров Парамушир вызывает активный интерес у российских и зарубежных путешественников, поэтому гостиничный комплекс поможет с комфортом разместить туристов, поток которых с каждым годом увеличивается. Гостиница, которая названа в честь местного вулкана «Эбеко» будет располагать СПА-центром, парикмахерской, кабинетами косметологических услуг, бизнес-

центром, кафе и лобби-баром. Гостиничный комплекс будет построен в 2024 году.

В 2021 году начато строительство трёхзвёздочного отеля «Алаид», названного в честь самого высокого вулкана Курильских островов. Площадь отеля составит 6,6 тыс.кв.метров, включая три надземных и один подземный этажи. Комплекс будет состоять из 92 гостиничных номеров, ресторана на 110 посадочных мест, современного банного комплекса и конференц-зала.

Бухта Шелихова станет точкой входа на Северные Курилы. Здесь ведется строительство туристической деревни с VIP домом и 10 гостевыми домиками различных типов, с пунктами проката инвентаря и оборудования (рыболовных снастей, велосипедов, квадроциклов, байдарок и т.п.) Деревня будет иметь автономные источники жизнеобеспечения с применением геотермальных источников.

На острове Онекотан, где расположен вулкан Креницын, планируется обустроить на береговой линии причалы для катеров, а также проложить до 30 км. экскурсионных маршрутов и экологических троп для пеших туристов.

На острове Шумшу путешественники смогут посетить гору Высокая и музей под открытым небом, на острове находятся следы последних сражений Второй мировой войны. На островах Атласова, Шишкотан, Расшуа, Харимкотан, Ушишир (о. Рыпончикча и о. Янкича) планируется создать глэмпинги, для любителей сельского туризма появятся фермы с открытыми вольерами [3].

Туристско-рекреационный кластер «Ориентал Резорт» предполагает возведение гостиничного комплекса и серии объектов туристской

инфраструктуры. Реализацию проекта курирует министерство инвестиционной политики Сахалинской области. В настоящее время ведется подбор компаний и формируется инвестиционный пул. Санкционная политика в отношении России повлекла за собой трудности в поставке материала, оборудования и техники, необходимой для реализации проекта.

Тем не менее, на острове Итуруп, в июне 2023 года начал работу купольный глэмпинг из 7 полусфер. Глэмпинг расположен в поселке Рейдово на берегу Охотского моря. Каждый сферический дом оборудован ванной комнатой, туалетом, теплыми полами, кондиционером, конвекторами. Каждый геокупол рассчитан на двухместное размещение. В планах строительство бани и чана с горячей водой на открытом воздухе.

В рамках туристско-рекреационного комплекса «Южные Курилы» в сентябре 2023 года запланировано открытие глэмпинга с названием «Kunashir Resort & Natural Spa», состоящего из 22 модулей (двухместные категории «Стандарт» и трехместные категории «Комфорт») в хвойном лесу, в зоне вулкана Менделеева, на острове Кунашир [8].

В рамках туристско-рекреационного кластера "Лагуна Буссе" заработал первый модульный глэмпинг на Сахалине с одноименным названием, который расположен на побережье Анивского залива Охотского моря. Глэмпинг предназначен для всесезонной работы с панорамными окнами и видом на море. Площадь геосферы составляет 28 кв.м. и она предназначена для комфортного проживания 2-3 человек. Купола снабжены электричеством, отоплением, горячей водой, туалетами, двуспальными и односпальными кроватями, доступом

в интернет, кухней со всей необходимой техникой. В отдельном строении есть мобильная баня [6].

В Сахалинской области в 2023 году планируется построить девять купольных глэмпингов. Регион получил на эти цели федеральные грантовые средства по нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства».

Строительство глэмпингов является перспективным направлением и становится региональной особенностью Сахалина и Курильских островов, так как за короткое время позволяет создать новые места для размещения туристов. Такие объекты размещения можно устанавливать в природных локациях, где запрещено капитальное строительство, но они органично вписываются в природный ландшафт и более доступны по стоимости. Значительным фактором, стимулирующим развитие глэмпингов, является относительно небольшой объём инвестиций для их строительства по сравнению с полноценным гостиничным комплексом.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. N 2439 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие туризма". URL: <http://gov.garant.ru/> (Дата обращения 11.09.2023)
2. Государственная программа Сахалинской области «Развитие торговли и услуг на территории Сахалинской области на 2018-2025 годы, постановление правительства Сахалинской области от 26.05.2017г., № 248.
3. "Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Сахалинской области на период до 2035 года" Постановление Правительства Сахалинской области от 24.12.2019 N 618 (ред. от 18.03.2020)
4. «Состояние глэмпинг-индустрии» 2021 [Электронный ресурс]: Ассоциация глэмпингов России, Департамент «Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма» Фонда «Институт развития городов РТ». URL: <https://glamping-association.ru/article09022022> (Дата обращения 18.09.2023)
5. Крупнейшая российская сеть отелей построит гостиничный комплекс на Сахалине в рамках TOP URL:<https://minvr.gov.ru> (дата обращения 27.09.2023)

6. Сахалинские предприниматели получают субсидии на развитие туризма URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/> (дата обращения 25.09.2023)
7. В Сахалинской области будут развивать «индустрию гостеприимства» URL: <https://astv.ru/news/society> (дата обращения 26.09.2023)
8. Новый гостиничный комплекс на курильском острове Кунашир примет первых туристов уже в сентябре URL: <https://sakhalin.gov.ru/> (Дата обращения 19.09.2023)
9. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения (КСР) в Сахалинской области за 2022 год URL: <https://65.rosstat.gov.ru/> (Дата обращения 14.09.2023)

FEATURES OF THE HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN SAKHALIN REGION

I.I. Maiorova^a

*“Sakhalin State University, Sakhalin region, Russian Federation,
Sakhalin region, Russian Federation, e-mail: inna-sakh@yandex.ru”*

Annotation: The article observes the features of the accommodation facilities in Sakhalin region. The description of regional tourist recreational clusters within the framework of the national project "Tourism and the hospitality industry" is given.

Keywords: accommodation facilities; national project; tourist and recreational clusters; hotel infrastructure; glamping.

УДК: 338.482

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРИМЕРЕ
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

М.А. Манцерава^а

^аИнститут международных отношений и мировой истории Университета

Лобачевского, г. Нижний Новгород

г. Нижний Новгород, Россия, e-mail: marina.mantserova@gmail.com

Аннотация: В статье рассматривается туристская инфраструктура, особенности ее организации, уровень ее развития и дальнейший потенциал.

Ключевые слова: Инфраструктура, объекты показа, развитие, отрасль, Нижний Новгород

Туризм на сегодняшний день смело можно назвать одним из драйверов экономики. Туристская отрасль подтягивает за собой сопутствующие отрасли, и не без основания считается, что туризм развит хорошо в регионах с хорошо развитой экономикой.

Важное значение имеет и уровень развития инфраструктурного обеспечения туристской дестинации. В процессе осуществления туристской деятельности используется как общая региональная, так и специфическая туристская инфраструктура [3]. Развитая инфраструктура является одной из

главных факторов развития региона. И тут одно подтягивает другое, должен быть запрос общества и государства для развития отрасли.

Ввиду большой территории РФ, разной удаленности от центра, климатическим условиям, особенностям менталитета и многих других факторов, каждая страна имеет свою специфику, которая накладывает свой отпечаток на организацию туристской инфраструктуры. В настоящее время в большинстве стран туризм дает от 3 до 10 % ВВП и до 40 % в особенно уникальных. Доля туризма в России достигает чуть более 1 %. Вместе с тем Россия располагает богатыми и многообразными туристскими ресурсами, которые полностью не используются [1]. В последнее время в связи с эпидемии и международной обстановкой ситуация меняется

Нижний Новгород был всегда городом провинциальным, периодически претендуя на звание «Третьей столицы России». Город имел все шансы стать первой и единственной столицей государства в период феодальной раздробленности, смуты, но безвозвратно эти возможности упустил. С переносом Макарьевской ярмарки на Нижегородскую землю в первой половине девятнадцатого века город приобрел всероссийскую и даже мировую популярность, видоизменился, благодаря подарку судьбы на целых 100 лет. С приходом советской власти и началом процесса индустриализации в городе и области стали появляться засекреченные производства, благодаря чему город стал закрытым на долгие 58 лет. Город не упоминался в путеводителях, сюда не приезжали иностранные туристы, туристическая инфраструктура не развивалась. Объекты показа, особенно теологической направленности были

заброшены. Город был мало кому интересен. С началом перестройки и приходом 90-х городу возвращается историческое название, Нижний Новгород становится открытым, реставрируются исторические объекты. Чтобы вернуть городу былую славу, начинают вспоминать его былые исторические заслуги, что он был когда-то «карманом» России, восстанавливаются церкви и монастыри, вспоминают забытые имена, связанные с городом. С приходом нового тысячелетия в городе происходят знаковые для страны и региона события, которые лучшим образом сказываются на внешнем облике и культуре города. Помимо былой славы с легкой руки журналиста-блогера город получает неофициальное звание столицы закатов.

Отметим проект сохранения исторической среды «Заповедные кварталы»¹, который вырос из проекта «Том Сойер Фест»² в 2018 году. Проект стал настолько успешным, что стал жить своей жизнью, давая жизнь множеству других проектов, таких как «Шляпин на балконе», тематические экскурсии и многих других. Преобразились отдельные исторические кварталы, где раньше стояли гнилые покосившиеся постройки. Не смотря на то, что у проекта есть противники, которые устраивают саботаж, проект становится известным не только в регионе, но и в России, многие туристические компании включают данный квартал в программу своих туров.

¹ «Заповедные кварталы» - это сообщество людей, которые возрождают историческую среду в Нижнем Новгороде. Сейчас перезапускается квартал церкви Трёх Святителей — 28 исторических деревянных домов в границах улиц Новая-Короленко-Славянская-Студеная[5]

² «Том Сойер Фест» - фестиваль восстановления исторической среды силами волонтеров на средства спонсоров[2]

Нижегородская область, по оценкам международных экспертов, входит в десятку наиболее перспективных субъектов РФ, в которых туризм может стать одной из бюджетообразующих отраслей. Это связано с тем, что Нижегородский край перспективен для самых разных видов путешествий: культурно-познавательного, круизного, лечебно-рекреационного, делового и событийного, экологического и приключенческого, сельского туризма и системы частных гостиниц, охоты и рыбалки. Анализ статистических данных о развитии Нижегородского рынка туристских экскурсионных услуг показывает, что наибольшую долю во внутреннем туризме занимает лечебно-рекреационный, культурно-познавательный и круизный виды туризма [4].

Нижегородская область, расположенная в центральной России, имеет свои уникальные особенности в организации туристической инфраструктуры. Вот некоторые из них:

1. Природные ресурсы: Нижегородская область расположена в зоне лесов, рек и озер, что предоставляет возможности для развития экологического и рыболовного туризма. Здесь можно встретить прекрасные ландшафты, уникальные природные объекты, например, озеро Светлояр, Керженский заповедник, Ворсменское озеро, Бурнаковские пещеры и многие другие.

2. Культурное наследие: Нижегородский кремль, храмы и монастыри 16-19 веков, Шуховская башня, усадьба Баташовых в Выксе и множество других объектов, привлекающих гостей.

3. Экотуризм: Природные заповедники и национальные парки, такие как природный парк «Воскресенское Поветлужье», Ичалковский Бор,

Пустыньские озера предлагают множество возможностей для пеших прогулок, велосипедных поездок и наблюдения за животными. Экотуризм становится все популярнее среди туристов, стремящихся насладиться природой и экологическими достижениями.

4. Сельский туризм: Многие районы Нижегородской области имеют отличное сельское хозяйство и предлагают возможность посетить сельские дома и поместья, где туристы могут познакомиться с национальным крестьянским бытом, попробовать местные продукты и участвовать в сельскохозяйственных работах.

5. Рекреационные возможности: Нижегородская область богата реками и озерами, предоставляющими возможности для активного отдыха. Здесь можно заняться рыбной ловлей, водными видами спорта, пикниками на природе и участвовать в других виде активного отдыха.

6. Культурные мероприятия: В Нижегородской области проводятся различные культурные мероприятия, такие как международный кинофестиваль «Горький Фест», традиционные ярмарки и фестивали и т. д. Эти события привлекают множество туристов со всей страны.

Нижегородской области имеют все предпосылки для развития туризма. Уникальные природные и культурные объекты, возможность заняться активным отдыхом и побывать в сельской местности делают этот регион привлекательным для посетителей. Региону есть, что предложить для искушенных туристов. Область становится постепенно узнаваемой, занимая первые строчки в рейтингах посещаемости. Не смотря на то, что Нижний Новгород периодически

путают с Великим Новгородом, город и область обретает свое лицо, свой узнаваемый бренд, такие как городецкий пряник, вид с теплохода на Стрелку, Чкаловская лестница, хохломская роспись, елочная игрушка фабрики «Ариэль» и так далее. Однако развитие туристической инфраструктуры все еще требует дополнительных усилий и инвестиций, не хватает гостиниц, кафе и ресторанов, не ко всем объектам показа можно проехать, некоторые исторические объекты находятся в плачевном состоянии.

Библиографический список

1. Челнокова Е.А. Событийный туризм Нижегородского региона /Е.А. Челнокова, Н.Ф. Агаев, Е.А. Коровина, Н.М. Сомова// Фундаментальные исследования. – 2016.- № 6-2. – с. 484-488
2. Под редакцией Кочеткова А.В. Том Соьер Фест // За информационное сообщество, 2017. с. 2
3. Морозов М.А., Морозов Н.С./ Региональные особенности развития туристской инфраструктуры и их влияние на туризм / Том 29, № 3, 2021
4. Нуждина М.В., Бородавко Е.И/ Развитие туризма в нижегородской области/ Московский экономический журнал №2 2017
5. Заповедные кварталы: официальный сайт. – Нижний Новгород. – URL: <https://tickets.zkvartaly.ru/>
(дата обращения: 15.09.2023)

REGIONAL FEATURES OF ORGANIZING TOURIST INFRASTRUCTURE USING THE EXAMPLE OF THE NIZHNY NOVGOROD REGION

M.A. Mantserova^a

^aInstitute of International Relations and World History of Lobachevsky University,
Nizhny Novgorod

Nizhny Novgorod, Russia, *e-mail*: marina.mantserova@gmail.com

Annotation: The article discusses tourist infrastructure, its organization features, the level of its development, and its further potential.

Keywords: Infrastructure, showcase objects, development, industry, Nizhny Novgorod.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ ПО РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

М.Р.Мустафин^а, А.С.Насибуллина^б

^аКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

^бКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: sdk-bink.mmr@mail.ru

Аннотация. В статье по отдельным видам туризма выделены объекты обладающие наиболее высоким уровнем туристско-рекреационной привлекательности. На основе проведенного исследования в регионе, представлены различные туристские маршруты для отдельных психотипов. Благодаря полученным результатам разработан новый туристский маршрут.

Ключевые слова: туристские ресурсы, виды туризма, психотипы туристов, туристские маршруты.

Как и большинство потребительских рынков, туристический рынок – структура гетерогенная. В сфере туризма и гостеприимства потребительское поведение фактически является одним из видов экономического поведения. Производителю турпродукта и его продавцу, чтобы рассчитать количество маршрутов и видов туризма (спортивный, паломнический, религиозный, событийный и т.д.), приходится изучать как объективные стороны формирования спроса на турпродукт, так и субъективные факторы, определяющие желания и систему оценок потребителей – психологию туриста

[4].

К настоящему времени имеется значительное количество исследований, которые в той или иной степени посвящены или затрагивают вопросы классификации видов туризма [1,2,4]. При этом в основу классификации могут быть положены различные параметры, которые характеризуют тот или иной показатель. Классификации строятся по отношению к территории, по цели поездки, по форме организации, по возрасту, численности, продолжительности, интенсивности, по средствам передвижения, тематике и т.д.

На наш взгляд, наиболее полно суть любой туристической поездки отражает классификация по цели поездки. В данной статье использована классификация по основной цели поездки: культурно-познавательный; лечебно-оздоровительный; религиозный (паломнический); спортивный (экстремально-приключенческий); сельский; экологический; рекреационный (пляжный); событийный (в т.ч. развлекательный); деловой; гастрономический; научный; круизный.

Обзор и анализ обширной статистической базы посвященной раскрытию туристско-рекреационных ресурсов Республики Татарстан позволило выделить ключевые туристские объекты республики владеющих высоким потенциалом и относящиеся к различным группам являющихся основной целью поездки и пользующихся популярностью как у местного населения так и среди приезжих. Здесь следует отметить, что помимо основной цели поездки, практически в любой поездке присутствуют и второстепенные цели. Они могут проявляться как в явной, так и в скрытой форме. Скрытая форма не предполагает четко

сформулированной цели, но выявляется через присутствие отдельных элементов другого вида туризма (по цели). Например, религиозный (паломнический) туризм сочетает в себе элементы культурно-познавательного, спортивный (экстремально-приключенческий) содержит элементы экологического, лечебно-оздоровительный содержит элементы рекреационного и т.д.

Разработка туристских маршрутов является одним из действенных инструментов комплексного продвижения туристского продукта, оптимального использования туристского потенциала региона. Разнообразные маршруты позволяют наиболее полно представить региональный продукт, показать наиболее привлекательные объекты. Помимо продвижения, маршруты способствуют рациональному пространственно-временному перераспределению туристских потоков на территории.

Одним из обязательных элементов обслуживания туристов является пакетное предложение услуг и минимального набора достопримечательностей для ознакомления. При этом в условиях большого города с хорошо развитой инфраструктурой (прежде всего транспортной) туристам может быть предложено не экскурсионное обслуживание, а самостоятельное ознакомление с наиболее значимыми историко-культурными достопримечательностями. Такая схема позволяет туристу самостоятельно планировать время посещения предлагаемых объектов, более гибкий подход позволяет исключить или заменить некоторые из предложенных объектов. Такой подход более рационально перераспределяет нагрузку на объекты и создает более комфортные условия для туристов.

Для формирования туристских маршрутов, ориентированных на различные психотипы предлагаем использовать «конструктор» маршрутов.

Основное ядро туристского потенциала Республики Татарстан составляют объекты культурно-познавательной направленности, что обуславливает приоритет данного направления. Многоцелевые поездки более привлекательны для туристов по сравнению с одноцелевыми. Как показало наше исследование, в последние годы возрос интерес к активным видам отдыха, при этом большинство респондентов предпочитают комбинированный отдых, который включает в себя элементы различных видов туризма.

Наличие туристского потенциала для развития дополнительных видов туризма позволяет формировать комбинированные предложения, ориентированные на различные целевые группы туристов, что также способствует повышению привлекательности республики.

Для туристов разработаны следующие маршруты (концепции маршрутов):

1. «Казань религиозная». Маршрут религиозного тура направлен на ознакомление с религиозными объектами разнообразных религиозных конфессий, представленных в Казани.

2. «Казань архитектурная». Маршрут, ориентированный на познание, знакомство с произведениями искусства.

3. «Тихая Казань». Достопримечательности ориентированы на туристов - любителей «тишины».

4. «Казань – территория развлечений». Маршрут для любителей удовольствия ориентированный на развлечения, забавы.

Более подробно остановимся в маршруте «Казань – территория развлечений».

Общая продолжительность тура: 3 дня / 2 ночи.

Маршрут ориентирован на развлечения, забавы. Данный вариант отдыха требует предварительного индивидуального подбора развлекательных мероприятий, поскольку такой подбор связан с конкретными датами проведения некоторых из них. В данном случае сроки поездки будут определяться именно датами наиболее заинтересовавших туриста мероприятий (концерты, выступления, спортивные мероприятия и т.д.).

Вариант размещения: Гостинично-торгово-развлекательный комплекс «Корстон-Казань» (ул.Н.Ершова, 1А).

День 1-ый. Гостинично-торгово-развлекательный комплекс «Корстон-Казань» – Торгово-развлекательный комплекс «Кольцо» (ул.Петербургская, 1) – Выбранное культурное мероприятие (концерты, выступления, спортивные мероприятия и т.д.) – Гостинично-торгово-развлекательный комплекс «Корстон-Казань».

День 2-ой. Корстон – оздоровительные процедуры в спа-центре «Лучано» (ул.Островского, 26) – Выбранное культурное мероприятие (концерты, выступления, спортивные мероприятия и т.д.). Автомобильная экскурсия по ночной Казани - развлекательная программа в комплексе «Корстон-Казань».

День 3-ой. Корстон – Казанский аквапарк «Ривьера» (ул.Ф.Амирхана, 1 б) – развлекательная программа в комплексе «Корстон-Казань»[3].

По мнению специалистов в современном туризме все же необходим поиск

возможностей встраивания в повседневное картографическое пользование тех ценных компонентов традиционной географической карты, которых во многом лишается потребитель [5].

Российский опыт показывает, что максимальное развитие получают, прежде всего, массовые направления и виды туризма. Именно массовость позволяет извлекать максимальные прибыли за счет большого количества принимаемых туристов. В противовес массовым видам, те направления туристского бизнеса, которые не могут претендовать на массовость ввиду специфики организации отдыха, даже при наличии ресурсного потенциала остаются в зачаточном состоянии. Так, например, наличие ресурсов для развития сельского и экологического туризма пока не позволяет использовать данные ресурсы в полной мере. Активное развитие данных видов туризма в Республике Татарстан невозможно без правильной региональной политики и поддержки.

Библиографический список

1. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. М.: Изд-во Моск.ун-та, 1996.
2. Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика.СПб: "Издательский дом Герда", 2008.
3. Психографические методы в туризме //Байбаков Э.И.,Рубцов В.А., Биктимиров Н.М., Булатова Г.Н. – Казань:Отечество, 2020. – 144 с.
4. Шпилько С.П. Классификация видов туризма: от теории к практике // Вестник Национальной академии туризма. 2012. № 1 (21). С. 9-15.
5. Rubtzov, V., Zyryanov, A., Firsova, A., Biktimirov, N.,Rozhko, M., Bautista, H.The role of digital geography in the development of tourism and tourist activities International Journal of Criminology and Sociology, 2020, 9, Pp. 2186-2191.

FEATURES OF THE FORMATION OF NEW TOURIST ROUTES IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

M.R.Mustafin^a, A.S.Nasibullina^b

^aKazan (Volga Region) Federal University, Kazan

^bKazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: sdk-bink.mmr@mail.ru

Annotation. The article highlights the objects with the highest level of tourist and recreational attractiveness for certain types of tourism. Based on the research conducted in the region, various tourist routes for individual psychotypes are presented. Thanks to the results obtained, a new tourist route has been developed.

Keywords: tourist resources, types of tourism, psychotypes of tourists, tourist routes.

УДК 338.482.22

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА
ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ (НА ПРИМЕРЕ
ЭКОЛОГО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО ВИЗИТ-ЦЕНТРА "ХУТОРОК"
Г.НИЖНЕВАРТОВСКА)**

Н.В. Пенкина^а, А.А.Масленникова^б

^аНижевартовский государственный университет, г. Нижевартовск

^бНижевартовский государственный университет, г. Нижевартовск

Россия, e-mail: natasha_penkina@mail.ru

Аннотация: В статье проанализированы основные перспективы развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях. В качестве практической реализации направлений развития туризма был изучен опыт, а также материально-техническая база эколого-просветительского центра "Хуторок" города Нижевартовска. Авторы пришли к выводу, что центральная проблема визит-центра – это расширение турпотока, в работе сформулированы предложения по качественной и количественной модернизации инфраструктуры и ассортимента услуг. Предложенные мероприятия будут способствовать решению не только социально-экономических проблем, но и сохранять уникальное природное наследие региона.

Ключевые слова: экологический туризм; природный туризм; резервный туризм; экологические программы; экскурсии; экологическая тропа; экологическое образование.

Постановка проблемы. С ростом интереса к экологическим вопросам и устойчивому развитию, все больше людей стремятся посетить места, где они могут научиться заботиться о природе и принять активное участие в ее сохранении. Природный потенциал России дает основания для развития экологического туризма, однако данный вид туризма до сих пор является нишевым видом, на это указывает доля турпотока – она составляет всего 2% от

общего турпотока. Особое место занимают особо охраняемые природные территории регионального значения для развития экологического туризма.

Понятие «экологический туризм» как вида туристской деятельности (оказание услуг) по организации путешествий, включает все многообразие формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению. Такой подход закреплен, в п. 3.1 ГОСТ Р 56642-15 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования» [1]. В Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года указано на необходимость перехода к модели экологического туризма. Модель рассматривается как комплексное явление, которое должно обеспечить взаимосвязь туризма, культуры и экологии. Кроме того организация экологического туризма должна быть осуществлена на особо охраняемых природных территориях (далее ООПТ), прежде всего национальных парков, в целях обеспечения их устойчивого развития за счет создания условий для комплементарного взаимодействия инвестиционной, туристской (в том числе научно-познавательной и рекреационной) и социальной деятельности с учетом ландшафтной, природоохранной специфики и антропогенной нагрузки на территорию [4].

Таким образом, на законодательном уровне допускается осуществление экологического туризма на ООПТ, разновидность которого зависит от установленного режима ООПТ. В частности, в государственных природных заповедниках природная полностью запрещается экономическая деятельность, но на специально выделенных участках частичного хозяйственного

использования государственных природных заповедников разрешено осуществлять одну из разновидностей экологического туризма на ООПТ – «познавательный туризм». Познавательный туризм как разновидность экологического туризма на ООПТ – это деятельность по сохранению природного и культурного наследия с целью ознакомления с природными и тесно связанными с природными культурными достопримечательностями. Существует также понятие «регулируемый туризм» для особо охраняемых природных территорий (ст. 13 Закона об ООПТ), под которым понимается туризм, разрешение, на осуществление которого дает администрация национального парка, причем такое разрешение должно учитывать необходимость сохранения природных систем и снижения неблагоприятной антропогенной нагрузки, соответственно регулировать величину потока туристов на территорию парка [3. С.24].

Методы и источники информации. Перспективы развития экологического туризма мы будем рассматривать на примере эколого-просветительского визит-центр "Хуторок", расположенного в городе Нижневартовске, он является филиалом природного парка "Сибирские Увалы". Сам природный парк закрыт для посещения туристов, в связи с чем "Хуторок" является своеобразным ключевым пунктом развития туризма, он имеет удобное расположение – находится в черте города и имеет легкую транспортную доступность. При проведении исследования использовался системный метод, опрос, наблюдение, а также метод экспертных оценок.

Результаты. Визит-центр предлагает разнообразные программы и активности, которые привлекают любителей природы и активного отдыха, также организует специальные программы для детей, включающие игры и развлечения, направленные на развитие экологического мышления и уважения к природе.

В рамках эколого-просветительского визит-центра "Хуторок" посетители могут принять участие в природных экскурсиях, где им предоставляется возможность познакомиться с разнообразными видами растений и животных округа, историей и бытом коренных малочисленных народов севера – ханты и манси, а также изучить особенности экосистемы. Кроме того, визит-центр "Хуторок" предоставляет информацию о правилах поведения в парке, чтобы посетители могли насладиться природой, не нанося ей вреда. Визит-центр также проводит выездные программы и мастер-классы, посвященные охране окружающей среды и устойчивому развитию. На территории Хуторка уже имеются: этнографический комплекс; музей с выставочной экспозицией «Природа нашего края» и «Культура и быт народа ханты»; гостевые дома; экологическая и туристическая тропы, туристическая программа «Поведение человека на природных ландшафтах»; экоотдых (гостевые дома, спортивный инвентарь, спортивная площадка и пляж).

На данный момент главная задача для развития Хуторка как туристского центра – это расширение турпотока. Сделать это можно как количественно, так и качественно. Количественный рост включает: расширение перечня предоставляемых услуг – организовывать туры с ночевками; привлечение новой

аудитории; ввод дополнительных экскурсионных программ и мероприятий; создание новых объектов показа. Как это можно сделать: во-первых, для привлечения туристов необходимо предложить им интересные и разнообразные туры. Однако на данный момент на территории визит-центра отсутствуют туры, а также средства размещения посетителей. Для решения этой проблемы можно организовать и открыть глэмпинг на территории Хуторка, что поможет внедрить новые туры с ночевками, а также привлечь инвестиции для строительства и других средств размещения; во-вторых, недостаточная известность о визит-центре может быть еще одной из причин низкого туристского потока. Реклама и пиар – неотъемлемая часть развития туризма. Необходимо больше продвигаться среди местного населения, сотрудничать с ВУЗами и другими учебными заведениями, попасть в программы по развитию туризма в регионе и выйти на маркетплейс VisitUgra. Кроме того, визит-центр может сотрудничать с местными туроператорами и предоставлять им информацию о центре и его достопримечательностях. Такие партнерства помогут разработать специальные туристические пакеты и программы, которые будут включать в себя посещение визит-центра и других интересных мест региона; в-третьих, Хуторок предлагает множество различных развивающих и интерактивных программ. Такие мероприятия позволят посетителям не только узнать о культуре и традициях ханты и манси, но и активно взаимодействовать с ними, поэтому необходимо увеличение их количества и разнообразия: создание иммерсивных квестов по различным тематикам (культура и быт ханты и манси, выживание в лесу и т.д.), развивающих игр, интерактивных занятий, проведение праздников; в четвертых,

создание новых объектов – еще один инструмент для развития Хуторка как туристского центра. Спортплощадку можно оборудовать веревочным парком, созданием навеса, где будут представлены созвездия с названиями, которые им дали народы ханты и манси, также под этим навесом можно организовать новую зону отдыха с гаками и другими удобствами.

Также необходима качественная модернизация существующих объектов показа, в частности, этнографического комплекса, этнографической и экологической тропы, их можно оснастить аудиогидом для свободного посещения. Добавить QR-коды на таблички и щиты с дополнительной информацией, интересными фактами, 3D моделями растений и животных, звуковыми эффектами (звуки животных), либо же разместить фигурки некоторых животных вдоль самой тропы – все это разнообразит самостоятельное посещение данных объектов и поможет большему погружению в саму экскурсию.

Особо следует обратить внимание на совершенствование уже имеющихся экскурсий. Адаптация существующих экскурсионных программ под разные возрастные группы и введение дополнительных экскурсий, позволят улучшить опыт посетителей и создать привлекательный туристский продукт. Добавить акцию “Помоги природе делом” – в конце экологической тропы оборудовать место, где экскурсантам будет предлагаться посадить растение или дерево, тем самым способствовать экологическому благополучию. Это эффектный и доступный каждому способ позаботиться о природе одно из средств вовлечения посетителей в природоохранную деятельность.

Выводы. С развитием центра и расширением его программ, он может привлечь еще больше туристов и стать популярным местом для экологического туризма. Это может привести к увеличению посещаемости и доходности центра, а также к созданию новых рабочих мест и возможностей для развития туристической инфраструктуры вокруг него [2. С. 81]. В целом, развитие эколого-просветительского визит-центра "Хуторок" как туристского центра представляет большой потенциал для привлечения туристов, развития экологического образования и научных исследований, а также для поддержки устойчивого развития и охраны природы. Высокая значимость экотуризма и его перспективность должны оцениваться не только научными сотрудниками, но и российскими властями. Продуманные и грамотно реализованные концепции развития экологического туризма на ООПТ будут не только привлекать туристов и решать социально-экономические проблемы страны, но и помогать сохранять уникальное природное наследие и природные комплексы страны.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 56642-2021. Туристские услуги. Экологический туризм. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200182520> (дата обращения 19.10.2023).
2. Пенкина, Н. В. Туристский регион: теоретико-методологические подходы / Н. В. Пенкина // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы : материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Нижневартовск, 12–13 февраля 2015 года. Том Часть II. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2015. – С. 80-82. – EDN TULEWD.
3. Пенкина, Н. В. Устойчивое развитие туризма в регионе: подходы к анализу проблемы / Н. В. Пенкина // Дискуссия. – 2017. – № 10(84). – С. 23-28. – EDN ZVMIWB.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения 20.10.2023).

**DEVELOPMENT PROSPECTS OF ECOLOGICAL TOURISM WITHIN
DESIGNATED CONSERVATION AREA (AS ILLUSTRATED BY
“KHUTOROK” ENVIRONMENTAL EDUCATION VISITOR CENTER IN
NIZHNEVARTOVSK)**

N.V. Penkina^a, A.A. Maslennikova^b

^aNizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia

^bNizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, Russia

Nizhnevartovsk, Russia, e-mail: natasha_penkina@mail.ru

Annotation: The present article analyzes key prospects of ecological tourism development within designated conservation areas. Practices and infrastructure of “Khutorok” (a small village) environmental education center in Nizhnevartovsk has been studied as the approach implementation. The authors concluded that the major problem of the visitor center is expansion of tourist flow. The article provides proposals in regard to infrastructure and services upgrade. The suggested activities will ensure both solution of social and economic challenges and preservation of environmental heritage of the region.

Keywords: ecological tourism; nature tourism; reserve tourism; ecological program; tours; ecological trail; ecological education.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

С.В. Пилькевич^а

^аКрымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь

Симферополь, Россия, e-mail: svbelkina7@gmail.com

Аннотация: В статье проанализированы документы, связанные с развитием научно-популярного туризма в Российской Федерации: план мероприятий по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, концепция развития научно-популярного туризма на период до 2035 года, план научных мероприятий на период до 2024 года и реестр объектов научно-популярного туризма. На их основе выявлены особенности и перспективы развития данного вида туризма в Крыму. В частности, рассмотрены объекты научно-популярного туризма и основные научные мероприятия, которые могут быть включены в программу тура, а также представлены проекты разработанных туристских маршрутов.

Ключевые слова: научно-популярный туризм; маршрут научно-популярного туризма; объект научно-популярного туризма.

В Российской Федерации 2022–2031 годы согласно Указу Президента от 25 апреля 2022 г. № 231 объявлены Десятилетием науки и технологий, в рамках которого предполагается решение следующих задач: «привлечение талантливой молодёжи в научную сферу, вовлечение исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества и страны, повышение доступности информации о достижениях и перспективах отечественной науки для граждан России» [6, с. 1]. Частью вышеуказанной инициативы является развитие научно-популярного туризма, для осуществления которой подготовлены: план

мероприятий («Дорожная карта») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, концепция развития научно-популярного туризма на период до 2035 года, план научных мероприятий на период до 2024 года и реестр объектов научно-популярного туризма.

Научно-популярный туризм в соответствии с Концепцией связан с временными выездами (путешествиями) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях; осуществляется по утвержденным маршрутам, предполагающим посещение объектов инфраструктуры организаций, занимающихся научной, инновационной, образовательной и просветительской деятельностью. При этом необходимо соблюдение требований безопасности и режима охраны объектов показа. Данный вид туризма, прежде всего, должен способствовать популяризации достижений российской науки и технологий для широкой аудитории [3]. В документе уделяется внимание определениям детского и молодежного научно-популярного туризма, поскольку школьники и студенты, побывав в подобном путешествии, не только получают знания, впечатления, но также могут в будущем выбрать для себя путь учёного. Кроме того, в 2021 году была запущена программа молодежного и студенческого туризма с проживанием в кампусах выбранного университета, включающая научно-популярное направление, предназначенное для тех, кто определился с будущей профессиональной деятельностью. [5]. В рамках путешествия участники посещают научные

мероприятия, знакомятся с научной базой университетов и обмениваются опытом.

Программа научно-популярного тура предполагает посещение мероприятий научного характера. Так, в Крыму согласно плану на период до 2024 год было предусмотрено проведение 24 научных мероприятий (22 пройдут в Республике Крым и 2 в г. Севастополь), среди которых отметим следующие: международные конференции (научно-практическая конференция «Изучение водных и наземных экосистем: история и современность»; научная конференция «Ялта – 45»; X научно-практическая конференция «Военно-исторические чтения»; научно-практическая конференция «Ароматические и лекарственные растения: интродукция, селекция, агротехника, биологически активные вещества, влияние на человека»; V Международная научно-практическая конференция «Этнография Крыма XIX-XXI века и современные этнокультурные процессы»; научно-практическая конференция «III Сурожские чтения»; научно-практическая конференция «Современные тенденции науки, инновационные технологии в виноградарстве и виноделии»); всероссийские конференции (научно-практическая конференция «Археология и история Боспора»; XXII научно-практическая конференция «Таврические чтения»); Археологическая отчетная конференция по итогам исследований в 2023 году; Третий Международный Эфиромасличный Фестиваль; XV Международный Византийский семинар «Херсонес Фемата: Империя и полис» и др. [4].

Помимо научных мероприятий, Крым также вошел во Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма, среди которых указаны

государственные природные заповедники (Казантипский, Лебяжьи острова, Опухский, Ялтинский горно-лесной заповедник); Карадагская научная станция имени Т.И. Вяземского; Научный спелео-палеонтологический комплекс «Пещера Таврида»; ФГБУН «Всероссийский национальный научно-исследовательский институт виноградарства и виноделия «Магарач» РАН»; ФГБУН «Крымская астрофизическая обсерватория РАН» в пгт. Научный Бахчисарайского района; ФГБУН «Научно-исследовательский институт сельского хозяйства Крыма»; ФГБУН «Ордена Трудового Красного Знамени Никитский ботанический сад – Национальный научный центр РАН»; Научно-исследовательское судно «Профессор Водяницкий»; Севастопольский морской Аквариум [2]. Данные объекты составляют основу для формирования туристских маршрутов.

Следует отметить, что на портале Science ID представлены маршруты научно-популярного туризма по Крыму: «Пещеры Крыма», Научный маршрут по японскому саду Mriya Resort & SPA, «Сады и парки Крыма» [1]. Остановимся на них подробнее.

Общенациональным союзом индустрии гостеприимства создан проект маршрута «Пещеры Крыма», благодаря которому туристы смогут познакомиться с деятельностью ученых-геологов, выступающих в качестве гидов-экскурсоводов [1]. Тур рассчитан на три дня и предполагает посещение самых известных пещер Крыма, среди которых Мраморная, Красная, Скельская, Таврида. В него включена интерактивная программа под названием «Хочу быть спелеологом», предусматривающая не только поход по труднодоступному

маршруту, но и интересную лекцию с выполнением элементов практических занятий в области геологии.

Также Общенациональный союз индустрии гостеприимства создал проект «Сады и парки Крыма», позволяющий на примере работы ученых познакомить с таким перспективным направлением как ботаника [1]. Тур, рассчитанный на три дня, предполагает посещение ботанических садов и дендропарков, будет проводиться гидами-экскурсоводами, учеными крымского полуострова. Среди объектов показа представлены Никитский ботанический сад, Ливадийский парк и Крымский природный заповедник.

Кроме того, научными сотрудниками Никитского ботанического сада создана необычная экскурсия по японскому саду «Шесть чувств» Mriya Resort & SPA, площадь которого составляет шесть гектаров [1]. На территории сада произрастает более 3000 видов растений из заповедников, а также расположены чайный домик, храм медитации Дзен-До и имение Сёгуна из японского кипариса, построенного без гвоздей. Сад был создан под руководством потомственного хранителя и ландшафтного архитектора императорских садов Киото.

Таким образом, Крымский полуостров обладает необходимыми ресурсами, для развития научно-популярного туризма. На начальном этапе на полуострове на 2023 год запланировано проведение 24 научных мероприятий, включено 12 объектов во Всероссийский реестр научно-популярного туризма и разработаны три маршрута. В дальнейшем данное перспективное направление будет развиваться благодаря созданию новых туристских маршрутов, включению

других объектов в реестр и, наряду с другими видами туризма, будет пользоваться популярностью у туристов.

Библиографический список

1. Все проекты научно-популярного туризма URL: https://scienceid.net/tourism/all?TourismSearch%5Bregion_id%5D=12 (дата обращения: 13.10.2023).
2. Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/da/6/cfe4a3ef_6.pdf (дата обращения: 20.09.2023).
3. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/78/4/bdf61971_4.pdf (дата обращения: 05.10.2023).
4. План научных мероприятий на период до 2024 года. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/47/5/a8789b17_5.pdf (дата обращения: 28.09.2023).
5. Программа молодежного и студенческого туризма. URL: <https://xn--d1agcstrehbhc.xn--plai/about-program> (дата обращения: 10.10.2023).
6. Указ Президента РФ от 25.04.2022 № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий». URL: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/WiWS6wA3UWh0h5dWnOndvYMgdY7pJlka.pdf> (дата обращения: 01.10.2023).
- 7.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF POPULAR SCIENCE TOURISM IN CRIMEA

S.V. Pilkevich^a

^aCrimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Simferopol, Russia, e-mail: svbelkina7@gmail.com

Annotation: The article analyzes documents related to the development of popular science tourism in the Russian Federation: an action plan for the development of popular science tourism in the Russian Federation, a concept for the development of popular science tourism for the period until 2035, a plan for scientific events for the period until 2024 and a register objects of popular science tourism. Based on them, the features and prospects for the development of this type of tourism in Crimea are identified. In particular, popular science tourism objects and main scientific events that can be included in the tour program are considered, and projects of developed tourist routes are also presented.

Keywords: popular science tourism; popular science tourism route; popular science tourism object.

УДК 910(470.51)

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ «НЕТУРИСТСКИХ» ТЕРРИТОРИЙ

В.П. Сидоров^а

^аУдмуртский государственный университет, г. Ижевск

Ижевск, Россия, e-mail: sidorov@yamail.udm.ru

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы и перспективы развития туризма в такой традиционно «нетуристской» территории, как Каракулинский районе Удмуртской Республики. На основе анализа географической и статистической информации в общих чертах оценивается туристский потенциал Каракулинского района, его места в составе туристского кластера «Камский берег». Определяются перспективные направления развития туризма на данной территории.

Ключевые слова: туристский потенциал, «нетуристские» территории, Каракулинский район

Постановка проблемы. Обострение военно-политической обстановки в мире, проведение специальной военной операции, выделение «недружественных» стран, в число которых попала большая часть государств зарубежной Европы, заметно сузили географию выездного туризма для российских граждан. И в очередной раз обострили дискуссию о развития туризма внутреннего. В то же время следует заметить, что в большинстве регионов страны рекреационные объекты, традиционно привлекающие внутренних туристов, уже практически исчерпали возможности своей туристской притягательности/привлекательности (аттрактивности). И, в современных

условиях, говорить необходимо о других, совсем уже «нетуристских» территориях.

В данной статье речь пойдет о Каракулинском районе Удмуртской Республики, расположенном вблизи юго-восточных границ Удмуртии в месте схождения границ трёх республик: Удмуртской, Башкортостана и Татарстана.

Район был образован 4 ноября 1926 г. Площадь его территории 1192,5 км², население – около 13,1 тыс. человек. Районный центр – с. Каракулино [2, 3].

Рекреационные ресурсы Каракулинского района теоретически позволяют развивать аграрный туризм. Однако должной поддержки со стороны местной власти агротуризм не получает, ввиду отсутствия в районном бюджете средств на развитие рекреационной деятельности, и, что самое главное, из-за отсутствия заинтересованности у властей в развитии туризма в целом и агротуризма в частности [4].

Методы и источники информации. Главными источниками информации для предлагаемой статьи послужили: официальный сайт Администрации Каракулинского района Удмуртской Республики [2, 3], статистическая, графическая и картографическая информация, собранная автором на ранних этапах исследования рекреационного потенциала республики [1, 5, 7].

Для расчета коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег» была использована авторская формула:

$$K_{ap} = \frac{\Phi_{тпт}}{\Phi_{тпв}} \times 10,$$

где: K_{ap} – коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) территории; $\Phi_{тпт}$ – количество факторов туристской привлекательности (аттрактивности) конкретной территории; $\Phi_{тпв}$ – общее количество факторов туристской привлекательности (аттрактивности) (16).

Результаты. Каракулинский район входит в состав туристского кластера «Камский берег». Туристско-рекреационный кластер «Камский берег» (как объект инвестирования) образуют пять явных (официальных) объектов: муниципальные образования г. Сарапул, г. Воткинск, Сарапульский, Воткинский и Каракулинский районы, а также один «неявный» объект – г. Ижевск [6]. Следует заметить, что именно Ижевск обладает в этом списке самым богатым рекреационным потенциалом. Но в данной работе рекреационный потенциал Каракулинского района будет сравниваться с соответствующими потенциалами официальных объектов «Камского берега».

Так какими-же преимуществами обладает нетуристский Каракулинский район перед другими регионами вышеупомянутого кластера?

К главным факторам туристской привлекательности (аттрактивности) относят:

1. Исторический;
2. Архитектурный;
3. Культурный;
4. Историко-архитектурный;
5. Познавательный;
6. Развлекательный;
7. Фестивальный;

8. Образовательный;
9. Курортный;
10. Деловой;
11. Бальнеологический;
12. Шопинг;
13. Религиозный;
14. Спортивный;
15. Природный;
16. Ностальгический.

Следует заметить, что можно насчитать и больше факторов туристской привлекательности (при дроблении шестнадцати основных).

Распределение факторов туристской привлекательности (аттрактивности) по отдельным территориям туристского кластера «Камский берег» выглядит следующим образом:

1. Город Сарапул (8): исторический, архитектурный, культурный, историко-архитектурный, образовательный, деловой, религиозный, природный.

2. Сарапульский район (6): исторический, фестивальныи, курортный, религиозный, спортивный, природный.

3. Город Воткинск (6): исторический, архитектурный, культурный, фестивальныи, образовательный, деловой.

4. Воткинский район (6): архитектурный, фестивальныи, образовательный, курортный, религиозный, природный.

5. Каракулинский район (3): познавательный, курортный, природный.

Значения коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег» показано на рисунке.

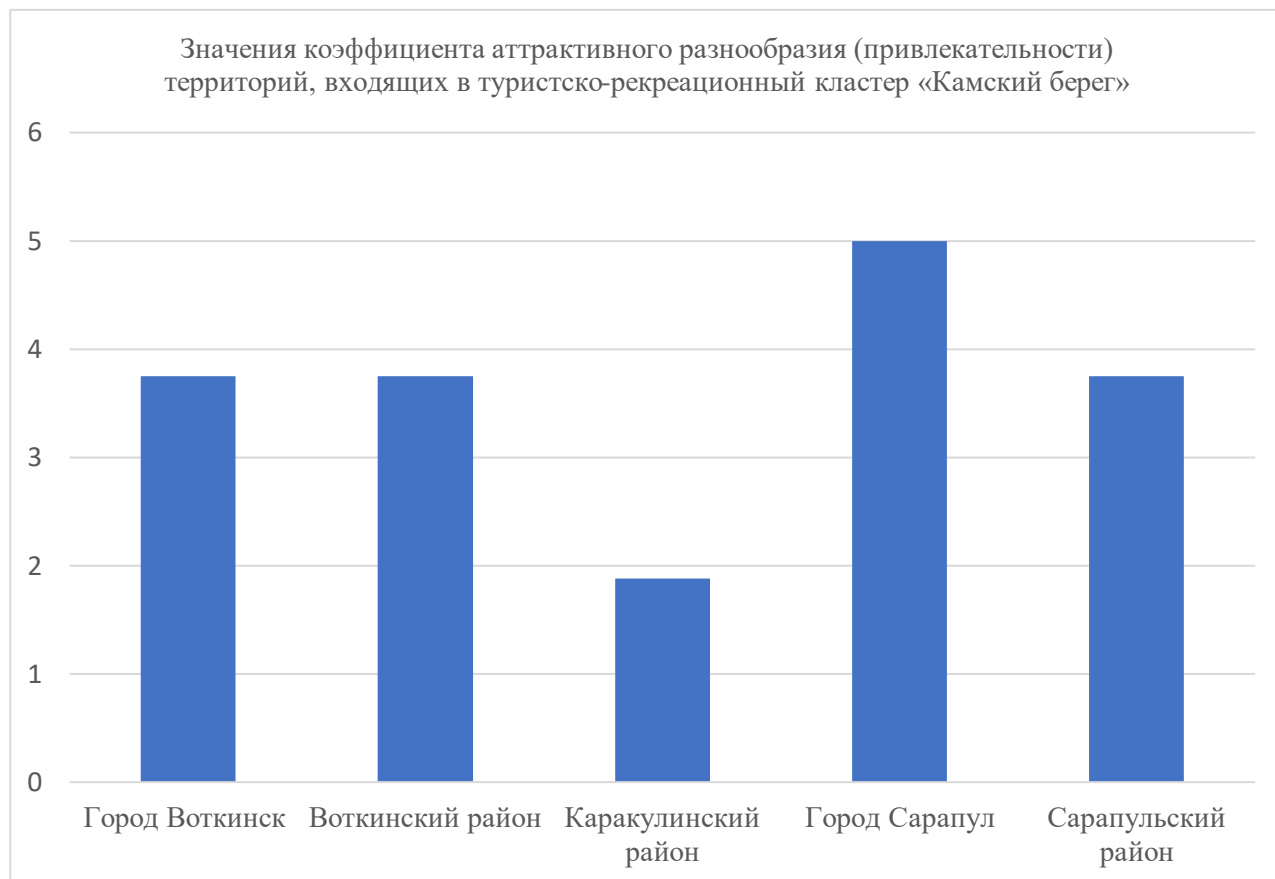


Рис.1. Значения коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег»

Как видно из рисунка, значения коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег» составляют: у города Сарапула – 5; у города Воткинска, Воткинского и Сарапульского районов – по 3,75 и у Каракулинского района – 1,88.

Выводы:

1. Среди территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег» самое высокое значение коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) у города Сарапул.
2. Среди территорий, входящих в туристско-рекреационный кластер «Камский берег» самое низкое значение коэффициента аттрактивного разнообразия (привлекательности) именно у «нетуристского» Каракулинского района.
3. Развитие внутреннего туризма в так называемых «нетуристских» регионах видится неперспективным или, в лучшем случае, малоперспективным в силу недостаточного рекреационного потенциала, а также из-за консерватизма и нежелания что-то делать в этой сфере региональных властей. Кроме того, малая раскрученность таких территорий на рынке туристской рекламы делает их, по сути, неизвестными для потенциального внутреннего туриста.

Библиографический список

1. Кудрявцев А.Ф., Сидоров В.П., Скобелева О.А. Оценка рекреационного потенциала региона (на примере Удмуртской Республики) // Материалы II Международной научно-практической конференции «Туризм и региональное развитие». Смоленск: СГУ, 2002. С.270–273.
2. Официальный сайт Администрации Каракулинского района Удмуртской Республики. URL: <https://karakulino.ru/about/> (дата обращения 18.09.2023).
3. Официальный сайт Администрации Каракулинского района Удмуртской Республики. URL: <https://karakulino.ru/city/index.php> (дата обращения 18.09.2023).
4. Пеитухова Л.Н. О состоянии развития агротуризма в каракулинском районе удмуртской республики. URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/2020_agrotur_sbornik_trudov-59-64.pdf (дата обращения 25.09.2023).
5. Сидоров В.П. Логистические особенности развития туризма в Удмуртской Республике // Проблемы региональной экологии и географии (г. Ижевск, 7–10 октября 2019 г.), Материалы международной научно-практической конференции. Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2019. С. 352 – 355.

6. Сидоров В.П. Перспективы развития туристско-рекреационного кластера «Камский берег» в Удмуртской Республике // Туризм в глубине России. Сборник трудов IV Всероссийского научного семинара (24 – 28 июля 2016 г.). Пермь: ПГНИУ, 2016. С.85–88.

7. Сидоров В.П. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики // Материалы Всероссийской научной конференции «Современные глобальные и региональные изменения геосистем». Казань: КГУ, 2004. С.597–598.

TOURIST POTENTIAL OF "NON-TOURIST" TERRITORIES

V.P. Sidorov^a

^aUdmurt State University, Izhevsk

Izhevsk, Russia, e-mail: sidorov@yandex.ru

Annotation: the article discusses the problems and prospects for the development of tourism in such a traditionally “non-tourist” territory as the Karakulinsky region of the Udmurt Republic. Based on the analysis of geographic and statistical information, the tourism potential of the Karakulinsky district and its place in the “Kama Coast” tourist cluster are assessed in general terms. Prospective directions for the development of tourism in this territory are determined.

Key words: tourist potential, “non-tourist” territories, Karakulinsky district

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ СУРСКОГО РЕЧНОГО КРУИЗНОГО МАРШРУТА

К.Ю. Тимофеева^а, Н.А. Казаков^б, М.М. Ростовцева^в, Е.А. Никитина^г

^а *Чувацкий государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары*

^б *Чувацкий государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары*

^в *Чувацкий государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары*

^г *Чувацкий государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары*

Россия, e-mail: kzkv75@mail.ru

Аннотация: Одним из проектов по увеличению туристско-экскурсионного потока, направленного в Чувашию, является проект по организации Сурского речного круизного маршрута. После 2009 (2007) года несколько навигаций подряд в Суру заходили волжские круизные теплоходы, поднимаясь до города Ядрина. Сура считается судоходной на 310 км вверх по течению от устья, но свободное движение до города Алатыря в современных условиях могут осуществлять лишь специализированные суда типа ПКС 40. Без существенных вложений (непосильных для регионов без федеральной поддержки) осуществление проекта полноценного Волжско-Сурского круизного маршрута вызывает сомнения. В обозримом будущем более перспективным выглядит использование лишь приустьевых участков Суры, как части Волжско-Сурских (Камско-Волжско-Сурских) круизных маршрутов.

Ключевые слова: речной круиз, река Сура, Чувашская Республика

Постановка проблемы. Волжские речные круизные маршруты очень значимы для туристской индустрии Чувашской Республики. В 2022 году по данным Минэкономразвития Чувашии речные круизные суда доставили в республику около 72 тысяч экскурсантов. Однако, это именно экскурсанты, т.к.

время их прибытия в регионе не превышает 24 часов и не предполагает использование местных коллективных средств размещения (максимальное время стоянки круизного судна в порту города Чебоксары 11 часов). Экскурсанты, прибывшие с речными круизами, дают сезонный заработок юридическим и физическим лицам, оказывающим экскурсионные (в т.ч. транспортно-экскурсионные) услуги, некоторым предприятиям общественного питания, производителям и продавцам сувенирной продукции, музейно-выставочным центрам, но главным образом лишь в пределах Чебоксарской агломерации, и в первую очередь Чебоксарского городского округа.

Делая ставку в экономическом развитии на туристскую индустрию, правительство Чувашии уделяет внимание не только решению проблемы увеличения туристско-экскурсионного потока, направленного в регион, но и предпринимает усилия для развития туристско-экскурсионной деятельности в «периферийных» муниципалитетах республики. Был предложен ряд проектов, разной степени проработанности (наиболее высокой отличался проект под названием «Рунический путь») реализация которых (при поддержке федерального центра и соседних регионов, или самостоятельно) могла бы привести к количественному росту туристско-экскурсионного потока, направленного в республику и «открытию» для туристов «не столичной» Чувашии. Одним из таких проектов является проект создания Сурского речного круизного маршрута.

Результаты. Река Сура, акватория возможного прохождения круизного маршрута – правый приток реки Волги, берёт начало на порубежье Ульяновской

и Пензенской областей, протекая по территориям Ульяновской, Пензенской, Нижегородской областей, республик Мордовия, Чувашия, Марий Эл (841 км), впадает в Чебоксарское водохранилище. Среднегодовой расход воды 253 м³/с (у города Ядрин), среднегодовой объём стока 11,7 км³. [1]

Сура от устья до села Сара Ульяновской области (находится в 3 км к югу от границы Чувашии) считается судоходной, этот участок протяжённостью 310 км включён в «Перечень внутренних водных путей Российской Федерации» [4]. Если допустить вероятность организации Сурского речного круизного маршрута на всём протяжении Суры возможном для судоходства, то маршрут, по сути, пройдёт по территории только трёх субъектов Российской Федерации – Чувашии, Марий Эл и Нижегородской области. По пути следования маршрута не встречаются объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, но достаточно объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, в частности: Петропавловская церковь (Воротынский район Нижегородской области), Владимирская церковь (Ядринский район Чувашии), Богоявленская, Петропавловская, Вознесенская церкви (Порецкий район Чувашии), Знаменская церковь (г. Алатырь, Чувашия) и мн. др. Только памятников градостроительства и архитектуры федерального, регионально и местного значения более 120. [3] В 1,5 часах езды (от с. Порецкого или г. Алатырь) находится Государственный литературно-мемориальный и природный музей-заповедник А.С. Пушкина «Болдино». Любители природы не только смогут восхититься красотой берегов Суры, но и увидеть пойменный лес с колонией серых цапель у с. Курмыш, пройти по экологическим тропам

природного заказника «Кумашкинский» и природного заповедника «Присурский». Кроме того, возможна организация производственных (промышленных) экскурсий на сельскохозяйственные и промышленные предприятия: «Опытно-показательное хозяйство «Ленинская Искра» (с музеем натурального хозяйства чувашского крестьянина), «Племенной конный завод имени В. И. Чапаева», старейший в Чувашии «Спиртовой завод «Ядринский», «Шумерлинский завод специализированных автомобилей», «Алатырский механический завод», «5 Арсенал» и др. Путешественники смогут ознакомиться с чувашской, горномарийской, эрзянской, русской этническими и субэтническими культурами.

Однако судоходство на реке Сура в настоящее время осуществляется только в её самом нижнем течении, в основном грузовое (перевозка строительных материалов), но изредка заходят и пассажирские суда. После 2009 года несколько навигаций подряд один из отрезков круизного маршрута Москва - Чебоксары пассажирского теплохода (дизель-электрохода) «Василий Чапаев» проходил по низовьям реки Суры. Круизный теплоход поднимался по Суре до Ядрина (88 км вверх по течению, гарантированная глубина судового хода 3, ширина – 50 м), разворачивался и шёл вниз по течению до базы отдыха «Сурские зори», где причаливал к берегу и высаживал туристов. [5; 6] Теплоход «Василий Чапаев» является представителем проекта 305 (тип «Дунай»). Относительно ряда других речных круизных судов, теплоходы проекта 305 небольшие, габаритная длина 77,91 м, ширина – 15,2 м, высота – 12,25 м, осадка – 1,41 м (в сравнении современный корабль проекта PV300 («Мустай Карим») имеет габаритную

длину 141,15 м, ширину – 16,8 м, осадку – 3 м), но и «Василию Чапаеву» было тесно в низовьях реки Суры (по сути части Чебоксарского водохранилища), сложно маневрировать, сложно высаживать пассажиров на необорудованный берег. Если планировать движение вверх по Суре, когда придётся столкнуться с уменьшением ширины реки и глубин (в районе Алатыря максимальные глубины около 2,3 м, ширина – около 130 м), то необходимы иные суда, которые могли бы работать в столь стеснённых условиях, в частности круизные (пассажирские) суда проекта ПКС 40. Суда проекта ПКС 40 (один из них носит имя «Сура») имеют длину 34 м, ширину – 10,8 м (9,8), осадку – всего 0,55 м, высоту – 8,4 м (может проходить под сурскими мостами, в т.ч. в низовьях реки, даже после подъёма уровня Чебоксарского водохранилища). В пассажировместимости он уступает проекту 305 в 6 – 8 раз (40 – 50 человек (19 кают) против 311), однако может работать на всём протяжении судоходной части Суры (высаживать пассажиров на необорудованный берег), чему способствует и нетрадиционный в настоящее время колёсный движительно-рулевой комплекс, который позволяет развернуться почти на месте, сняться с мели путём опускания колёс на грунт. [2; 7] Единственным препятствием для прохода судов ПКС 40 по Суре от устья до Алатыря будет временный наплавной понтонный автомобильно-пешеходный мост у Шумерли, но его без особых затруднений можно формировать разводным. Таким образом, при использовании судов ПКС 40 и в настоящее время при желании, без особо больших вложений в оборудование речного пути, возможна организация круизного судоходства на всём или почти на всём протяжении судоходного участка реки Суры.

Круизный маршрут только по Суре (с началом в Васильсурске или Ядрине) вряд ли возможен, более перспективным выглядит сочетание в маршруте движения по Волге и Суре (Волжско-Сурский маршрут). С крайними точками в Нижнем-Новгороде или Чебоксарах и Алатыре. В зависимости от насыщенности программы (в т.ч. определяющей число остановок), прохождения всего или части маршрута (завершения движения в одну сторону не в Алатыре, а в Ядрине, у Шумерли) могут быть разработаны недельные круизы или круизы уикенда. Волжско-Сурский круизный маршрут (путешествие по воде) может сочетаться с автобусным или железнодорожным путешествием, когда при достижении одной из крайних точек (Алатыря, Чебоксар или Нижнего Новгорода) туристская группа возвращается в пункт отправления другим видом транспорта, очерчивая и замыкая кольцо тура.

Выводы. В настоящее время Сура, как внутренний водный транспортный путь сохранила некоторое значение только на участке ниже города Ядрина. В первой половине второго десятилетия XXI века в Суру относительно регулярно даже заходили и поднимались до Ядрина волжские круизные суда. Но и сегодня технически допустима организация эксплуатации Сурского речного пути почти на всём его протяжении (до города Алатырь) без особо значимых вложений в оборудование речного пути, при условии использования соответствующих транспортных средств (например судов ПКС 40), в том числе и с целью осуществления пассажирского круизного судоходства.

Однако попытка использовать суда ПКС 40 (теплоход «Сура») для круизного судоходства по Оке провалились, малая пассажировместимость и

относительно высокая стоимость путешествия не позволили данным судам конкурировать с более вместительными круизными теплоходами (для замены ПКС 40 были предложены суда проекта ПКС 180 [7], с большей пассажироместимостью, но и с большими значениями главных размерений), за ПКС 40 остались лишь непродолжительные экскурсионные поездки. Использование более вместительных судов на всём протяжении Сурского речного пути либо невозможна, либо потребует огромных вложений (при использовании ПКС 180) в приведение в порядок и поддержание в надлежащем техническом состоянии речного пути. У ПКС 40 на Суре нет конкурентов.

Но всё же остаётся открытым вопрос о рентабельности полноценного (с достижением крайней точки в городе Алатырь) Сурского (Волжско-Сурского) речного круизного маршрута, даже при использовании подходящих транспортных средств. Без существенных вложений (непосильных для регионов без федеральной поддержки) в формирование опорного каркаса объектов туристского показа по пути следования маршрута и маркетинг данного туристского продукта, осуществление проекта полноценного Волжско-Сурского круизного маршрута вызывает сомнения. В обозримом будущем более перспективным выглядит использование лишь приустьевых участков Суры, как части Волжско-Сурских (Камско-Волжско-Сурских (по республикам ПФО)) круизных маршрутов.

Библиографический список

1. Государственный водный реестр: река Сура [Электронный ресурс] // URL: <https://textual.ru/gvr/index.php?card=177419&bo=8&rb=86&subb=104&hep=0&wot=21&name=%D1%F3%F0%E0&loc=> (дата обращения 1.09.2023)
2. Егоров А.Г. Определение фактической пассажироместимости отечественных речных круизных пассажирских судов с прогнозом до 2030 года // Морской вестник. 2019. № 4 (72). С. 7 – 11.
3. Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <https://okn-mk.mkrf.ru/maps> (дата обращения 1.09.2023)
4. Перечень внутренних водных путей Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru/document/901836096> (дата обращения 1.09.2023)
5. Соснин А. Первый круиз по Сурае (2009) [Электронный ресурс] // URL: https://asosnin.livejournal.com/11760.html?utm_medium=endless_scroll# (дата обращения 1.09.2023)
6. Соснин А. Круиз «Притоки» – Сура (2011) [Электронный ресурс] // URL: <https://asosnin.livejournal.com/47910.html> (дата обращения 1.09.2023)
7. Фальмонов Е.В. Мелкосидящие суда и мобильные гидротехнические сооружения для малых рек // Транспорт. Горизонты развития. Труды 2-го Международного научно-промышленного форума. Нижний Новгород, 2022. С. 20 – 32.

TO THE ISSUE OF ORGANIZATION SURSKY RIVER CRUISE ROUTE

К.Ю. Тимофеева^а, N.A. Kazakov^б, М.М. Rostovtseva^г, Е.А. Nikitina^в

^а *Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary*

^б *Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary*

^в *Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary*

^г *Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary*

Russia, e-mail: kzkv75@mail.ru

Annotation: One of the projects to increase the tourist and excursion flow directed to Chuvashia is the project to organize the Sursky river cruise route. After 2009 (2007), several navigations in a row, Volga cruise ships entered Sura River, rising to the city of Yadrin. The Sura is considered navigable for 310 km upstream from the mouth, but free movement to the city of Alatyr in modern conditions can only be carried out by specialized vessels of the PKS 40 type. Without substantial investments (unaffordable for the regions without federal support), the implementation of the project of a full-

fledged Volga-Sursky cruise route is doubtful. In the foreseeable future, it looks more promising to use only the estuarine sections of the Sura as part of the Volga-Sura (Kama-Volga-Sura) cruise routes.

Keywords: river cruise, Sura River, Chuvash Republic

РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА «ЛЕГЕНДАРНЫЙ СЕВАСТОПОЛЬ» В СФЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Е.А. Тропина^а

^аКрымский университет культуры, искусств и туризма,

Симферополь, Россия, e-mail: tropina-e@bk.ru

Аннотация: в статье представлен проект экскурсионного маршрута для студенческой молодёжи. Проанализированы основные положения национального стандарта РФ сфере студенческого туризма. Задачей данного исследования является разработка экономичного и доступного экскурсионного маршрута для студентов, посещающих Крым. В процессе исследования был использован экскурсионный метод, в основе которого - наглядность (поэтапный показ экскурсионных объектов раскрывающих тему) и моторность (движение от одного экскурсионного объекта к другому по заранее составленному маршруту). Произведён расчёт стоимости экскурсионной поездки. Проведена апробация маршрута во время учебной практики студентов.

Ключевые слова: студенческий туризм, молодёжный туризм, внутренний туризм, экскурсионный маршрут, экскурсия, объекты показа

Постановка проблемы. Воспитание патриотизма среди студенческой молодёжи может быть эффективным в том случае, когда у студентов есть возможность путешествовать по своей стране с целью изучения её культуры и истории. Приоритетное развитие внутреннего туризма в Российской Федерации должно быть реализовано и в молодёжном туризме. Развитие студенческого туризма опирается на существующую инфраструктуру образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования (кампусы, студенческие общежития, столовые, актовые залы, спортивные площадки и др.).

Студенты, принимающих образовательных организаций под руководством профессорско-преподавательского состава учебных заведений могут оказывать экскурсионные услуги с целью ознакомления с природными и культурными ресурсами принимающего региона. Для этого необходимо осуществить разработку базовых и доступных с финансовой точки зрения экскурсионных программ.

Источники информации и методы. В рамках развития внутреннего молодёжного туризма особую роль играет студенческий туризм. Исходя из требований национального стандарта ГОСТ Р 70361-2022 студенческий туризм – это туристские поездки студентов, которые могут предприниматься в течение года или в период студенческих каникул. При этом выделяют как самостоятельные, так и групповые поездки студентов, организуемые образовательными организациями (высшего и среднего профессионального образования) а также студенческими союзами (клубами и др.) и туристскими фирмами [2].

В национальном стандарте ГОСТ Р 70361-2022 указаны цели студенческих туристских поездок, среди которых:

- популяризация внутреннего туризма среди обучающихся (студентов);
- расширение кругозора и повышение культурологических знаний студентов;
- усовершенствование существующей инфраструктуры учебных заведений в части питания, размещения, организации культурного и спортивного досуга студентов;

- изучение возможностей и перспектив трудовой миграции после окончания учебного заведения и подтверждения профориентационного выбора направления обучения [2].

Рекомендуется предоставлять услуги студенческого туризма на территориях и объектах, имеющих необходимые природные и культурные ресурсы, а также потенциал и инфраструктуру для их организации [2].

Крымский полуостров имеет необходимый потенциал, инфраструктуру и ресурсы для организации студенческого туризма, это в полной мере касается двух субъектов Российской Федерации – Республики Крым и города федерального значения Севастополя.

Значимой частью большинства туристских продуктов являются экскурсии, позволяющие ознакомиться как с культурно-историческими, так и природными достопримечательностями посещаемых регионов. В связи с этим тщательной проработки требуют именно экскурсии, которые могут быть предложены студентам-туристам. Экскурсионный метод, характеризующийся наглядностью и моторностью, активно используется в процессе обучения в образовательных учреждениях в России с XVIII века по настоящее время.

Результаты. В данном исследовании рассмотрен проект экскурсии из Симферополя в Севастополь. Экскурсия может быть включена в туристическую поездку студентов, посещающих или планирующих посетить Крым. Эта экскурсионная поездка может быть осуществлена как при групповой поездке, так и индивидуально. Преимуществом экскурсии является то, что она может быть осуществлена общественном транспорте, что делает её достаточно экономичным

вариантом путешествия. При этом нет определённых требований к количеству студентов в группе (от 2 до 20 и более), так как отсутствует необходимость заказа автобуса с определённым количеством мест.

Маршрут и основные объекты показа (демонстрации) проектируемой экскурсии «Легендарный Севастополь»: железнодорожный вокзал Симферополя - железнодорожный вокзал Севастополя – площадь Нахимова – Приморский бульвар – Памятник затопленным кораблям - Артиллерийская бухта – Северная сторона Севастополя – Михайловская батарея (ул. Громова, 35) – автостанция Северной стороны Севастополя.

В экскурсии используются несколько видов общественного транспорта (табл. 1)

Таблица 1

Виды общественного транспорта, используемые в экскурсии «Легендарный Севастополь»

№ /п	Вид транспорта	Маршрут	Время в пути, час	Стоимость проезда, руб.
1.	Электропоезд	Симферополь – Севастополь	1	138
2.	Автобус (троллейбус)	железнодорожный вокзал Севастополя - площадь Нахимова	0,5	30
3.	Паром	Артиллерийская бухта - Северная сторона Севастополя (площадь Захарова)	0,5	30
4.	Междугородний автобус	Северная сторона Севастополя – автостанция курортная Симферополь	2	280
5.	Итого	x	4	478

Таким образом, общая стоимость проезда составит 478 рублей, а продолжительность – 4 часа. Необходимо отметить, что транспортная составляющая экскурсии достаточно гибкая и может быть изменена в связи с обстоятельствами внешнего характера или по желанию туристов. Например,

электropоезд может быть заменён на междугородний автобус, так как железнодорожный вокзал и автостанция «Курортная» находятся в непосредственной близости друг от друга. Паром может быть заменён на катер, который также отправляется от Артиллерийской бухты на Северную сторону Севастополя.

Пешеходная часть экскурсии включает в себя посещение площади Нахимова и Графской пристани, прогулку по Приморскому бульвару по направлению к причалу паррома, переход от автостанции Северная сторона Севастополя (площадь Захарова) до Михайловской батареи (ул. Громова, 35) и обратно.

Стоимость посещения музейного комплекса Михайловская батарея для студентов 300 рублей. Также объект можно посетить по программе Пушкинской карты. Таким образом, общая стоимость экскурсии для студентов составит 500 – 800 руб. и зависит от видов выбранного транспорта и возможности использования Пушкинской карты. Общая продолжительность экскурсии – 8 часов.

Основные экскурсионные объекты города Севастополя, представленные в экскурсии, являются знаковыми для города и в полной мере раскрывают тему обзорной экскурсии «Легендарный Севастополь».

Площадь Нахимова – одна из центральных площадей города Севастополя, получила своё название в честь адмирала Павла Степановича Нахимова, героя Крымской войны 1853 – 1856 гг. и первой обороны Севастополя 1854 – 1855 гг. Именно с этой площади и начинался город Севастополь – появились первые

каменные постройки, была заложена первая улица – Балаклавская дорога. С момента своего появления площадь меняла названия восемь раз – первое название – Екатерининская, так как именно здесь в 1787 году располагался несохранившийся путевой дворец Екатерины II во время её крымского путешествия в 1787 году [4].

Графская пристань – архитектурная доминанта центральной части Севастополя. Изначально была построена как деревянный причал для шлюпок в 1783 напротив дома контр-адмирала Фомы Мекензи, ставшего впоследствии путевым дворцом Екатерины Великой. Современный вид пристань получила в 1844 году и в настоящее время является главной пристанью города [6].

Приморский бульвар появился в 1885 году на месте взорванной французскими войсками во время Крымской войны в 1856 году Николаевской батареи. Современники отмечали, что на месте развалин возник «редкий по красоте бульвар». В каменистой почве плохо приживались растения, но благодаря усилиям жителей Севастополя эта часть города стала парковой зоной, а местные власти по сегодняшний день заботятся о её величии и благоустройстве [5].

Памятник затопленным кораблям – архитектурный символ Севастополя. Монумент установлен в 1905 году как дань памяти затопленным во время первой обороны Севастополя в годы Крымской войны кораблям. Это стратегическое решение российского командования помешало войскам неприятеля войти в Северную бухту и быстро занять город. Было затоплено несколько десятков кораблей [3].

Михайловская батарея - это музейный комплекс Военно-исторического музея фортификационных сооружений, воспроизводящий фортификационное сооружение XIX века. Музей был открыт в 2010 году после реставрации форта, построенного в 1847 году и названного в честь сына императора Николая I Михаила. Изначально в музее были представлены экспонаты из частной коллекции братьев Шереметьевых. В настоящее время в 30 залах музея представлены артефакты и инсталляции, раскрывающие историю Севастополя от момента возникновения Черноморского флота до наших дней, включая события Крымской войны, Октябрьской революции, Гражданской войны и Великой Отечественной войны [1].

Выводы. Таким образом, проектируемая экскурсия «Легендарный Севастополь» позволит студентам, приехавшим в Крым познакомиться с городом-героем Севастополем. Данная экскурсия интересна не только гостям Крыма, но и жителям Республики Крым. Экскурсионный маршрут прошёл апробацию во время учебной практики студентов, обучающихся по направлению Туризм 43.03.02. в Крымском университете культуры, искусств и туризма и используется на регулярной основе с 2018 по 2023 год.

Библиографический список

1. Военно-исторический музей фортификационных сооружений. Михайловская батарея. URL: <https://muzey-sevastopol.com/> (дата обращения: 10.10.2023).
2. ГОСТ Р 70361-2022 Туризм и сопутствующие услуги. Студенческий туризм. Общие требования. URL: <https://gostassistant.ru/doc/40cf79c5-eb07-45ab-b9d4-bf88b0c039fc#> (дата обращения: 10.10.2023).
3. О Севастополе. Все про Севастополь. URL: <https://osevastopole.ru/pamyatniki/zatoplennym-korablyam/>(дата обращения: 10.10.2023).

4. Площадь Нахимова – как зеркало истории Севастополя URL: <https://crimeahistor.livejournal.com/5081.html> (дата обращения: 10.10.2023).
5. Приморский бульвар: связь времён URL: <https://sevastopolkrymstihi.blogspot.com/2015/07/2.html> (дата обращения: 10.10.2023).
6. Управление архивным делом в городе Севастополе – ГКУ «Архив города Севастополя» URL: <https://sevarchiv.ru/grafskaya-pristan> (дата обращения: 10.10.2023).
7. Расписание электричек URL: <https://crimea.tutu.ru/> (дата обращения: 10.10.2023).

DEVELOPMENT OF AN EXCURSION ROUTE “LEGENDARY SEVASTOPOL” IN THE FIELD OF STUDENT TOURISM

Е.А. Tropina^a

^aCrimean University of Culture, Art and Tourism,

Simferopol, Russia, e-mail: tropina-e@bk.ru

Annotation: The article presents a draft excursion route for students. The main provisions of the national standard of the Russian Federation in the field of student tourism are analyzed. The objective of this study is to develop an economical and accessible excursion route for students visiting Crimea. In the process of research, an excursion method was used, which is based on clarity (step-by-step display of excursion objects revealing the topic) and motority (movement from one excursion object to another along a pre-designed route). The cost of the excursion trip has been calculated. The route was tested during students' educational practice.

Keywords: student tourism, youth tourism, domestic tourism, excursion route, excursion, display objects

РАЗВИТИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

С.К. Удалых^а

^аИркутское региональное отделение Российской академии естественных наук,

г.Иркутск

г.Иркутск, Россия, E-mail:ysk2.irk@yandex.ru

Аннотация: рассматриваются понятие, роль и значение круизного туризма. Исследуются состояние, особенности и перспективы развития круизного туризма на Байкальской природной территории. Вносятся авторские предложения по созданию инфраструктуры и водного флота на озере Байкал; предлагается организационно-управленческая структура в форме крупной государственной Байкальской туристской компании.

Ключевые слова: развитие туризма; круизный туризм; государственная поддержка; государственная программа; озеро Байкал; Байкальская туристская компания; инфраструктура; круизный флот; экология.

Введение. Туристская индустрия является одной из ведущих отраслей национальной экономики. Эта индустрия умножает направления путешествий и формирует новые виды туризма [4]. К действующим в стране турпродуктам в последнее время добавляется круизный туризм, который развивается ускоренными темпами. Круизный туризм вносит значительный вклад в экономику, создавая мультипликативный эффект, придает импульс развития многим отраслям.

«Круиз» — это комплексный туристский продукт, включающий перевозку пассажиров по заранее согласованному туристскому маршруту по

морским и внутренним водным путям. Круизы подразделяются на классические (не требующие специальной подготовки туристов) и экспедиционные (требующие определенного уровня физической подготовки туристов, наличия экипировки, обязательного инструктажа и пр.). Общим для круизов является предоставление большого спектра услуг (размещение, питание, экскурсионное обслуживание, услуги учреждений культуры и обеспечение туристскими товарами на берегу во время стоянок судна, дополнительные услуги на борту). В состав круизного турпродукта могут входить еще услуги, которые включают предоставление авиа-или железнодорожных билетов до места посадки и высадки, трансфер от аэропорта или железнодорожного вокзала до порта и обратно, дополнительную экскурсионную программу до или после круиза, страховые услуги, визовую поддержку и др.[1].

На Байкальской природной территории (БПТ), включающей Иркутскую область и Республику Бурятия, круизный туризм является одним из самых перспективных направлений путешествий. Уникальными местами этого туризма являются озеро Байкал и ближайшие к нему водохранилища и реки. Водные пассажирские перевозки на БПТ, в т.ч. по Байкалу существуют несколько десятилетий. В 50-70-е годы основными пассажирскими судами были большие корабли «Москва», «Иркутск» и «Иван Бабушкин». В следующие десятилетия перевозки туристов по Иркутскому водохранилищу и Байкалу осуществляли быстроходные суда «Ракета» и «Восход»; позже к ним добавились суда-катамараны типа «Заря» и более мощные быстроходные суда «Метеор», «Комета» и «Баргузин». Большая часть из этих судов к настоящему

времени физически устарела и снята с рейсов. Можно утверждать, что пассажирское судоходство на Байкале резко сократилось.

В последние годы государство предпринимало не очень успешные меры по возрождению пассажирского судоходства на Байкале и других водоемах БПТ. Так, в 2017 г. правительства России, Иркутской области и Республики Бурятия разработали план мероприятий по развитию водного туризма, среди них – запуск современных круизных лайнеров на Байкале. При этом планировалось, что вместимость судов будет от 20 до 100 человек и будут построены на Байкале порты для теплоходов и яхт. Все работы по развитию байкальского водного туризма должны были завершиться к 2020 г., однако указанный план в утвержденные сроки не был выполнен.

Результаты исследования.

1. В настоящее время в стране создались условия для развития в регионах круизного туризма: туриндустрия получает существенную финансовую поддержку от государства; развивается гражданское судостроение; строятся новые и модернизируются действующие причалы; улучшается техническое обслуживание теплоходов; проводятся береговое укрепление и дноуглубительные работы; создаются места для «зимовки» водного транспорта; совершенствуется подготовка специалистов для круизного туризма. Президент РФ В.В.Путин подписал ряд поручений Правительству РФ о развитии в стране судостроения и судоходства, о разработке и реализации долгосрочного плана («дорожной карты») развития в стране круизного туризма и о подготовке отдельной программы развития круизного и пассажирского судоходства на озере Байкал

на период до 2035 г. с учетом совершенствования объектов инфраструктуры портов и причалов, обеспечения соблюдения экологических требований [2].

2.С позиций достижений мировой круизной практики на озере Байкал и его окружающих водоемах современный круизный туризм почти отсутствует. Более точно можно констатировать то, что небольшие и маломощные круизные пути проложены пока только в западной акватории Байкала; в восточной же части озера, т.е. в Бурятии нормальных круизных туров пока нет. Организацией туров по Байкалу занимаются местные предприниматели. Для этого используются частные маломерные суда и яхты, которые не могут выполнять все функции круизного туризма. Водный флот представлен в основном катерами типа «Ярославец» (вместимость 12-15 пассажиров), которые даже после модернизации не подходят для классических круизов, не соответствуют требованиям комфортности, безопасности и экологии. Отдельными туроператорами используются чуть более вместительные суда (от 25 до 45 пассажиров без размещения всех на ночь), которые совершают в последние летние сезоны прогулочные или более длительные и несколько содержательные байкальские круизы: это теплоходы «Валерия», «Империя», «Атлант», «Николай Ерощенко», «Иван Бабушкин», «Александр Вампилов» и др. Кроме относительно небольшой вместимости этих поименованных судов особенностью байкальских круизов являются чрезмерно высокие цены за путешествия.

3.Организация современной береговой инфраструктуры судоходства имеет большое значение для успешных водных путешествий. Эта байкальская инфраструктура на сегодняшний день представлена сооружениями «советского

наследия» и поэтому уже оценивается как крайне слаборазвитая. Такая ситуация связана с бытовавшим в стране ранее общим недостаточным отношением к гражданскому судоходству и судостроению. Береговое хозяйство для гражданского речного и озерного флота, в т.ч. и для Байкала формировалось не системно, не полностью и без применения передовых технологий. Многие годы причалы, которые функционируют в акватории озера Байкал, не обслуживались должным образом и находятся в ненормативном эксплуатационном состоянии. В итоге положение является таким, что на Байкале до сих пор почти нет подходящих причальных сооружений, способных принимать большие суда; это сдерживает развитие водного туризма и пассажирских перевозок. Как исключение, можно отметить причалы для швартовки в поселках Усть-Баргузин, Листвянка и Нижнеангарск, но это относительно давно построенные и не приспособленные места для круизных судов.

Авторские выводы и предложения.

1. По мнению ряда иркутских и бурятских экспертов в сфере туризма, для успешного развития байкальских круизных маршрутов необходима государственная программа с единым пониманием целей, задач, содержания и единым подходом к организации круизного дела. Это требуется для того, чтобы туроператоры, судовладельцы и судоходцы могли разрабатывать и эффективно реализовывать логистику передвижения по Байкалу. Такое понимание и подход местных специалистов полностью соответствуют государственной политике создания на Байкале программы развития круизного и пассажирского судоходства до 2035 г. В указанной государственной программе, по нашему

мнению, в первую очередь необходимо выделить четыре главнейших «блока» проблем: открытие государственной организационно-управленческой структуры, создание мощного круизного флота, построение комплексной инфраструктуры и реализация экологических мер по охране озера Байкал.

2. Для начального периода реализации Государственной программы развития байкальского круизного туризма необходим инновационный подход, предусматривающий прямое участие в этом сложном и многогранном процессе крупной государственной управленческой структуры, например, организации под условным пока названием «Байкальская туристская компания» (БТК). Учредителями ее лучше всего должны стать государственная корпорация «Туризм.РФ» и государственный банк ВЭБ, которые уже направили существенные инвестиции и будут далее вкладывать ощутимые средства в развитие комплексной туристской индустрии на БПТ.

БТК — это должна быть крупная инновационная бизнес-экосистема. Статус БТК – государственная корпорация с участием частного капитала. В состав БТК как экосистемы могут войти: туристские базы, гостиницы, выставочные центры, транспорт (автомобильный, озерный и речной транспорт), объекты питания, реклама и др. В состав БТК также рекомендуется включить особые экономические зоны туристско-рекреационного типа: «Ворота Байкала» (Иркутская область) и «Байкальская гавань» (Республика Бурятия). Для образования и первоначального функционирования БТК необходима большая инвестиционная и организационно-распорядительная помощь и содействие со стороны государства и регионов Байкальской природной территории. В первую

очередь требуется решение Правительства РФ о создании компании, ее статусе и о порядке организации, выделение государственных инвестиций и решение вопросов участия частного капитала. БТК – это потенциально крупная компания, рассчитанная на использование туристами России и всего мира богатейших природных, исторических и культурных объектов. К своей деятельности, в т.ч. в области развития круизного туризма БТК должна также привлекать на условиях «субподряда» туристский малый бизнес.

3. Для организации современного круизного туризма на огромной акватории Байкала необходимы новые большие теплоходы, которые может получить вышеуказанная БТК. Местный же частный бизнес не в состоянии вложиться в этот дорогой вид туризма. По мнению специалистов, чтобы построить или приобрести судно вместимостью, например, 50-70 пассажиров необходимо, как минимум, 150 млн. рублей; окупятся такие затраты через 10-15 лет. Имеются определенные ближайшие перспективы оснащения байкальской акватории современными круизными судами. Правительство РФ утвердило «запуск» крупнейшего инвестиционного проекта с использованием средств Фонда национального благосостояния (ФНБ) по обновлению гражданского водного транспорта. Этот инвестпроект предусматривает строительство в 2023-2027 гг. 73 пассажирских судов, из которых 3-4 корабля, по нашему мнению, должна получить байкальская водная акватория [3]. По государственной программе льготного лизинга гражданских судов водного транспорта приобретение и поставка в ряд регионов, в т.ч. на Байкал новых круизных кораблей будет осуществлено за счет средств ФНБ и федерального бюджета.

За многие годы накоплен большой отечественный опыт дальней доставки готовых пассажирских судов или строительства-сборки их на месте для плавания по озеру Байкал и окружающих его водоемах. Так, например, в последние два года на Байкал были доставлены судно на воздушной подушке «Бирюса» (вместимость 36 пассажиров, построено в Ленинградской области) и отдельные основные секции и части двух судов к месту сборки в Иркутске (вместимость 148 пассажиров, изготовлены в Ярославской области).

4. Важной проблемой для развития круизного туризма на Байкале является скорейшее создание соответствующей инфраструктуры. Рекомендуется изыскательская работа по выбору мест выходов туристов на берега озера в период круизов для ознакомления с окружающей природой. На основе результатов выбора необходимо проектирование и возведение береговой инфраструктуры, в т.ч. остановочных пунктов, портов, причалов, мест отдыха, туалетов, смотровых площадок, туристских троп, информационных стендов и др. В виде примера, могут быть предложены следующие круизные маршруты: Большое кольцо (Иркутск-вокруг Байкала-Иркутск); 1-е Малое кольцо (Листвянка-вокруг Байкала-Листвянка); 2-е Малое кольцо (Листвянка-вокруг Малого Моря-Листвянка); Кольцо вокруг Иркутского водохранилища (Иркутск-Листвянка-Иркутск); Кольцо вокруг Братского водохранилища (Иркутск-Братск-Иркутск) и др. Современные порты и причалы необходимы как для безопасности туристов, так и для технического и материального обслуживания теплоходов.

5. Предлагается тесно увязывать развитие байкальского круизного туризма с проблемами экологии территории. В целях усиления охраны окружающей среды

и не допущения загрязнения озера необходимо ускорение ввода в строй специальных судов, занимающихся очисткой вод. На акватории озера в настоящее время эксплуатируется до 2500 плавсредств, большинство из которых свои отходы сливают в воду. На цели строительства первого современного экологического судна выделено из бюджета страны 500 млн. рублей. Также требуется строительство нескольких очистных сооружений как на западной, так и на восточной сторонах озера.

Заключение. Озеро Байкал и водоемы БПТ имеют реальные шансы занять лидирующие позиции в сфере круизного туризма. Для этого необходимо обеспечение водоемов современным флотом, создание комплексной береговой инфраструктуры, развитие маршрутной сети. Успешное развитие круизного туризма на байкальской водной акватории будет происходить при существенной государственной поддержке.

Библиографический список

1. Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации на период до 2024 года : распоряжение Правительства РФ от 28.01.2022 г. № 117-р. URL:<http://static.government.ru/media/files/uXXZ3AvF4jE0Zq3f7xVCP9gL9RjBfaRH.pdf> (дата обращения: 20.09.2023).
2. Поручения Президента РФ В.В. Путина по итогам Совещания по развитию речного судоходства 20.06.2023 г. URL:<http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/71873> (дата обращения: 20.09.2023).
3. Совещание по развитию речного судоходства 20 июня 2023 г. URL:<http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/71467> (дата обращения: 20.09.2023).
4. Стратегия развития туризма в России на период до 2035 года : распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р. URL:<http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 20.09.2023).

S.K. Udalykh^a

^aIrkutsk Regional Office Russian Academy of Natural Sciences, Irkutsk

Irkutsk, Russia, E-mail:ysk2.irk@yandex.ru

Annotation: The concept, role and significance of cruise tourism are considered. The state, features and prospects of cruise tourism development in the Baikal natural territory are investigated. The author's proposals for the creation of infrastructure and a water fleet on Lake Baikal are made; an organizational and managerial structure in the form of a large state-owned Baikal tourist company is proposed.

Keywords: tourism development; cruise tourism; state support; state program; Lake Baikal; Baikal Tourism Company; infrastructure; cruise fleet; ecology.

**НАУЧНО-ЭКСПЕДИЦИОННЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ
РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУРМАНСКОЙ
ОБЛАСТИ**

Е.В.Федорова^а , А.А.Фомин^б

*^а Ленинградский государственный университет имени А.С.Пушкина, г.Санкт-
Петербург*

*^б Ленинградский государственный университет имени А.С.Пушкина, г.Санкт-
Петербург*

Санкт-Петербург, Россия, e-mail: elisaveta.feodorowa@yandex.ru

Аннотация: В данной статье рассматривается научно-экспедиционный туризм как одно из приоритетных направлений развития туризма в Мурманской области. Авторы анализируют особенности и перспективы данного вида туризма, а также его влияние на региональное развитие. В работе представлены результаты исследования туристского потенциала Мурманской области, включая изучение факторов привлекательности и определение основных целевых групп туристов. Авторы также предлагают подходы для эффективного развития научно-экспедиционного туризма в регионе, учитывая его уникальные природные, культурные и научные особенности. Ключевые слова: научно-экспедиционный туризм; региональное развитие; туристский потенциал; Мурманская область

Научно-экспедиционный туризм является активно развивающимся направлением в современном туризме, однако в научной литературе ему уделяется недостаточно внимания. Это создает определенные проблемы для развития данного направления, поскольку отсутствие научных статей и

исследований затрудняет обмен опытом, разработку новых маршрутов и стратегий, а также оценку эффективности и возможных рисков. Несмотря на растущий интерес к научно-экспедиционному туризму со стороны туристов и ученых, научных статей, посвященных данной тематике, до сих пор недостаточно.

Научно-экспедиционный туризм в регионах Северо-Запада предполагает участие туристов в научно-исследовательских экспедициях в этом регионе. Этот вид туризма включает в себя проведение научных исследований, экспедиций, экспериментов и других мероприятий, связанных с изучением природы, культуры и истории региона [2]. Особенности и перспективы туризма на северо-западе связаны с уникальными природными, культурными и историческими ресурсами региона. Здесь можно найти множество интересных мест для посещения, таких как музеи, сейды, озера и горы. Развитие научно-исследовательского туризма может помочь привлечь больше туристов и улучшить инфраструктуру региона. Также это может способствовать сохранению исторического наследия и созданию новых рабочих мест.

Мурманская область, один из стратегических регионов России, охватывает обширную территорию на северо-западе Европейской части страны, начиная от континентальной части на юго-западе до Кольского полуострова за Полярным кругом на севере. Регион включает многочисленные острова в Баренцевом и Белом морях и граничит с Финляндией и Норвегией на северо-западе, а также с Республикой Карелией на юго-западе [5].

В ряде научных публикаций освещаются аспекты туристско-рекреационного потенциала Мурманской области. Регион характеризуется богатым историко-культурным и природным наследием, которое оказывает влияние на его туристско-рекреационный потенциал. В последние годы наблюдается активное формирование туристского бренда Мурманской области и арктического региона в целом. Отмечается тенденция роста числа туристов, посещающих регионы Арктической зоны Российской Федерации [3, с. 194].

Туризм на европейском Севере исследован в относительно небольшом объеме, что подчеркивает значимость и актуальность рассматриваемой научной статьи. Теоретический аспект изучения данного региона также обусловлен уникальностью горных ландшафтов Хибин и Ловозерских тундр, которые представляют собой территорию с ярко выраженной высотной поясностью и особенностями ландшафтов, образованных на ледниковых отложениях [3, с. 193]. Кольский полуостров является ареной активной хозяйственной деятельности человека, при этом ресурсная значимость региона возрастает в последние годы в связи с близостью к экономическому центру страны и доступом к Северному морскому пути.

Мурманская область наделена не только естественными ресурсами, но и значительным историко-культурным достоянием, представляющим собой ценное богатство. Это достояние сыграло значительную роль в процессе исторического развития России и в формировании образа северных этносов, их традиций и образа жизни. Согласно данным официального реестра объектов культурного наследия, в регионе насчитывается более 500 культурных и

исторических памятников, из которых 157 имеют статус объектов культурного наследия регионального значения, и еще 16 памятников относятся к объектам федерального значения. В качестве примеров, способствующих популяризации историко-культурного наследия данного региона, можно привести поморское поселение Умба, музей «Тоня Тетрина», этнодеревня саамов в поселке Ловозеро, минералы Хибинско-Ловозерской щелочной провинции, горнолыжные склоны Кировска, заповедники и национальные парки Севера, Кольская сверхглубокая скважина, поморское село Териберка, северные олени, круизы на Северный полюс, аметистовый берег мыса Корабль, «беломорские рогульки» села Оленица и ряд других [3; 5].

Научно-экспедиционный туризм представляет собой особый вид путешествий, основанный на посещении территорий, практически не тронутых человеческой деятельностью и обладающих уникальными природными особенностями. Эти регионы характеризуются экстремальными природными условиями, возможностью возникновения неожиданных ситуаций, наличием дикой флоры и фауны, а также изменчивостью погоды. Такой вид туризма требует от его участников способности быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, принимать оперативные решения и преодолевать возникающие трудности [2].

Научной основой для разработки экспедиционных туристских маршрутов является четкое определение целей путешествия, которые могут быть самыми разнообразными и зависеть от специфики данного вида активности. Научные цели определяются субъектами научно-образовательного процесса, и могут

включать: идентификацию, подтверждение, описание, определение, изучение, открытие и тестирование объектов научного исследования [2; 4].

Научно-экспедиционный туризм в северных регионах страны имеет свои особенности. Во-первых, это экстремальные климатические условия, которые требуют от туристов соответствующей подготовки и снаряжения. Во-вторых, это удаленность от основных транспортных магистралей и населенных пунктов, что делает этот вид туризма труднодоступным для большинства людей. В-третьих, это наличие уникальных природных объектов, таких как северное сияние, ледники, горные хребты и арктические пустыни, которые привлекают туристов со всего мира. Кроме того, в северных регионах России можно наблюдать уникальную флору и фауну, а также познакомиться с культурой и бытом коренных народов Севера [1, с. 269–270].

Мурманская область обладает огромным потенциалом для развития научного туризма, что связано с рядом уникальных географических и климатических особенностей данного региона. Область расположена на побережье Северного Ледовитого океана, что делает ее идеальным местом для изучения арктической флоры и фауны, а также для проведения научных исследований в этой области. Кроме того, область находится за Полярным кругом, что создает уникальные условия для наблюдения за таким природным явлением, как северное сияние, и другими феноменами, характерными для арктического климата [5]. Также Мурманская область богата историческими и культурными достопримечательностями, связанными с историей освоения и

изучения Арктики, что делает этот регион особенно привлекательным для туристов, интересующихся данной тематикой.

Одним из наиболее популярных направлений научно-экспедиционного туризма в Мурманской области является участие в научных исследованиях в области геологии и климатологии. Туристы имеют возможность не только наблюдать за работой ученых, но и принимать непосредственное участие в исследованиях. Например, они могут помогать в сборе геологических образцов, проведении метеорологических наблюдений и других научных экспериментах.

Еще одним популярным направлением научно-экспедиционного туризма является изучение арктической флоры и фауны. В Мурманской области можно встретить множество видов растений и животных, которые приспособились к жизни в суровых арктических условиях. Туристы могут принять участие в экологических проектах по изучению и сохранению этих уникальных видов [3, с. 215].

Туризм научно-экспедиционного характера существенно способствует развитию туристской сферы в Мурманской области. Он привлекает внимание научного сообщества к региону, что потенциально может увеличить финансирование научных исследований и способствовать развитию инфраструктуры. Такой вид туризма стимулирует развитие приключенческого и экотуризма, что в свою очередь ведет к созданию дополнительных рабочих мест и увеличению прибыли от туристической отрасли. Проведение научных экспедиций и исследовательских работ способствует сохранению и охране

природных и культурно-исторических ресурсов региона, являясь важным фактором для долгосрочного и устойчивого развития туризма [2; 4].

Значимым направлением в развитии научно-исследовательского туризма представляется расширение спектра научных экспедиций и проектов, в которых смогут принять участие туристы. К примеру, это могут быть геологические экспедиции, метеорологические исследования, изучение флоры и фауны, а также прочие научные изыскания. Важным аспектом является и развитие инфраструктуры для научно-исследовательского туризма, включающее создание специализированных туристских объектов (баз, центров), обеспечение доступа к научному оборудованию и лабораториям, а также разработку образовательных программ и обучающих курсов для путешественников [5].

Научно-экспедиционный туризм играет важную роль в развитии туризма в Мурманской области. Этот вид туризма предлагает туристам возможность участвовать в научных экспедициях и исследованиях, изучать уникальную природу и историю региона, а также вносить свой вклад в сохранение окружающей среды. Развитие научно-экспедиционного туризма помогает привлечь инвестиции в регион, создавать новые рабочие места и улучшать инфраструктуру. Кроме того, этот вид туризма способствует развитию образования и научных исследований, что может привести к развитию других отраслей экономики.

Библиографический список

1. Кострюкова О.Н. Стратегический потенциал развития туристско-рекреационной сферы региона: проблемы и направления изучения / Кострюкова О.Н. // Проблемы современной экономики, 2011. № 3(39). С.268-273.
2. Коньшев Е.В. Развитие научно-экспедиционного туризма на плато Путорана / Коньшев Е.В. Герасимов С.В. // Ученые записки Крымского Федерального университета имени В.И.Вернадского, 2021. №2. URL: sn-geography.cfuv.ru (дата обращения: 01.10.2023)
3. Севастьянов Д. В. Приграничное рекреационное природопользование в Северо-Западном регионе РФ как фактор устойчивого территориального развития. / Севастьянов Д. В., Коростелев Е. М., Мулява О. Д., Шитова Л. Ф., Колпаерт А., Лахтиньяки М. // Вестник СПбГУ, 2013. Вып. 2. С.191-218.
4. Трофимов Е.Н. Научно-экспедиционный туризм – современное средство изучения и освоения культурного и природного наследия / Трофимов Е.Н. // Вестник РМАТ, 2015. №1. URL: https://www.rmat.ru/wyswyg/file/about/vestnik/2015/1_2015.pdf?ysclid=lnipoj1mdm993315479 (дата обращения: 15.10.2023)
5. Официальный туристический портал Мурманской области. Блог путешественников по Мурманской области. URL: <https://murmansk.travel/> (дата обращения: 20.10.2023)

SCIENTIFIC EXPEDITION TOURISM AS A PRIORITY DIRECTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE MURMANSK REGION

E.V.Fedorova^a, A.A.Fomin^b

^a A.S.Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg

^b A.S.Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg

Saint Petersburg, Russia, e-mail: elisaveta.feodorowa@yandex.ru

Annotation: This article considers scientific expedition tourism as one of the priority directions of tourism development in the Murmansk region. The authors analyze the features and prospects of this type of tourism, as well as its impact on regional development. The paper presents the results of a study of the tourism potential of the Murmansk region, including the study of attractiveness factors and the identification of the main target groups of tourists. The authors also propose approaches for the effective development of scientific expedition tourism in the region, taking into account its unique natural, cultural and scientific features.

Keywords: scientific expedition tourism; regional development; tourism potential; Murmansk region

УДК: 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Б.М. Эйдельман^а, Л.Р.Фахрутдинова^б, Р.Г. Бодров^в

^аКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

^бКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

^вКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: flower007@list.ru

Аннотация: В данной статье рассмотрены тенденции развития внутреннего туризма в Республике Татарстан в настоящее время. Раскрыты разнообразные причины внешнего и внутреннего характера, влияющие на функционирование индустрии туризма и гостеприимства в Татарстане. Выявлен целый ряд проблем, препятствующих ускоренному развитию внутреннего туризма в Республике Татарстан, и предложены определенные меры по их скорейшему решению.

Ключевые слова: внутренний туризм, индустрия туризма и гостеприимства, объект всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, туристическая дестинация.

За последние годы в Российской Федерации созданы хорошие условия для активного роста внутреннего туризма. Наметилась устойчивая тенденция развития индустрии туризма, ориентированной на путешествия по нашей стране, отчетливо проявившаяся в последние годы. В ее основе лежит множество причин внешнего и внутреннего характера.

К внешним причинам относятся:

- пандемия коронавируса 2020-2021 годов, способствовавшая закрытию туристических зон во многих странах мира на довольно длительный период времени;

- антироссийские санкции, препятствующие выезду граждан нашей страны за рубеж или сильно затрудняющие их пребывание во многих странах мира;

- резкие колебания валютного курса, приводящие к существенному удорожанию туристических продуктов, затрудняющие покупки импортных товаров и др.

Среди причин внутреннего характера можно выделить;

- рост патриотических настроений российских граждан и их стремление больше узнать о собственной стране;

- формирование большого числа привлекательных туристских дестинаций в различных регионах Российской Федерации;

- систематическая деятельность органов государственного и муниципального управления различных субъектов нашей страны по повышению туристско-рекреационной и инвестиционной привлекательности соответствующих регионов;

- решение многочисленных социально-экономических проблем российских регионов, таких как дефицит бюджетов муниципальных образований, сильное устаревание инфраструктурных объектов и возможностей их выхода из строя в любой момент времени, рост безработицы, недостаток рабочих мест, низкая заработная плата и т.д. посредством активного развития внутреннего туризма в различных уголках нашей страны.

К числу регионов лидеров по развитию внутреннего туризма с полным основанием можно отнести Республику Татарстан. Особенно наглядно все это проявилось в последние годы. В 2019 году число туристов, побывавших в Республике, достигло рекордных 3.6 млн. человек. Пандемия коронавируса, разразившаяся в 2020-2021 годах по всему миру, снизила этот показатель почти в два раза. Однако уже в 2022 году количество туристов вновь возросло до 3,9 млн. человек, а в текущем 2023 году их число может достигнуть 4 млн. человек. [1].

Следует подчеркнуть, что только за первые девять месяцев 2023 года объем оказанных туристических, санаторно-оздоровительных и гостиничных услуг превысил 22 млрд. рублей, что почти на 27% превышает соответствующие показатели 2022 года.

С января по май 2023 года Республика Татарстан вышла на шестое место по общему объёму туристического потока (около 1.5 млн. человек), уступая по этому показателю в Российской Федерации только Москве (более 7 млн. туристов), Московской области (6.7 млн. человек), Краснодарскому Краю (5.7 млн. человек), Ленинградской области (около 5 млн. человек) и Санкт-Петербургу (более 3.5 млн человек).

При этом Татарстан с большим отрывом лидирует по общему объёму туристического потока в Приволжском Федеральном Округе. Находящихся соответственно на втором и третьем местах Нижегородскую область и Республику Башкортостан посетили за тот же период времени менее 900 тыс. человек.[2].

Все приведенные выше показатели убедительно свидетельствуют о том, что индустрия туризма и гостеприимства в Республике Татарстан активно развивается, существенно повышая валовой внутренний продукт, и играя все более важную роль в ее народнохозяйственном комплексе.

За последние годы не только в Казани, но и на территории всей Республики построено большое число высококачественных инфраструктурных объектов, отремонтированы старые и созданы новые транспортные коммуникации, организованы привлекательные для местного населения и гостей нашего региона туристические дестинации.

Очень приятно, что несмотря на сложную политическую обстановку, в которой оказалась в настоящее время Российская Федерация, в Республике Татарстан осенью 2023 года появился новый объект всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Как известно на территории Российской Федерации до настоящего времени находилось 30 объектов ЮНЕСКО. Среди них три расположено на территории Республики Татарстан:

- Историко-архитектурный комплекс Казанского Кремля (включен в число объектов ЮНЕСКО в 2000 году);
- Булгарский историко-археологический комплекс (включен в число объектов ЮНЕСКО в 2014 году);
- Успенский собор и монастырь острова-града Свияжск (включен в число объектов ЮНЕСКО в 2017 году).

В сентябре 2023 года к ним прибавился 31 объект. Это астрономическая обсерватория Казанского Федерального Университета (КФУ), куда входят обсерватория КФУ, расположенная рядом с главным зданием университета и обсерватория им. В.П. Энгельгардта, находящаяся в пригороде Казани возле железнодорожной станции Обсерватория.

В ближайшее время существенным импульсом для развития внутреннего туризма в Республике Татарстан помимо организации различных спортивных соревнований станет проведения осенью 2024 года Саммита БРИКС. Это очень крупное международное политическое мероприятие будет способствовать приезду в Татарстан большого числа гостей из более, чем 40 крупных и густонаселенных стран мира, таких как, например, Китайская Народная Республика, Индия, Бразилия, Аргентина, Пакистан, Саудовская Аравия, Индонезия и многих других.

Вместе с тем нельзя не отметить, что для ускоренного развития внутреннего туризма в Республике Татарстан необходимо решить целый ряд проблем, оказывающих негативное влияние на этот процесс. Рассмотрим подробнее некоторые из них.

1. Нехватка номерного фонда по всей Республике и особенно в городе Казани. Несмотря на строительство в последнее время большого числа гостиниц различного уровня комфортности пока невозможно удовлетворить всех гостей, приезжающих в наш регион достаточным количеством мест размещения. Поэтому, необходимо принять на законодательном уровне Программу развития гостиничного хозяйства в Республике Татарстан на ближайшие 10 лет. Эта

программа должна быть полностью обеспечена финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами.

2.Несоответствие растущим потребностям количества и качества транспортных коммуникаций на территории Республики Татарстан. При этом необходимо как повсеместное развитие сети автомобильных дорог, предусматривающее завершение строительства скоростной автодороги Москва – Казань в 2024 году, так и расширение возможностей железнодорожного сообщения, включающее реализацию проекта создания высокоскоростной железнодорожной магистрали Казань – Москва к 2030 году.

Большое внимание должно быть уделено развитию водного транспорта и в этом случае особенно важно существенно увеличить количество судов, используемых для туристических целей. Необходимо в кратчайшие сроки наладить регулярные поездки с экскурсионными целями по реке Казанке и системе озер Кабан: Нижнему, Среднему и Верхнему.

3.Неравномерное размещение туристических дестинаций по территории Татарстана. Большинство из них размещено в городе Казани и его пригородах. В ближайшие годы следует активно создавать привлекательные для населения туристические зоны по территории всей Республики. В качестве примеров таких зон можно назвать родник в Красном Ключе (пригород Нижнекамска) или благоустройство набережной реки Вятки в Мамадыше и т.д.

Однако нельзя не признать, что для существенного увеличения туристического потока по всей территории Республики этого явно недостаточно. Количество рекреационных зон, для отдыха местного населения, гостей из

соседних регионов Российской Федерации и зарубежных туристов должно быть значительно увеличено.

Реализация указанных проблем будет способствовать дальнейшему росту внутреннего туризма, формированию позитивного имиджа Республики Татарстан как одной из важнейших туристических зон Российской Федерации, а также существенному повышению туристско-рекреационной и инвестиционной привлекательности региона.

Библиографический список

1. Государственный Комитет Республики Татарстан по туризму. Итоги работы за 2022 год. URL: <https://tourism.tatarstan.ru/> (дата обращения 23.10.2023)
2. Республика Татарстан. Туризм в цифрах. URL: <https://www.nbcrs.org/regions/respublika-tatarstan/statistics/> (дата обращения 23.10.2023)

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN IN MODERN CONDITIONS

B.M. Eidelman^a, L.R.Fakhrutdinova^b, R.G. Bodrov^c

^aKazan (Volga region) Federal University, Kazan

^bKazan (Volga region) Federal University, Kazan

^cKazan (Volga region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: flower007@list.ru

Annotation: This article discusses the trends in the development of domestic tourism in the Republic of Tatarstan at the present time. Various external and internal reasons affecting the functioning of the tourism and hospitality industry in

Tatarstan are revealed. A number of problems hindering the accelerated development of domestic tourism in the Republic of Tatarstan have been identified, and certain measures have been proposed to solve them as soon as possible.

Keywords: domestic tourism, tourism and hospitality industry, UNESCO World Cultural Heritage site, tourist destination.

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Л.Р. Юсупова^а

*^аЦентр перспективных экономических исследований Академии наук Республики
Татарстан г.Казань,*

Казань, Россия, e-mail: usupovalilia3@gmail.com

Аннотация: В данной статье рассматривается перспективное развитие внутреннего туризма в Российской Федерации и особое внимание уделяется туристической привлекательности и потенциалу Республики Татарстан. Регион занимает лидирующие позиции в Национальном туристическом рейтинге благодаря уникальным природным, культурным и историческим достопримечательностям на своей территории. Развитие туризма также способствовало созданию современной инфраструктуры в рамках подготовки к Универсиаде 2013. Особое внимание уделяется развитию событийного и экотуризма, включая развитие глэмпингов на территории региона. Ключевые слова: Внутренний туризм; туристическая привлекательность; туристический потенциал.

В настоящее время внутренний туризм является динамичным и перспективным направлением экономического развития Российской Федерации.

Республика Татарстан занимает одно из лидирующих положений по туристической привлекательности среди регионов Российской Федерации, об этом свидетельствуют результаты ежегодного Национального туристического рейтинга, который посвящен туристической привлекательности регионов РФ, их туристическому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов [2]. По итогам данного рейтинга Республика

Татарстан занимает 8-9-е места и располагается после Москвы и ее области, Санкт-Петербурга, регионов с доступом к морю или оз. Байкал, опережая другие субъекты Российской Федерации.

Республика Татарстан обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, на ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального, культурного и исторического наследия, в числе которых объекты всемирного наследия ЮНЕСКО. На территории региона проходят важные экономические, спортивные и культурные события, где особое место принадлежит столице республики – г. Казани. Во многих муниципальных районах и городских округах республики также представлен широкий спектр объектов, перспективных, с точки зрения туристского интереса.

Существенным преимуществом туристического сектора Республики Татарстан является наличие современной и развитой инфраструктуры, построенной в рамках подготовки к Универсиаде 2013. Это способствовало дальнейшему развитию отдельного направления – событийного туризма. Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 году, Чемпионат мира по футболу 2018 года, WorldSkills 2019, Международный форум Исламский мир: KazanSummit 2022 повысили привлекательность туристско-рекреационного комплекса республики не только для событийного туризма, но и для других видов туризма.

Для того чтобы не ставить акцент на развитии туристского потенциала только столицы, в регионе начали развивать и другие исторические центры. В

2014 году велась активная работа по продвижению древнего города Булгара и острова-града Свияжска. Огромное значение для увеличения турпотока в Булгар имело включение его в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Развитие историко-культурного туризма на данных территориях происходило через активизацию событийного: в августе 2014 года проведен Первый всероссийский фестиваль исторической реконструкции «Великий Булгар», который посетило более 14 тысяч гостей из 12 регионов Российской Федерации. По итогам Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» фестиваль «Великий Булгар» был признан лучшим проектом исторической направленности в России. А главным мероприятием для туристов, посетивших Свияжск, стал фестиваль «Свияжская Масленица», который посетило более 2 тысяч гостей из 8 регионов России.

На сегодняшний день стоит задача повысить туристическую привлекательность не только крупных известных туристских центров, но и малых городов, в числе которых г. Елабуга, г. Мамадыш, г. Лаишево, г. Чистополь, г. Тетюши. Территория каждого из описанных городов имеет уникальный потенциал для развития туристской отрасли: природные ландшафты, объекты исторического и культурного наследия, промышленные предприятия.

Республика Татарстан идет в ногу с общемировыми трендами. В 2020 году приобрел популярность такой вид туризма как экотуризм, который активно пользуется спросом не только у туристов других регионов, но и у населения Республики Татарстан. Особую популярность в данном направлении получили

глэмпинги. Глэмпинг – организованный отдых на открытом воздухе, использующий особые виды объектов размещения, расположенные на контролируемых территориях, реализующие комфорт гостиничного номера и обслуживание [1]. Создание глэмпингов в разных точках региона позволило расширить туристические маршруты. В 2022 году создание глэмпингов поддерживалось на федеральном уровне с помощью выделения субсидий на их строительство. В 2023 году Республика Татарстан планирует выделить около 180 млн рублей на создание и благоустройство пляжей, а также 280 млн рублей на создание новых глэмпингов.

Помимо этого, у Республики Татарстан существует огромный потенциал на развитие водного туризма, в связи с чем Президент РФ дал соответствующее поручение на обновление речного флота, для реализации проекта «Волжский путь», конечной целью которого является создание новых длинных маршрутов на Средней Волге, а также восстановление межрегиональных речных перевозок.

В Республике Татарстан есть потенциал к развитию различных нестандартных видов туризма:

1) Промышленный туризм. На территории Республики Татарстан находится много уникальных промышленных предприятий: завод металлической посуды «Кукмара», ПАО «Нижекамскнефтехим», ПАО «Камаз», IT-Парки города Казань и др.

2) Медицинский туризм. В Татарстане на высоком уровне находятся стоматология, онкология, офтальмология.

3) Сельский туризм. В связи с высокой урбанизацией возникает потребность у городского населения поближе познакомиться с бытом и местным укладом в сельской местности. Для этого на территории Республики созданы фермы и комплексы: Семейная ферма и винодельня в селе Кызыл-Чишма, агро-туристический комплекс «Мирас», верблюжья и страусиная фермы и другие объекты, которые можно использовать для сельского туризма.

4) Образовательный туризм. В Республике Татарстан находится большое количество учебных заведений, для знакомства с которыми можно организовать профориентационные туры, которые позволят познакомиться с образовательными программами и условиями обучения в них.

Развитие туризма на территории Республики Татарстан – это связанный комплекс мероприятий по развитию различных направлений туризма: событийного, городского, водного, экологического. Республика Татарстан является одним из лидеров по внедрению инноваций в сфере туризма, в связи с чем ежегодно увеличивает показатели в туристической отрасли.

Библиографический список

1. Безрукова Н.Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/glemping-ponyatie-vidy-i-perspektivy-razvitiya-v-rossii> (дата обращения 20.10.2023)
2. Национальный туристический рейтинг 2022. ЦИК «Рейтинг». URL: <https://russia-rating.ru/info/21283.html> (дата обращения 20.10.2023)

RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE TOURISM SECTOR OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

L.R. Yusupova^a

*^aCenter for Advanced Economic Research of the Academy of Sciences of the Republic
of Tatarstan*

Kazan, Russia, e-mail: usupovalilia3@gmail.com

Annotation: This article examines the prospective development of domestic tourism in the Russian Federation and pays special attention to the tourist attractiveness and potential of the Republic of Tatarstan. The region occupies a leading position in the National Tourist Rating due to the unique natural, cultural and historical attractions on its territory. The development of tourism also contributed to the creation of modern infrastructure in preparation for the Universiade 2013. Special attention is paid to the development of event and ecotourism, including the development of glamping in the region.
Keywords: Domestic tourism; tourist attractiveness; tourist potential.

Секция 4

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ИННОВАЦИИ

УДК 338.48

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Ю.П. Алексеева^а

^а Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань

Казань, Россия, e-mail: stirisidium@gmail.com

Аннотация: В данной статье рассматривается использование интернета, мобильных приложений и социальных сетей для усовершенствования процесса планирования поездки, бронирования отелей и туров, а также для обмена опытом и рекомендаций других путешественников. Также дается анализ различных видов технологий, которые применяются в сфере туризма. В числе таких технологий упоминаются искусственный интеллект, большие данные, виртуальная и дополненная реальность и интернет вещей. Описывается, как эти технологии могут применяться для создания персонализированных туристических предложений, улучшения качества обслуживания клиентов и обеспечения безопасности данных.

Ключевые слова: туризм, цифровизация, интернет-вещей, виртуальная реальность, искусственный интеллект, большие данные.

В настоящее время можно отметить, что сфера туризма, как и многие другие сферы широко использует различные информационные технологии и все большую значимость приобретает цифровизация. Использование новых технологий позволяют упростить потребление услуг потребителями, а также создать конкурентоспособный продукт, который будет пользоваться спросом. Помимо общественной цифровизации, государство также работает в данной

сфере, повышая цифровую грамотность населения и внедряя различные национальные программы. Сфера туризма России в данный момент нацелена на развитие внутреннего туризма, которое успешно позволяет внедрять различные инструменты и методы для удержания и привлечения новых клиентов. После пандемии активно начал развиваться внутренний туризм. На этом фоне государство, чтобы стимулировать спрос и поддержать участников туристического рынка, запустило акцию «Туристический кешбэк», данная программа оказалась успешной и периодически внедряется государством в различное время года и после пандемии. Также в это время активно развиваются сервисы по самостоятельному бронированию от отечественных разработчиков. Во время пандемии многие музеи, театры и другие развлекательные сферы предлагали потребителям интерактивное посещение и просмотр мероприятий.

Методы и организация исследования. Рассматривая исследования в области информационных технологий в туризме, стоит выделить работы Аноприевой Е.В., Богомазовой И. В., Вишневской Е.В., Гайдаенко А.А., Гайдаенко О.В., Климовой Т. Б., Кониной Д.Д., Ломовцевой А.В., Худова А.М.

В последнее время идет активное развитие цифровых технологий в мире, которые затрагивают все сферы деятельности человека. Активно используются данные технологии для развития городского пространства и более полной интеграции туриста в среду города. Такая тенденция позволяет туристам самостоятельно планировать свои путешествия, а интеграция искусственного

интеллекта в данную сферу позволит формировать туры основываясь на индивидуальных запросах потребителей.

Цифровизация сферы туризма – это процесс использования цифровых технологий, таких как интернет, мобильные приложения, искусственный интеллект и т.д., с целью повышения эффективности и удобства предоставления услуг в сфере туризма. Это включает в себя реализацию онлайн-бронирования отелей, билетов на самолеты и железные дороги, автоматизацию процесса регистрации пассажиров, внедрение систем виртуальных экскурсий, использование геолокации для навигации и многое другое. Цифровизация сферы туризма позволяет повысить доступность и удобство для туристов, сократить время и затраты на организацию поездок, а также эффективно управлять туристическими ресурсами. [1]

Основными инструментами цифровизации туристической сферы являются:

- электронные платформы для бронирования и оплаты туристических услуг;
- мобильные приложения для поиска и бронирования отелей, авиабилетов, транспорта и экскурсий;
- использование крупных данных (Big Data) для анализа тенденций и предоставления персонализированной информации туристам;
- Интернет вещей (IoT) для мониторинга и управления туристическими объектами, гостиницами, транспортом и оборудованием;
- искусственный интеллект и машинное обучение для повышения эффективности работы туристических компаний и улучшения обслуживания туристов;

- использование виртуальной и дополненной реальности для создания более эффективных систем бронирования, показа достопримечательностей и организации экскурсий. [2]

Цифровизация туристической индустрии позволит повысить конкурентоспособность национальных экономик, привлекать новых туристов и улучшать обслуживание уже существующих.

Использование различных мобильных приложений стало неотъемлемой частью жизни человека. В данное время можно выделить следующие популярные приложения в туризме:

- агрегаторы по поиску и бронированию жилья;
- агрегаторы по поиску и бронированию авиабилетов;
- путеводители;
- карты и навигация;
- организация расходов;

Также в сфере туризма, как и в других сферах используют крупные данные. Использование таких данных позволяет в первую очередь улучшить и предсказать спрос потребителей на различные услуги, что в свою очередь позволит туроператорам предлагать и формировать конкурентоспособные и актуальные услуги. Работа с большими данными позволяет производить мониторинг и прогнозировать спрос на основе имеющихся данных. Все это в свою очередь приводит к улучшению маркетинговой кампании, к улучшению обслуживания клиентов и повышению безопасности предоставления туристических услуг. [3]

Интернет вещей (Internet of Things, IoT) играет все более важную роль в сфере туризма, предоставляя возможности для инноваций и улучшения опыта туристов. Вот несколько примеров, как IoT применяется в туризме:

- смарт-отели: IoT позволяет создавать смарт-отели, где гости могут управлять различными аспектами своего пребывания через мобильное приложение. Например, они могут контролировать освещение, настройки комнаты, заказывать уборку или обслуживание прямо с телефона; [4]

- умные гиды: IoT-технологии помогают разработать инновационные интерактивные гиды, которые могут предлагать персонализированные рекомендации о достопримечательностях, ресторанах или магазинах на основе предпочтений и местоположения туриста.

- безопасность и контроль: IoT-решения позволяют повысить безопасность в туристических местах. Например, с помощью видеонаблюдения и сенсорных датчиков можно обнаруживать и предотвращать возможные угрозы или аварии.

- умное транспортирование: IoT-технологии могут помочь улучшить транспортировку туристов. Например, с помощью смарт-автобусов или смарт-такси можно оптимизировать маршруты, уменьшить время ожидания или предоставить информацию о перемещении туристов в режиме реального времени.

- управление энергией: IoT помогает улучшить управление энергией в отелях и других туристических объектах. Например, с помощью смарт-датчиков можно оптимизировать потребление электроэнергии и воды, что приводит к экономии ресурсов и снижению затрат.

Пандемия 2020 года внесла значительные изменения в процесс потребления туристических услуг, дав толчок использованию виртуальных технологий и дополненной реальности (VR/AR). Данные технологии имеют большой потенциал для применения в туризме, среди которых можно выделить:

- виртуальные туры и экскурсии: VR позволяет туристам посетить места, которые они могут не иметь возможности посетить в реальной жизни. Они могут "перенестись" в другую страну и исследовать ее достопримечательности через виртуальные туры, не выходя из дома;

- AR навигация: Дополненная реальность может быть использована для облегчения навигации в новом месте. Туристам можно предложить мобильные приложения, которые показывают информацию о ближайших достопримечательностях, отелях и ресторанах в режиме реального времени;

- интерактивные музейные истории: VR/AR может разнообразить посещение музея. Туристам можно предложить надеть VR-очки или использовать мобильные приложения для доступа к интерактивному контенту, включая исторические реконструкции, 3D-визуализации и автогиды.

- интерактивные путешествия: VR/AR может также использоваться для создания интерактивных игр или квестов, которые включают в себя различные задания и ребусы для решения в ходе путешествия. [5]

В последнее время большую популярность приобретают нейросети, которые выходят на первый план и позволяют значительно упростить процесс потребления услуг, а также в целом изменить модели потребления различных услуг. Нейросети впервые были сформированы в 1943 году, однако в конце 2022

года использование нейросетей стало массовым из-за создания бота ChatGPT. Так как основным принципом функционирования нейросетей являются данные, то туда необходимо поместить весь имеющийся массив.

Также активно в сфере туризма используются чат-боты, которые в свою очередь быть очень полезными инструментами для облегчения процесса планирования путешествия и обеспечения лучшего опыта для путешественников. Некоторые из возможных применений чат-ботов в сфере туризма:

- поиск туристических маршрутов и достопримечательностей в выбранном городе или регионе;

- бронирование гостиниц и мест на кемпингах;

- подбор туров и предложений от туроператоров;

- формирование плана путешествия с учетом предпочтений и бюджета путешественника;

- поддержка в решении возникших проблем во время путешествия, например, утерянного багажа или резервации;

- предоставление рекомендаций по местам, где поесть и что посмотреть, учитывая личные предпочтения путешественника.

Использование чат-ботов в туризме может значительно сократить время, которое потребуется для планирования и организации поездки, особенно для людей, которые не имеют опыта в этой области. Кроме того, чат-боты могут помочь улучшить качество обслуживания путешественников и повысить удовлетворенность клиентов туроператоров и гостиниц.

Таким образом использование цифровых технологий играет важную роль и позволяет развивать, улучшать и оптимизировать предоставляемые услуги, а также формировать персонализированный туристический продукт, который способен максимально удовлетворить потребности туристов. Использование современных технологий позволит привлечь больше туристов, а также повысить уровень их удовлетворенности и лояльности. Развитие цифровых карт и виртуальной реальности туристы получают более полную информацию о местах, которые они планируют посетить, и могут легко ориентироваться в незнакомой среде. Кроме того, цифровизация способствует развитию устойчивого туризма. Внедрение смарт-технологий в гостиничное дело позволяет снизить энергопотребление и негативное воздействие на окружающую среду.

Библиографический список

1. Алексеева Ю. П. Анализ современных информационных технологий в туризме / Ю. П. Алексеева // Московский экономический журнал. – 2023. – Т. 8, № 5. – DOI 10.55186/2413046X_2023_8_5_239. – EDN XDLWQV.
2. Богомазова И. В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы / И. В. Богомазова, Е. В. Аноприева, Т. Б. Климова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13, № 3(85). – С. 34-47. – DOI 10.24411/1995-042X-2019-10303. – EDN NRBLLL.
3. Вишневская Е.В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2019. - №4. - С. 12-24.
4. Гайдаенко А.А., Гайдаенко О.В., Худов А.М. Перспективы развития индустрии гостеприимства и туризма в эпоху цифровизации // Инновации и инвестиции. 2021. №10. - С. 189-193.
5. Конирина Д.Д., Ломовцева А.В. Цифровая трансформация регионального туризма // E-Scio. 2023. №3 (78). - С. 503-509.

DIGITALIZATION OF THE TOURISM SECTOR

J.P. Alekseeva ^a

^a Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan , Russia, e-mail: stirisidium@gmail.com

Annotation: The article focuses on the use of the Internet, mobile applications and social networks to improve the process of planning a trip, booking hotels and tours, as well as to share experiences and recommendations of other travelers. Various types of technologies that are used in the field of tourism are also considered. Among such technologies, artificial intelligence, big data, virtual and augmented reality and the Internet of Things are mentioned. It describes how these technologies can be used to create personalized travel offers, improve customer service and ensure data security.

Keywords: tourism, digitalization, Internet of things, virtual reality, artificial intelligence, big data.

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

В.В. Анисимова^а

^аКубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия

г. Краснодар, Россия, viktoriya23.84@mail.ru

Аннотация. Современная гостиничная индустрия, имея системный подход к реализации своего продукта, нуждается в использовании новых технологий, так как это позволяет видеть в работе эффективность, устойчивость и привлекательность для потребителей. Внедрение ИТ-технологий решает большое количество проблем в реализации своего продукта, однако следует помнить о кибербезопасности. В ходе исследования необходимо на примере конкретного гостиничного предприятия показать важность и необходимость внедрения таких технологий.

Ключевые слова: ИТ-технологии, гостиничная индустрия, гостиничный продукт, эффективность, устойчивость.

Постановка проблемы. Технологии в гостиничном бизнесе уже стали неотъемлемой частью современного общества, поэтому различные предприятия просто обязаны «идти в ногу со временем». Предоставляя клиенту гостиницы исключительный сервис и непревзойденные номера, оборудованные по всем последним технологиям, можно значительно увеличить количество гостей, выбравших определенный отель для проживания. ИТ-технологии в гостиничной индустрии – это методы, которые используют компьютерное программное и техническое обеспечение, отдельные или совокупные информационные процессы и операции для достижения своих целей [2]. Информационные

технологии используются при решении различных (социальных, экономических, производственных) и других проблем, связанных с деятельностью людей.

Цель исследования – выявить необходимость внедрения IT-технологий в гостиничную индустрию.

Методы и источники информации. В процессе исследования использовались следующие методы: анализ, синтез, сравнение, статистический, исторический т.д. Теоретической и методологической базой послужили труды и методические рекомендации российских и зарубежных ученых, таких как В.Я. Паршина, Н.В. Барклаевской, Г.Е. Концевич и др., посвященные изучению и исследованию сферы информационных технологий.

Результаты. Информационные технологии в индустрии гостеприимства начали активно развиваться в 1980-х гг. прошлого века. В те времена использовались терминалы для бронирования номеров в гостиницах, а также различные системы управления бронированием. В 1990-х гг. начали появляться первые онлайн-бронировщики, которые позволяли клиентам самостоятельно выбирать и бронировать номера в гостиницах через интернет. В начале 2000-х гг. появились мобильные приложения для бронирования номеров, что дало возможность клиентам бронировать номера прямо с мобильных устройств.

Внедрение IT-технологий в гостиничную деятельность позволяет оптимизировать бизнес-процессы и улучшить качество обслуживания гостей. Следует привести в пример основные преимущества, связанные с внедрением IT-технологий в гостиничную деятельность:

– автоматизация бизнес-процессов;

- улучшенное обслуживание гостей;
- снижение ресурсных затрат.

За последнее десятилетие гостиничная индустрия в России пережила значительный рост, обусловленный сочетанием таких факторов, как рост туризма, деловых поездок и развитием гостиничного бизнеса. Согласно данным «Центра Экономики Рынков», в 2022 г. в России наблюдался значительный рост рынка гостиничной индустрии [1].

Отели постепенно начали внедрять новые IT-технологии в эту конкурентную бизнес-среду, и ключевым оружием в их арсенале являются большие перспективы в этой сфере. Тем не менее, поскольку технологии находятся в постоянном движении и открываются новые возможности для повышения удовлетворенности клиентов и увеличения внутренней эффективности, перед гостиницами стоит задача использовать новейшие технологии, чтобы улучшать свой продукт. Конечно же, для каждой гостиницы выработаны индивидуальные причины по внедрению новых технологий.

Гостиничные предприятия начинают активно внедрять новые технологии для расширения своего продукта. На рис. изображены виды информационных системы, которые являются более приоритетными в современной индустрии гостеприимства.

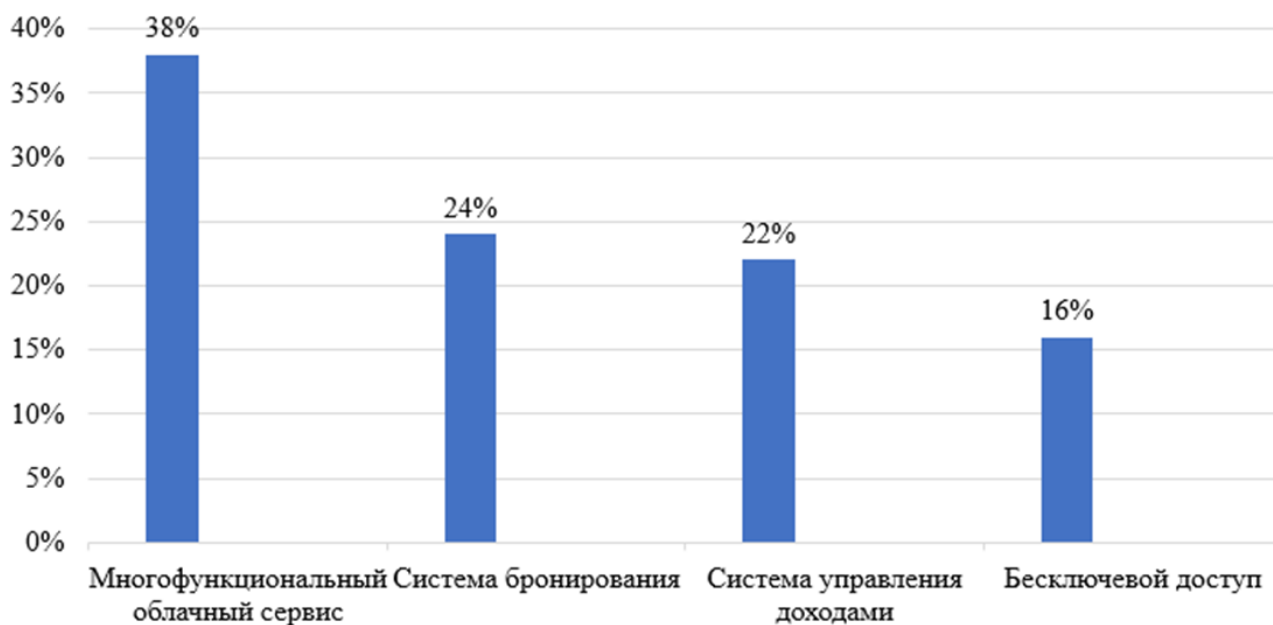


Рис.1. Приоритеты IT-технологий в индустрии гостеприимства (составлено автором)

Однако стоит упомянуть технологии, которые имеют большие перспективы в гостиничной индустрии:

- Виртуальная реальность – это отличный маркетинговый инструмент, который помогает повысить уровень охвата клиентов. Гости будут понимать, что их ждет во время проживания в гостинице.

- Технологии «Smart home» – умные колонки с голосовым помощником таких как: «Яндекс.Станция» и «Apple HomePod», могут отлично дополнять проживание гостей в номере гостиничного предприятия.

Рассмотрим применение IT-технологий на примере отеля, входящего в сеть семейных курортов «Alean Family Resort Collection» – одного из флагманов туристской индустрии Краснодарского края и России, который делает большой вклад в развитие санаторно-курортной отрасли страны.

Гостиничное предприятие «Alean Family Biarritz» – современный круглогодичный спа-курорт, работающий по системе «Ультра все включено»,

ориентированный на семейный отдых и оздоровление. Отель расположен в г. Геленджик, Маячная ул., д. 9. Дополнительную информацию предоставляемых услуг и возможность забронировать самостоятельно номер можно найти на сайте гостиницы. На нём размещена вся необходимая, контактная информация для уточнения всевозможных вопросов, связанные с условием проживания [5].

С недавнего времени «Alean Family Biarritz» активно начала внедрять в свою деятельность новые информационные технологии. Гостям выдается бесключевой доступ к номерам в виде браслетов, на которой зафиксирован определенный лимит денежных средств. С ее помощью можно оплачивать услуги ресторанов на территории гостиницы, оплачивать дополнительные услуги спа, приобретать сувениры и т.д.

У гостиницы также есть свой IT-отдел, который базируется в г. Анапа. Сотрудники IT-отдела способны дистанционно устранять проблемы, связанные с сайтом гостиницы, возможные проблемы в программе «1С Отель» и т.д. Также, с помощью этого отдела, уже начались разработки первого мобильного приложения для гостиницы «Alean Family Biarritz». Приложение в данный момент находится уже на стадии тестирования и предположительно, там будет вся актуальная информация об отеле, календарь мероприятий и личный кабинет гостей.

У гостиничной сети «Alean Collection» имеется свой Telegram-канал и группа VK, в котором публикуется фотографии мероприятий и информация о скидках на определенные услуги. Также, «Alean Collection» размещает

презентационные видео материалы своих гостиниц в YouTube канал. Помимо прочего, канал содержит короткометражные фильмы, снятые на территории курортов сети. Безусловно, это является отличным маркетинговым решением, что позволяет создать более хорошее впечатление от гостей.

Для каждой гостиницы «Alean Collection» были также созданы группы VK. Так, предприятие «Alean Family Biarritz» предлагает, грамотно структурированную площадку, на котором гости могут ознакомиться со всеми услугами гостиницы и делиться опытом проживания.

На сегодняшний день существуют множество технологий, способных облегчить жизнь гостям и персоналу гостиницы. Например, гости гостиницы «Alean Family Biarritz» из-за затруднения поиска необходимой информации, зачастую обращаются на стойку регистрации или в службу по работе с гостями. Поэтому, наиболее актуальной и одной из самых перспективных технологий для гостиничного бизнеса и для гостиницы «Alean Family Biarritz» могут быть «Чат-Боты». Их создание не требует каких-то сложных усилий, достаточно внедрить эту технологию уже в существующих на рынке мессенджеров таких как: «WhatsApp», «Telegram» и т.д., или же можно на веб-сайт гостиницы. «Чат-Боты» будут моментально генерировать ответы на популярные запросы и проблемы клиентов, что значительно снимет нагрузку на сотрудников отеля.

Далее, у гостиницы стабильно большая загрузка номерного фонда, что конечно же хорошо для любого отеля, но такое положение дел, естественно образует огромные очереди на стойке регистрации. В таком случае уместно внедрить процедуру саморегистрации гостей через терминалы, установленные в

вестибюле гостиницы. Проведение самостоятельной регистрации начинается с того, что клиент сканирует паспортные данные в терминал, что позволяет получить доступ к записи бронирования. Далее необходимо ввести соответствующую дату регистрации с помощью клавиатуры или сенсорной панели. Поскольку большинство терминалов будут подключены к автоматизированной системе управления, можно ознакомиться с категорией и ценой номера.

Необходимо учесть, что полностью полагаться на процедуру саморегистрации нельзя. Служба приема и размещения должна быть готова помочь гостю.

С внедрением технологий нельзя забывать о таком важном факторе как кибербезопасность. Гостиничные предприятия могут подвергаться постоянному риску исходя из роста цифровизации в современный бизнес.

Необходимо выделить ряд основных рекомендаций, которые помогут обеспечить безопасность в гостиничном бизнесе:

1. Защитить сеть Wi-Fi гостиницы.
2. Установить антивирусное программное обеспечение на все компьютеры в гостинице.
3. Обучить сотрудников правилам безопасности. Обучить своих сотрудников, как защищать конфиденциальную информацию, как распознавать фишинговые атаки и как предотвращать утечки данных.
4. Регулярно обновлять программное обеспечение и операционную систему на устройствах.

5. Создавать резервные копии данных.

6. Использовать сложные пароли.

Выводы. В заключение можно сказать, что информационные технологии – это быстрорастущая и развивающаяся область, которая охватывает широкий спектр технологий и инструментов, используемых индустрией гостеприимства для улучшения качества обслуживания гостей, оптимизации работы и повышения эффективности. С её помощью можно экономить человеческие ресурсы, энергию, материальные затраты, которые необходимы для реализации качественного гостиничного продукта.

Библиографический список

1. Анализ гостиничного рынка и других средств коллективного размещения в 2019–2022 гг. Анализ гостиничного рынка. Официальный сайт «Центра экономики рынков», 2023. URL: <https://research-center.ru/analiz-gostinichnogo-rynka>. (дата обращения 16.09.2023)
2. Барклаевская Н.В. Анализ информационных систем в гостиничном бизнесе РФ / Н.В. Барклаевская, О.В. Гризодуб // Молодой ученый. 2023. № 13 (460). С. 6–11. URL: <https://moluch.ru/archive/460/101104/>. (дата обращения 16.09.2023)
3. Концевич Г.Е. Реализация инновационных технологий в гостиничном бизнесе / Г.Е. Концевич, Е.В. Цакоева // Инноватика: современные технологии модернизации общества : Материалы II Региональной конференции, Пятигорск, 26–27 октября 2020 г. Пятигорск : Пятигорский государственный университет, 2020. С. 52–58.
4. Паршин В.Я. Цифровые технологии как инструмент, влияющий на потребительский выбор в сфере туризма / В.Я. Паршин, М.В. Паршина // Образование и наука в России и за рубежом. 2019. № 2(50). С. 495–500.
5. Сеть отелей Alean Collection : официальный сайт. Alean Family Biarritz. URL: <https://biarritzresort.ru>. (дата обращения 16.09.2023)

ON THE QUESTION OF THE NECESSITY TO USE IT TECHNOLOGY IN THE HOTEL INDUSTRY

V. Anisimova^a

^aKuban State University, Krasnodar, Russia

Krasnodar, Russia, viktoriya23.84@mail.ru

Annotation: The modern hotel industry, having a systematic approach to the sale of its product, needs to use new technologies, as this allows them to see efficiency, sustainability and attractiveness for consumers in their work. The introduction of IT technologies solves a large number of problems in the implementation of your product, but you should remember about cybersecurity. During the study, it is necessary to show the importance and necessity of introducing such technologies using the example of a specific hotel enterprise.

Key words: IT technologies, hotel industry, hotel product, efficiency, sustainability.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРИРОДНОГО ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Н.Г.Багаутдинова^а, Н.М.Биктимиров^б

^аКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

^бКазанский (Приволжский) Федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: iuef@kpfu.ru

Аннотация: в статье раскрыто содержание региональной политики Республики Татарстан, проводимой в области развития природного туризма. Рассмотрены особенности организации региона отдыха в глэмпингах. В статье дана оценка работы по одному из проектов Фонда «Кадровый резерв для сферы загородного и природного туризма».

Ключевые слова: природный туризм, экологический туризм, глэмпинг, Республика Татарстан, региональная политика

В России, за последние годы растет повышенный интерес к внутреннему туризму, используя высокий туристско-рекреационный потенциал регионов страны, в качестве туристского интереса часто выступают крупные города и пригородные территории которые начали активнее использоваться для реализации самых различных видов туризма.

Как отмечает Миронова Н.А., новой устойчивой тенденцией туризма является пристальное внимание к мировым трендам, а также оперативная

разработка стратегических подходов, адаптации к динамичным переменам в обществе, модернизации нормативно-правовой базы и т.д. [4, с.579].

Анализ рынка туристских услуг г.Казани показал востребованность и популярность услуг гидов-экскурсоводов в 2022 - 2023 годах. За несколько месяцев текущего года республику посетили на 15% больше туристов чем за тот же период 2022 г. В 2023 году власти выбрали курс на развитие туризма в муниципальных образованиях республики.

Отдых на природе – популярный и набирающий обороты тренд не только среди местных жителей, но и среди гостей Татарстана: это отличная альтернатива размещению в городских отелях для туристов, в том числе из зарубежных стран. Для планирования такого отдыха и легкого поиска локаций разработана и запущена платформа для путешествий по Республике Татарстан [2, с.19].

В столице Республике Татарстан – г. Казань, в городе с более миллионным населением, в течении долгих лет развивается дачная рекреация. Как отметила Щепеткова И.О. что в последние годы можно наблюдать тенденцию к возвращению рекреационной функции дачи [7, с.106].

Раисом Республики Татарстан Р.Н. Миннихановым была определена задача по развитию в регионе природного и экологического туризма. Создание Фонда «Институт развития городов Республики Татарстан» способствует реализации данной задачи. Особое внимание уделяется совершенствованию деятельности туристско-рекреационных кластеров «Высокогорский» и «Камское-Устье», на территории которых функционируют объекты отдыха, отвечающие современному сервису. Фонд «Институт развития городов Республики

Татарстан» начал реализовывать проект «Кадровый резерв для сферы загородного и природного туризма». Данный проект позволяет обучающимся по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело» и «Сервис» владеть практическими навыками в сфере туристского бизнеса. Специалисты сферы гостеприимства смогут получить значимый опыт благодаря трудоустройству. Для всех участников Проекта подготовлена специальная онлайн-программа «Туризм за городом. Управление, качество сервиса и продукта». Благодаря данной обучающей программе владельцы баз отдыха смогут оценить уровень качества предоставляемого ими продукта и улучшить свои объекты отдыха. В рамках обучения будет предоставлена информация от ведущих российских экспертов, основателей и управляющих загородных отелей [6].

Совместная работа Фонда «Институт развития городов Республики Татарстан» с Ассоциацией загородных отелей позволяет развивать гламурные и роскошные кемпинги – глэмпинги. Глэмпинги в России начали использоваться только с 2015 г., а в 2022 г. соответствующих объектов стало уже 230. Они могут представлены в форме юрты, шатёра, трейлера, сферы, хижины, вигвама. Татарстан пытается внедрить самые разные формы, начиная от самых простых, заканчивая элитными [5]. Будут построены и специальные экологические отели.

Одни комплексы построенные на территории республики предлагают полный спектр гостиничных услуг – размещение в комфортабельных домиках, которые оснащены всеми удобствами, как и гостиничный номер в отеле 3–4*.

На территории некоторых комплексов имеется свободный доступ к беспроводному интернету Wi-Fi, а также различные виды бань и открытых подогреваемых бассейнов. Концепции других комплексов, наоборот, предлагают гостям единение с природой вдали от цивилизации, так как объекты загородного отдыха располагаются в самых живописных местах республики – на берегах рек, озер, на опушках лесов [2,с.17].

В контексте велнес-экономики на ближайшие 5 лет можно выделить 7 ключевых трендов, которые определяют общий контекст развития загородных объектов отдыха с ориентацией на велнес, СПА, превентивную медицину и т.п.:

1. Забота о себе для самосохранения и выживания;
2. Профилактика как образ жизни и приоритет общественного здравоохранения;
3. Велнес и наука будут двигаться навстречу друг другу;
4. Погружение в природу для восполнения сил и исцеления;
5. Баланс физических и виртуальных контактов;
6. Психическое благополучие выходит на первый план;
7. Глобальная перезагрузка ценностей [3].

Если в 2021 году в глэмпингах республики провели свой отдых 20 тысяч человек, то в 2022 году цифра достигла до 50 тысяч человек, из этого числа 80% – жители Татарстана. Необходимо отметить, что при установке глэмпинга учитываются все детали и он не наносит вреда окружающей природной среде [1]. Опыт Татарстана показывает насколько значимо удивить клиентов новыми

видами глэмпингов и созревает необходимость продолжения работы по совершенствованию данных объектов.

Таким образом, можно констатировать, что природный туризм – это один из крупнейших проектов в регионе, направленный на раскрытие богатого туристско-рекреационного потенциала Республики Татарстана, который не наносит вред окружающей природной среде. Еще предстоит проделать большую работу, получить необходимую инвестиционную поддержку. Накопленный Татарстаном опыт по развитию природного туризма будет полезен для реализации новых проектов в других регионах России.

Библиографический список

1. Воротников, А. М. Глэмпинг как специфическая форма экологического туризма: к развитию в Российской Арктике / А. М. Воротников, Б. А. Тарасов, В. А. Паньшина // Российский экономический журнал. – 2019. – № 5. – С. 48-55. – DOI 10.33983/0130-9757-2019-5-48-55.
2. Государственный Комитет Республики Татарстан по туризму. Итоги работы за 2022 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://tourism.tatarstan.ru/> (дата обращения: 12.10.2023).
3. Дирекция по развитию природных территорий и экотуризма. Основные тренды загородного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://ecotourism.tatar/> (дата обращения: 12.10.2023).
4. Миронова Н.А. Туристская отрасль в контексте цифровой экономики/Н.А.Миронова //Московский экономический журнал.2020.№5.С.577-586.
5. Рубцов В.А.Особенности развития загородного туризма в Республике Татарстан/В.А.Рубцов, Н.М.Биктимиров // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма:сборник VII Междун.науч.-практической конференции, г.Симферополь, 2022.- С.357-360.
6. Туризм за городом. Управление, качество сервиса и продукта. [Электронный ресурс].Режим доступа – ecotourism.tatar (дата обращения:12.10.2023).
7. Щепеткова И.О. Дача: пригородная рекреация или физический труд.../И.О.Щепеткова //Географический вестник.Туризм.2013 – №3(26).С.104-106.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF NATURAL TOURISM AT THE REGIONAL LEVEL

N.G.Bagautdinova^a, N.M.Biktimirov^b

^aKazan (Volga region) Federal University, Kazan

^bKazan (Volga region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: iuef@kpfu.ru

Annotation: the article reveals the content of the regional policy of the Republic of Tatarstan carried out in the field of natural tourism development. The features of the organization of the recreation region in glamping are considered. The article evaluates the work on one of the projects of the Foundation "Personnel reserve for the field of suburban and natural tourism".

Keywords: nature tourism, ecological tourism, glamping, Republic of Tatarstan, regional policy

АКТУАЛИЗАЦИЯ РОЛИ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В.В. Верна^а, Э.Э. Ибрагимов^б

^а Крымский университет культуры, искусств и туризма, г.Симферополь

^б Крымский университет культуры, искусств и туризма, г.Симферополь

Симферополь, Россия, e-mail: nica2605@rambler.ru

Аннотация: в статье определены предпосылки, факторы и особенности развития креативного туризма в Российской Федерации в современных условиях. Актуализирована специфика практик реализации технологий креативного туризма в Российской Федерации.

Ключевые слова: туризм, креативный туризм, креативные индустрии, впечатления, креативная экономика.

В XXI веке развитие новых технологий и средств коммуникации коренным образом изменили индустрию туризма, которая непрерывно трансформируется, появляются новые виды туризма, привлекающие туристов и местных жителей к созданию туристических продуктов (со-творчество). Переход от классического туризма в формате осмотра достопримечательностей к сервисному продукту, предлагающему эмоции и впечатления представляет собой туристический тренд последних лет, который сохранится надолго. Путешественники в современных реалиях хотят не просто принять участие в путешествии и быть наблюдателем, а становятся частью всех процессов по формированию турпродукта, проектированию и созиданию туристических эмоций через участие в мастер-классах, приготовлении еды, танцах на улице, рукоделии, творчестве и др. Эти

впечатления и создают самые сильные эмоциональные связи с посещаемыми местами и местными жителями во время путешествия. Именно эти связи побуждают туристов возвращаться в места посещения снова, делиться впечатлениями с контактными аудиториями, в социальных сетях в силу появления эмоциональной связи с определенными локациями. Туристские дестинации ценятся своими историями, своим символизмом, эмоциями, которые они дарят, и тем, что они заставляют чувствовать туристов. Так работает механизм реализации концепции креативного туризма как нового направления во внутреннем туризме России [2, 3].

Креативный туризм впервые был определен в 2000 г. Ричардсоном и Рэймондом, которые в своей работе подчеркивают «важность креативности в планировании и развитии культурного туризма». Это направление предлагает инновационный путь пересмотра интерактивной модели культурного туризма, в основе которой лежит осмотр достопримечательностей. Эту же тему исследовали Ричардсон и Уилсон, которые отметили, что культурный ландшафт дестинации, включая фестивали, культурные маршруты, музеи, культурное наследие может быть воссоздано для того, чтобы обрести более интерактивную форму и дать возможность генерировать впечатления путём со-творчества между туристами и местным населением [5, 6].

В 2006 году ЮНЕСКО дало определение креативному туризму: «креативный туризм — это туризм, направленный на получение путешественниками опыта с активным обучением искусству, изучением

культурного наследия или других культурных особенностей места пребывания» [7].

По мнению экспертов, в России творческий туризм только начинает развиваться. Он позволяет эффективно раскрыть культурные особенности того или иного региона, дает новый опыт, незабываемые эмоциональные переживания и подключает туриста к созданию уникальных продуктов. Первый характерный пример креативного туризма в России появился в городе Сарапул, в Удмуртии. Турмаршрут «Выходные в Сарапуле - в гостях у рыжей девочки» стал лучшим детским маршрутом в 2017 году. В этом туре страницы из книги зачитывают профессиональные актеры; туристы пробуют булочки, испеченные по рецепту 19 века, любуются улицами и домами из книги, посещают бал и театрализованное занятие «Урок в гимназии» в историко-краеведческом музее (письмо пером, игры, стояние на горохе) [4].

Концепция развития творческих индустрий до 2030 года была утверждена Правительством РФ два года назад. Понятие «креативные индустрии» только входит в обиход и креативный туризм является их частью [1].

Города, которые рассматривают культуру и творчество как стратегический элемент своего социально-экономического развития, сотрудничают, обмениваются опытом и реализуют совместные международные проекты. «Сеть творческих городов», созданная ЮНЕСКО в 2004 году, сейчас объединяет 295 городов из 80 стран мира по одному из семи направлений: гастрономия, декоративно-прикладное искусство и народное творчество, дизайн, кинематография, литература, медиаискусство (цифровое

искусство) и музыка. В сеть креативных городов уже вступили четыре российских города: Ульяновск («Город литературы» с 2015 года), Каргополь («Город ремесел и народного творчества», 2019 год), Казань («Город музыки», 2019 год), Санкт-Петербург («Город гастрономии», 2021 год) [4].

Взаимосвязь между культурой и туризмом стала одним из основных источников развития туризма за последние годы. В последнее время можно наблюдать растущую важность креативности, которая дополняет общепринятые и более традиционные модели культурного туризма, основанного на наследии, с включением новых форм туризма, базирующихся на нематериальной культуре и современном творчестве. Креативные индустрии в России предлагают разнообразные возможности роста и развития туризма, включая потенциал увеличения спроса, внедрение новых креативных продуктов, повышение качества и привлекательности локаций, а также поддержку самих креативных индустрий и стимулирование экспорта креативных продуктов.

В современных условиях креативный туризм выбирается многими городами как основное направление развития туристического потенциала. Одной из причин является то, что в целом развитие туризма в местных сообществах чревато превращением местной культуры в обычный товар. Существующие модели культурного туризма часто рассматривают культуру как статичный продукт, который нужно просто продать путешественнику. Если же сконцентрироваться на локальных творческих процессах, местной айдентике и нематериальных культурных активах, креативный туризм становится фундаментальным инструментом для борьбы с негативными последствиями

традиционных моделей культурного туризма. Добавляя креативность в существующие местные ценности, путешественники могут познавать новый опыт взаимодействия с локацией, получать новые впечатления из непосредственного общения с местным населением и раскрывать как уникальность местного населения, так и чувство собственной принадлежности к туристской дестинации. Креативный туризм также помогает усилению местных сообществ и делает жителей более самодостаточными, что является ключевым для создания по-настоящему устойчивого туризма.

Развитие креативного туризма поощряет местные сообщества разнообразить туристские предложения, мотивируя мелких предпринимателей быть более проактивными, поскольку они становятся способными создавать новые продукты без больших инвестиций в материальную инфраструктуру, а используя креативность для того, чтобы стимулировать интерес путешественника. Креативный туризм также укрепляет социальную сплоченность в мультикультурных городах через совместное создание содержательных историй и укрепление самоидентификации местных жителей; ускоряет развитие экосистемы предприятий, занятых в разных секторах экономики. Нематериальные туристические продукты могут помочь дестинации в смягчении сезонности туристического потока и расширении географической вовлеченности территорий, которые не включены в традиционные маршруты. Более того, развитие креативного туризма может способствовать применению экологических практик, которые обычно сложно внедрять в массовый туризм.

Рассматривая практики реализации технологий креативного туризма в Российской Федерации, можно определить основные аспекты его актуализации:

- создание инновационных и «зеленых» рабочих мест с фокусом на устойчивое развитие территорий;
- создание благоприятной среды для местных креаторов и предпринимателей;
- использование потенциала цифровых технологий для вовлечения в экономическую активность незанятых категорий населения;
- стимулирование социального экономического роста в регионе;
- выполнение роли драйвера для более традиционных секторов экономики.

Таким образом, рассматривая вышеупомянутые особенности креативного туризма, данный вид туризма является эффективным косвенным инструментом развития сферы услуг и креативных индустрий в регионах России. Сейчас важно всесторонне изучить и понять, какие территории имеют наибольший потенциал, включая наличие критической массы местных креаторов и малых предпринимателей со сфокусированной деятельностью, а также оценить текущее состояние туристического сектора через консультации с местным сообществом.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 N 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»// Интернет-портал «Консультант-плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/4f81bcb73c6d58757e4d96b9291cc109b179bc5c/?ysclid=lnsttg19zl75229718 (дата обращения: 16.10.2023).

2. Боровинская Д. Н. Креативность и культурный продукт индустрии туризма: актуальные зарубежные исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 13(409). С. 82-88.
3. Логунцова И.В. Понятие креативного туризма и его развитие в городах и регионах России // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. №93. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kreativnogo-turizma-i-ego-razvitiye-v-gorodah-i-regionah-rossii> (дата обращения: 16.10.2023).
4. Ракуль Е. И. Новый вид туризма обеспечит незабываемые эмоциональные переживания // Интернет-портал «Российской газеты». URL: <https://rg.ru/2023/06/04/reg-ufo/novyj-vid-turizma-obespechit-nezabyvaemye-emocionalnye-perezhivaniia.html?ysclid=lnsuppjce584260356> (дата обращения: 16.10.2023).
5. Richards, G. Creative Tourism / G. Richards, C. Raymond. ATLAS News. 2000. No. 23. P. 16-20.
6. Richards, G. Tourism, Creativity and Development / G. Richards, J. Wilson. London : Routledge, 2007.
7. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism [Electronic resource] : Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism,— Santa Fe, New Mexico, USA, october 25–27, 2006 //UNESCO. — Mode of access: <http://unesdoc.unesco.org/>. Date of access: 15.10.2023.

ACTUALIZATION OF THE ROLE OF CREATIVE TOURISM IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

V.V. Verna^a, E.E. Ibragimov^b

^a Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

^b Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Simferopol, *Russia*, e-mail: nica2605@rambler.ru

Annotation: the article defines the prerequisites, factors and features of the development of creative tourism in the Russian Federation in modern conditions. The specifics of the practices of implementing creative tourism technologies in the Russian Federation are updated.

Keywords: tourism, creative tourism, creative industries, impressions, creative economy.

УДК 159.923, 330.839

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРФИРМЫ

Э.В. Галимзянова^а, А.А. Зиновьева^б

^а УВО «Университет управления «ТИСБИ», г. Казань

^б ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Казань, Россия, e-mail: alf_uisha@mail.com

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные психологические аспекты управления персоналом туристской фирмы. Также проанализированы ключевые психологические факторы, влияющие на работоспособность сотрудников турфирмы.

Ключевые слова: психологические аспекты управления персоналом туристской фирмы.

Функциональный характер проявления сотрудников туристской фирмы – один из главных факторов формирования не только стиля управления компанией, но и стиля поведения работников. Стиль поведения сотрудника турфирмы – это совокупность осознанных, социально значимых действий, обусловленных пониманием роли работника в иерархической структуре компании.

Специфика структуры турфирмы, особенности социально-психологического климата в трудовом коллективе, личностные качества

работника, условия работы, характер совместной деятельности – формируют функциональный характер поведения человека в компании.

Отметим, что личность работника формируется под влиянием внешних и внутренних факторов. К внутренним факторам относят: психофизиологию человека, а именно темперамент, особенности мышления, функционирования памяти и т.п. К внешним относят такие социальные факторы, как образование, жизненный опыт, круг общения и т.д. Личностные характеристики человека оказывают существенное влияние на качество выполняемых обязанностей, взаимоотношения с коллегами и стиль работы. Постоянство данных факторов дает возможность предвидеть и управлять поведением сотрудника турфирмы.

Помимо этого, на действия сотрудников туркомпании оказывают влияние следующие факторы:

- круг общения, состоящий из ближайшего окружения и широкой общественности (коллеги, одноклассники, одноклассники, соседи);

- основное предназначение, которые предполагается, что человека сделает в соответствии с его индивидуальными психологическими особенностями и положением в иерархической пирамиде;

- субъективное мнение коллег и руководства турфирмы о личности работника и качестве выполняемых им обязанностей, влияющее на его социальный статус и место в структуре социальных коммуникаций компании [1].

В зависимости от психологических особенностей поведения, можно выделить следующие типы образа действий работника в турфирме:

1. идеальный сотрудник – это человек, который в полном объеме соглашается с ценностями компании, следует общепринятым нормам поведения, без противоречий интересам компании и исполняет свои функциональные обязанности в соответствии с традициями и законами;

2. адаптирующийся сотрудник – этот человек не согласен с идеологией компании, однако всеми силами старается приспособиться, следуя общепринятым нормам поведения. Его нельзя считать надежным работником, поскольку его ничего не держит в компании, поэтому он может уволиться в любой момент, а также может совершить действие, которое не сопоставляется с интересами и целями турфирмы, но удовлетворяет его личные цели;

3. истинный сотрудник – это человек, который не отрицает ценности компании, но не согласен с установленными в ней нормами и правилами поведения. Если компания имеет возможность вносить определённые изменения в правила поведения работника и давать ему свободу выбора норм поведения, есть вероятность, что он сможет благотворно вписаться в трудовой коллектив, приспособиться к рабочему окружению и быть крайне полезным для турфирмы;

4. подкидной сотрудник – это человек, отрицающий все принятие в компании нормы и правила поведения, ценности, противопоставляет себя всему коллективу и создает конфликтные ситуации, возможно подобное происходит из-за непонимания важности разделения с коллективом корпоративных ценностей и культуры, из-за недостатка нужных турфирме hard и soft skills [2].

Плодотворность деятельности туристской организации во многом определяется психологическим климатом в коллективе и проявляется в тех

взаимоотношениях, которые устанавливаются между сотрудниками на основе объективных условий и субъективных взаимосвязей между ними. Данные правила обеспечивают сплоченность работников, психологический климат для работы, правильный механизм работы, успешное решение задач, единства коллектива, стремление к достижению высоких результатов, создание условий для продуктивной работы.

На сплоченность трудового коллектива турфирмы положительно влияет формирование традиций и установление обязательных для исполнения норм и правил поведения работников. Поскольку туристская деятельность и сфера гостеприимства – это прежде всего работа с потенциальными клиентами, то уместно время от времени подобными способами проводить интеграцию таких коллективов. Отрицательное влияние на сплоченность коллектива оказывают изоляция и неправильное построение коммуникативных связей. Для идеального психологического климата нужен переход от групповых отношений к личностным, для более эффективной производственной деятельности. Для достижения этой цели приветствуется обмен опытом, периодическое повышение квалификации и приглашение экспертов области туризма.

Психологический климат коллектива – это показатель изменения динамики взаимоотношений внутри турфирмы. Главной особенностью которого выступает характер профессионального восприятия и мышления, на процесс принятия решений.

Психологический климат также формирует личностные требования к коллегам и отсюда возникает психологическая совместимость или

несовместимость сотрудников. Психологическая совместимость – это сочетание психологических характеристик двух и более субъектов, оказывающее позитивное влияние на процесс и результат взаимодействия, в то время как психологическая несовместимость – это различия в восприятии, мышлении, каких-либо врожденных и приобретенных свойствах личности, которые препятствуют совместной деятельности [3].

Правильный механизм работы – направленность членов коллектива на успешное решение задач и постоянное создание позитивных внутриколлективных отношений для достижения высокого уровня развития организации. Достигнутые результаты коллектива проявляются в успехах организации в ходе решения стоящих перед ней задач.

В турфирме огромное значение имеют особенности поведения, которые складываются из взаимоотношений с внешней средой, то есть с клиентами, и внутренней средой фирмы. То, как сотрудники турфирмы относятся к клиентам, напрямую влияет на имидж, а в последующем и бренд компании.

Взаимоотношения с клиентами базируются на психологической составляющей и необходимых условиях для удовлетворения базовых потребностей клиентов, которая подразумевает внимание к каждому психологическому типу клиентов и их составляющей: мотивации и желания.

Для понимания потребностей туристов турфирме необходимо в первую очередь грамотно подбирать персонал. Главное же для персонала турфирмы состоит в понимании следующих моментов:

– довольный клиент является лучшей рекламой, так как эмоциональная составляющая у позитивного туриста гораздо выше, чем у пассивного и недовольного;

– достижение доверия клиента первоначальная задача для персонала турфирмы, так как по принципу Парето 20% усилий приносят 80% успеха;

– каждый клиент на «вес золота» и за него нужно бороться;

– персонал турфирмы должен приспосабливаться к клиенту, а не наоборот;

– задача турменеджера наиболее полно удовлетворить потребности туриста;

– необходимость быть с туристом вежливым, чтобы в будущем он захотел вернуться в турфирму [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что сотрудники – это лицо туристской компании и первая линия при продвижении туруслуг на современном рынке. Формирование правильного поведения сотрудников турфирмы с учетом психологических компонентов, положительно влияет на все аспекты деятельности компании и оказывает благотворное влияние на эффективность работоспособности работников.

Библиографический список

1. Буйленко, В.Ф. Организационные, этические и психологические аспекты управления: Учебное пособие. Электронный документ. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/9585.html> (дата обращения: 12.10.2023).

2. Хисамутдинов, Р.Х., Гарифуллина, А.Ф. Психологические аспекты управления персоналом // Экономика и социум. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-upravleniya-personalom> (дата обращения: 12.10.2023).

3. Психологические аспекты в управлении персоналом туристской фирмы. – URL: https://turizm/psihologicheskie_aspekty_upravlenii_personalom_turistskoj_firmy (дата обращения: 12.10.2023).

4. Емелин, С.В. Технология и организация турагентской деятельности: Учебное пособие / С.В. Емелин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 309 с.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF TRAVEL AGENCY PERSONNEL MANAGEMENT

E.V. Galimzyanova^a, A.A. Zinovyeva^b

^a University management TISBI, Kazan

^b Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: alf_iusha@mail.ru

Annotation: This article discusses the main psychological aspects of personnel management of a travel company. The key psychological factors affecting the efficiency of travel agency employees are also analyzed.

Keywords: psychological aspects of personnel management of a travel company.

УДК 338.48

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Д.Б. Горобец^а, Г.Р. Муртазина^б

^а Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, г.Казань

^б Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, г.Казань

Казань, Россия, e-mail: denisgorobets0405@gmail.com

Аннотация: Статья посвящена современным тенденциям развития сферы гостеприимства в России с учетом внешних и внутренних факторов. Описан опыт гостиничного сектора за последние годы с учетом влияния конъюнктуры международного и национального рынков. Обозначены основные тенденции развития предприятий индустрии гостеприимства, получившие развитие в последние десятилетия.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, туризм, развитие, современные тенденции

Индустрия туризма и гостеприимства достаточно зависима от внутренних и внешних факторов, которые как положительно, так и негативно отражаются на развитии туристического и гостиничного бизнеса. В сложившейся в первой половине 2020 года ситуации, связанной пандемией COVID-19, далее подхваченной геополитической напряженностью, сложно определить, через какое время стабилизируется вся экономическая конъюнктура [2, с. 356]. Однако

за этот период индустрия гостеприимства продемонстрировала возможность к оперативной «перестройке» под новые реалии.

Развитие рынка свидетельствует о том, что индустрия «не стоит» на месте, и это, в свою очередь, отражается на реализации новых, инновационных форматах, применяемых в системе продвижения индустрии гостеприимства. Важно понимать, что по всей России гостиничные предприятия размещены весьма неравномерно – на это влияют показатели деловой активности региона/области, уровень историко-культурной обособленности, интенсивность туристического потока и иные факторы [1, с. 87]. Не стоит исключать и государственную поддержку, которая отражается на степени развития гостиничного бизнеса на разных туристских территориях.

Индустрия туризма является одной из самых крупных отраслей мировой экономики: до пандемии её объем составил 8,8 триллионов долларов США или 10,4% от всего мирового ВВП, удельный вес в количестве всех рабочих мест – 10% [3]. В России, согласно данным Росстата, число гостиниц имеет тенденцию к увеличению (рис. 1).

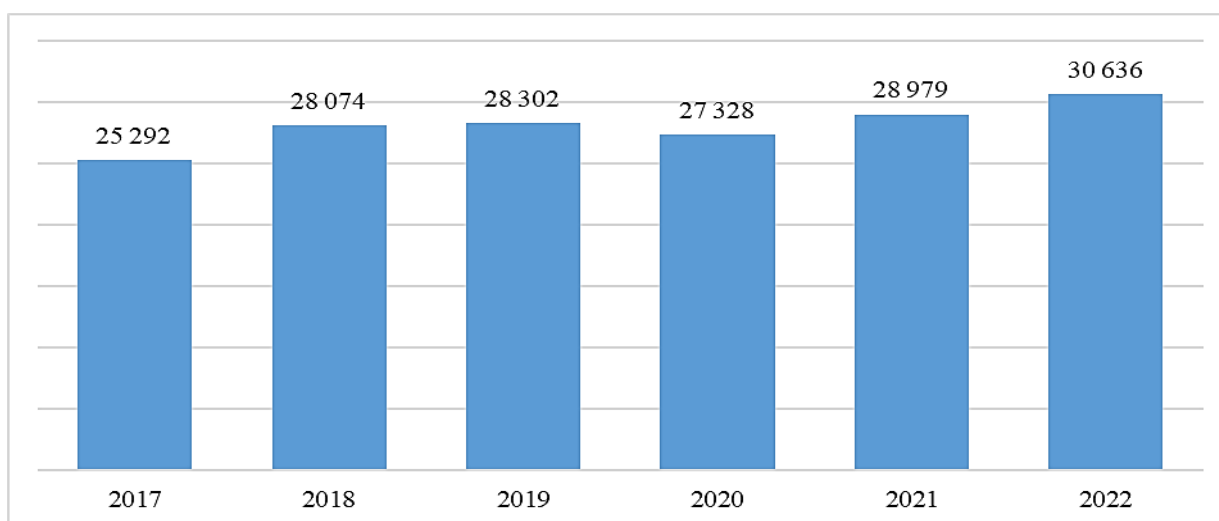


Рис. 1. Число коллективных средств размещения в России [2]

Стоит отметить, что наблюдается рост количества средств размещения (КСР) – порядка 5,7%. Если же рассматривать среднегодовую динамику в период с 2017 по 2022 гг., то стоит отметить рост порядка на 3,9% [3]. Номерной фонд в гостиницах и иных коллективных средствах размещения вырос порядка на 5%. Среднегодовая динамика в период с 2017 по 2022 гг. составила 4,0% в положительном эквиваленте [3].

Для гостиничного бизнеса 2020 г. оказался критичным по многим показателям – пандемийный период стал «откатным» тормозом в планомерном развитии гостиничной индустрии: сократились как и количество гостиниц, доходов, среднегодовая загрузка, так и снизилось количество брендированных отелей. Однако сокращение гостиничных предприятий и резкое снижение туристического потока обуславливает также и повышение конкурентного преимущества каждого «выжившего» предприятия и степени борьбы за каждого гостя. На основе анализа статистических данных стоит отметить, что в период с 2017 по 2019 гг. включительно общие значения по числу гостиниц, среднему чеку, числу ночевок и численности размещенных лиц в положительной динамике демонстрировали рост гостиничного бизнеса в России. В данный период также отмечался возросший объем строительства новых гостиниц в России, который отражался в перспективном инвестировании бизнеса. Однако события 2020 года «притормозили» реализацию инвестиционных потоков, ввиду чего, порядка 6% коллективных средств размещения из общего числа КСР закрылись.

Общегодовые показатели в период с 2017 по 2022 гг. представлены на рисунке 2. Важно отметить резкое падение доходов в 2020 г. и выход на допандемийный уровень уже в 2021 году. Значительный рост 2021-2022 гг. доходов коррелирует напрямую с развитием внутреннего туризма в стране

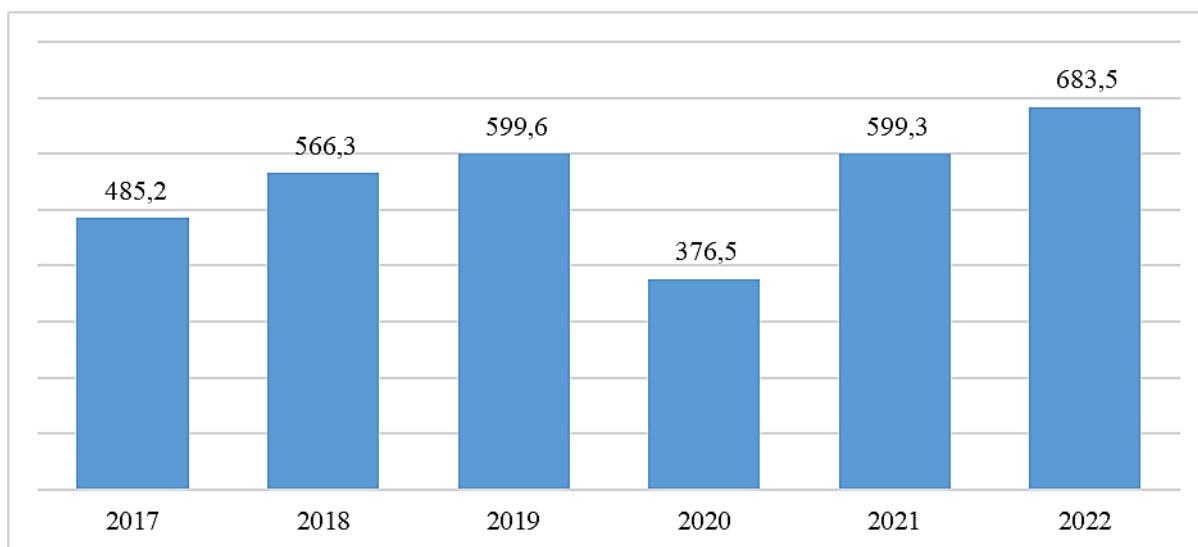


Рис. 2. Доходы коллективных средств размещения в России, в млрд руб. [2]

Ключевые показатели развития гостиничной индустрии в России, представленные на рисунках, демонстрируют плавное развитие гостиничного бизнеса вплоть до 2020 г., который стал переломным в гостиничной индустрии. Относительно снизившая свое влияние эпидемиологическая обстановка 2021 года, а также государственная поддержка гостиничного бизнеса, которая проявлялась в обнулении ставки НДС (льготный регламент действует до 30 июня 2027 года); получении кредитных каникул для предпринимателей, занятых в сфере туризма и гостиничного бизнеса с учетом соблюдения ряда условий; помощь по общей программе поддержки малого и среднего предпринимательства (в аспекте развития сектора туристической индустрии), повлекли за собой быстрый темп роста по всем показателям – начиная от

увеличения числа гостиничных предприятий и заканчивая ростом среднегодового процента загрузки (по состоянию с предыдущими отрезками).

Согласно данным онлайн-сервиса для организаций путешествий Tripadvisor, наиболее частым выбором российских туристов являются четырехзвездочные гостиницы, на долю которых приходится порядка 2/3 части от общего числа онлайн-бронирований, на втором месте – трехзвездочные гостиницы, на третьем месте – хостелы / беззвездные гостиницы и иные средства размещения [5]. К беззвездным гостиницам также относятся гостиницы, которые на данный момент времени не присвоили никакой звезды (также сюда включены гостиницы, которые находятся на стадии присвоения той или иной категории звездности).

За последние несколько лет, ввиду ряда политико-экономических факторов, большинство крупных зарубежных отельных сетей приостановили деятельность в России или полностью покинули российскую индустрию гостеприимства. Бизнес-активность в России приостановили InterContinental Hotels Group, Hyatt Hotels, Marriott, Four Seasons Hotels and Resorts [4]– то есть деятельность была приостановлена именно в вопросах открытия новых отелей и предоставления инвестиций в России, а некоторые из гостиничных цепей прекратили и операционное управление отелями. Данный фактор целиком и полностью отражает снижение развития зарубежных гостиничных цепей в структуре российского гостиничного бизнеса, что отражается на перспективной возможности развития именно российских брендов гостиничного бизнеса.

Важно отметить, что те гостиничные предприятия, которые не ушли с гостиничного рынка России в период пандемии COVID-19 и политико-экономических событий, реализуют собственную деятельность в рамках внутреннего туризма и успешно наращивают плановые показатели. С учетом современных реалий создается «тепличная» среда для дальнейшего развития внутреннего туризма. Гостиничная отрасль всё больше ориентируется на внутреннего туриста.

Таким образом, каждый из показателей влияет на развитие деятельности развития данного сегмента в регионе. Экономические факторы, во многом, негативно сказываются на развитии гостиничного бизнеса. Если рассматривать политические факторы, то они влияют как положительно, так и негативно. Нестабильность валюты также сказывается на ценах предоставления гостиничных услуг. Послабления для гостиничного бизнеса способны «вывести» предприятия из отрицательного показателя прибыли. Но введение ограничений и санкционных мер может наоборот – притормозить развитие деятельности гостиницы. Снижение туристического потока на фоне происходящих событий влияет на загрузку гостиницы, при этом имеются предпосылки к развитию внутреннего туризма. На сегодняшний день наибольшую роль играют социальные и технологические факторы, которые способны повлиять на совершенствование бизнеса.

К основным тенденциям развития гостиничной индустрии в последние десятилетия относятся:

–рост предложений предоставления услуг по внутреннему туризму;

–внедрение новых информационных, компьютерных технологий, роботизация

–укрепление политики онлайн-формата и интеграция онлайн-платформ с каналами продаж, турагентами и туроператорами;

–развитие системы управления лояльностью;

–программы государственной поддержки сферы туризма и гостеприимства (например, программа туристического кэшбека от Ростуризма и др.).

Библиографический список

1. Аппалонова, Н. А. Взаимосвязь цикла системообразующего проекта и конфигурации делового цикла развития региона / Н. А. Аппалонова, Г. Р. Муртазина, С. В. Колесников // Сегодня и завтра Российской экономики. – 2015. – № 73-74. – С. 85-90. – EDN VRDADP.
2. Белоусова, И.С. Гостиничная индустрия как комплексная составляющая индустрии туризма и гостеприимства / И.С. Белоусова. – Текст непосредственный // Молодой ученый. 2015 г. №11. С. 183 – 185. Джоджуа, В. М. Направления развития процесса продвижения гостиницы с помощью инструментов SMM / В. М. Джоджуа, П. В. Ивушкина, Е. В. Усачева. – Текст непосредственный // Гостиничное дело. – 2022. – № 5. – С. 354-359. – DOI 10.33920/igt-2-2205-09. – EDN PGMTSU.
3. Главный межрегиональный центр обработки и распространения статистической информации Федеральной службы государственной статистики (ГМЦ Росстата), официальный сайт. - М., 2012-2023. – URL: <http://www.gmcgks.ru> (Дата обращения: 12.10.2023). – Текст: электронный.
4. Онлайн-издание для профессионалов гостиничной отрасли и сферы HORECA «Hotelier.pro», официальный сайт. - М., 2012-2023. – URL: <https://hotelier.pro> (Дата обращения: 12.10.2023). – Текст: электронный.
5. Система онлайн-бронирования Tripadvisor.ru, официальный сайт. - М., 2005-2023. – URL: <https://www.tripadvisor.ru/> (Дата обращения: 01.05.2023). – Текст: электронный.

MODERN ASPECTS OF HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT IN RUSSIA

D.B. Gorobets^a. G.R. Murtazina^b

^a Volga Region State University of Physical Culture, Sport and Tourism, Kazan

^b Volga Region State University of Physical Culture, Sport and Tourism, Kazan

Kazan , *Russia*, e-mail: denisgorobets0405@gmail.com

Annotation: The article is devoted to the current trends in the development of the hospitality industry in Russia, taking into account external and internal factors. The experience of the hotel sector in recent years is described, taking into account the influence of the conjuncture of the international and national markets. The main trends in the development of hospitality industry enterprises that have been developed in recent decades are outlined.

Keywords: hotel industry, tourism, development, modern trends.

РАЗВИТИЕ КИБЕРСПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

К.А. Губайдуллина^а

^аКазанский государственный федеральный (Приволжский) университет, г.

Казань

Казань, Россия, e-mail: Kamilla0501kem@mail.ru

Аннотация: Данная статья исследует тенденции развития киберспортивных мероприятий в индустрии туризма. Целью исследования является выявление методов и задач, способствующих развитию киберспортивных мероприятий в сфере туризма. В ходе исследования были разработаны основные задачи, а также приведены примеры основных методов развития киберспортивных мероприятий. Обсуждаются потенциальные проблемы и риски, связанные с развитием киберспортивного туризма. В результате формируется вывод о значимости и перспективах развития киберспортивных мероприятий в индустрии туризма и предлагаются рекомендации для заинтересованных сторон, желающих участвовать в этом растущем секторе. Данные результаты могут быть использованы организаторами мероприятий и правительственными органами для реализации стратегий по развитию данной отрасли.

Ключевые слова: киберспорт; туризм; экономика; развитие; киберспортивные мероприятия.

Развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма является одной из актуальных тенденций современных времен. Киберспорт, или электронный спорт, стал глобальным явлением, привлекающим миллионы людей со всего мира. В последние годы он стал признанным видом спорта и вызывает все большую заинтересованность.

Индустрия туризма ищет новые возможности для привлечения туристов и обнаружила потенциал киберспорта. Основные задачи развития киберспортивных мероприятий в индустрии туризма включают:

- привлечение большего числа туристов и создание новых рабочих мест в сфере киберспорта и туризма;

- развитие инфраструктуры для проведения киберспортивных мероприятий, включая создание специализированных объектов и обеспечение необходимого оборудования;

- увеличение экономического влияния киберспорта на индустрию туризма;

- повышение престижа и популярности киберспортивных мероприятий среди туристов и местного сообщества[1].

Крупные туроператоры и организаторы туристских мероприятий начали включать в свои программы посещение киберспортивных турниров и соревнований. Это позволяет поклонникам киберспорта путешествовать и одновременно наслаждаться мероприятиями своей любимой индустрии.

Киберспортивные турниры проводятся в различных странах и городах, и они привлекают множество зрителей и участников. Поэтому киберспортивный туризм становится все более популярным. Туристы, посещающие киберспортивные события, могут не только наслаждаться мероприятиями, но и познакомиться с новыми культурами и достопримечательностями страны, где проходит турнир.

Стоит также отметить, что развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма может способствовать развитию местных экономик.

Организация крупных турниров требует внушительных инвестиций, что влияет на развитие инфраструктуры и создание новых рабочих мест. Также киберспортивные команды и игроки могут стать туристскими аттракционами для поклонников, которые хотят увидеть их вживую.

Развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма предоставляет новые возможности для туристов и способствует экономическому развитию. Это позволяет объединить две популярные сферы – киберспорт и туризм, также создавать уникальные впечатления для всех участников. Киберспортивные мероприятия в индустрии туризма также способствуют укреплению международных связей. Киберспорт является универсальным языком, объединяющим людей со всего мира независимо от культурных, языковых и географических различий. Киберспортивные турниры привлекают команды из разных стран, что способствует культурному обмену и укреплению дружеских связей между разными нациями[2;4].

Не следует забывать и о влиянии, которое киберспорт может оказывать на туристскую инфраструктуру. Проведение крупных киберспортивных турниров требует наличия подходящих залов и стадионов, где могут проходить соревнования. Это может стимулировать развитие спортивной инфраструктуры, а также бизнеса вокруг киберспортсменов, таких как специализированные магазины, рестораны и развлекательные центры.

Важно отметить, что развитие киберспортивных мероприятий также может быть связано с некоторыми проблемами, такими как влияние долгих часов игры на здоровье игроков и социальное взаимодействие. В этом случае организаторы

и участники мероприятий должны придерживаться здорового образа жизни и соблюдать баланс между цифровым миром и реальной жизнью.

В целом, развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма представляет большой потенциал для развития туристского сектора. Он привлекает новую аудиторию, способствует развитию экономики, создает новые возможности для культурного обмена и способствует профессиональному росту игроков и тренеров. Развитие этого сегмента индустрии туризма может привести к созданию новых видов туристических пакетов, а также стимулировать развитие местных сообществ и экономики.

Одной из таких возможностей является организация киберспортивных туристических пакетов и экскурсий. Компании в индустрии туризма могут предлагать путешествия, включающие посещение киберспортивных турниров и событий. Туристы смогут не только наблюдать за соревнованиями, но и участвовать в особых мероприятиях, таких как встречи с игроками, мастер-классы и экскурсии по площадке турнира. Это позволит людям погрузиться в мир киберспорта, узнать о нем больше и втянуться в уникальную атмосферу соревнований.

Также возможно организовать киберспортивные круизы или туры, где туристы будут путешествовать на специально оборудованных судах или автобусах, которые будут предлагать возможность играть в популярные киберспортивные игры всей командой во время путешествия. Это может быть уникальным опытом, где участники будут иметь возможность не только

посмотреть матчи, но и лично поиграть и пообщаться с другими участниками путешествия.

Еще одним интересным направлением может быть развитие специализированных киберспортивных курортов или отелей. Такие места будут предлагать отдых и развлечения для любителей киберспорта, включая возможность играть в различные игры, наблюдать за соревнованиями на больших экранах, посещать мастер-классы и тренировки.

Киберспортивные турниры также могут стать привлекательными событиями для брендов, спонсоров и рекламодателей. Их участие в киберспортивных мероприятиях может предоставить им возможность продвигать свои продукты и услуги перед широкой аудиторией, сформированной из поклонников киберспорта. Это может привлечь масштабные инвестиции и стимулировать дальнейший рост киберспорта и туризма.

Таким образом, развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма представляет собой новую и перспективную возможность для развития туристского сектора. Киберспорт объединяет людей по всему миру и позволяет им соревноваться в виртуальной среде. Организация киберспортивных турниров и событий привлекает внимание туристов и создает новые виды туристских пакетов. Благодаря таким мероприятиям возможно погрузиться в уникальную атмосферу соревнований, пообщаться с игроками и тренерами, а также расширить культурное понимание других стран и национальностей[3]. Киберспорт также может стимулировать развитие специализированной туристской инфраструктуры, такой как стадионы и курорты, а также привлекать

спонсоров и инвестиции. В целом, развитие киберспортивных мероприятий в индустрии туризма предлагает возможности для роста и развития обеих отраслей.

Библиографический список

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.(дата обращения:01.09.2023)
2. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 295 с.(дата обращения:03.09.2023)
3. Солодников В. В., Тимофеева В. И. Киберспорт в России как объект маркетинга и социальный феномен// Социологическая наука и социальная практика. -2020. -Т. 8. -№ 1. -С. 167-187. (дата обращения: 05.09.2023)
4. Чешуин Д. С. Cybersport in educational practices / Д. С. Чешуин ; науч. рук. Л. А. Гончарова // Лингвистические и культурологические аспекты современного инженерного образования : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Томск, 10-12 ноября 2020 г. — Томск : Изд-во ТПУ, 2020. — [С. 154-156].(дата обращения:10.09.2023)
5. Jason G. R., Maria J. A., Wu M., Lee J. S., Steinkuehler C. Esports Research: A Literature Review II Games and Culture. - 2020. - Vol. 15(1). - P. 32-50.(дата обращения:10.09.2023)

DEVELOPMENT OF ESPORTS EVENTS IN THE TOURISM INDUSTRY

К.А. Gubaidullina^a

^aKazan Federal (Volga Region) University, Kazan, Russia

Kamilla0501kem@mail.ru

Annotation: This article explores the trends in the development of esports events in the tourism industry. The purpose of the study is to identify methods and tasks that contribute to the development of esports events in the field of tourism. In the course of the study, the main tasks were developed, as well as examples of the main methods of developing esports events were given. Potential problems and risks associated with the development of esports tourism are discussed. As a result, a conclusion is formed about the significance and prospects for the development of esports events in the tourism

industry and recommendations are offered to interested parties wishing to participate in this growing sector. These results can be used by event organizers and government agencies to implement strategies for the development of this industry.

Keywords: esports; tourism; economy; development; esports events.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Ю.Ю. Дюрягина^а, А.А. Зиновьева^б

^а ФГАОУ ВО «Казанский государственный федеральный (Приволжский)
университет», г. Казань

^б ФГАОУ ВО «Казанский государственный федеральный (Приволжский)
университет», г. Казань

Казань, Россия, e-mail: alf_iusha@mail.ru

Аннотация: В статье освещаются примеры использования современных инновационных подходов в развитии туристской сферы Республики Татарстан, анализируются возможные препятствия к повсеместному внедрению инновационных подходов, а также разрабатываются перспективы для дальнейшей их реализации.

Ключевые слова: инновационные подходы, инновации, туризм, сфера туризма и гостеприимства, цифровизация, информационно-коммуникационные технологии, экспериментальное внедрение.

Повышенный интерес к теме инноваций в сфере туризма и гостеприимства обусловлен возрастающими темпами развития информационно-коммуникационных технологий. Использование современных технологий в развитии туристской сферы и дальнейшее рациональное использование инноваций – это одна из приоритетных задач сферы туризма. Предприятия стремятся к повышению качества своих услуг, конкурентному преимуществу на рынке и упрощению взаимодействия с потребителем. Сфера туризма является

подходящим пространством для экспериментального внедрения инновационных технологий.

Цель данной статьи – освещение современных инновационных подходов в развитии туристской сферы Республики Татарстан, анализ возможных препятствий к повсеместному внедрению инновационных подходов, а также разработка перспектив для дальнейшей их реализации.

Важным аспектом инновационных подходов в туризме является цифровизация отрасли. Рассматривая опыт Республики Татарстан по внедрению цифрового туризма, стоит выделить несколько значимых новшеств:

- использование QR-кода вместо ключа в современных отелях: гость может открывать дверь, используя уникальный код, сгенерированный в телефоне;

- чаты с сотрудниками отеля: для получения услуги не требуется звонить на ресепшен, достаточно написать сообщение в чат специального приложения;

- оборудование гостиничных номеров по принципу «умного дома», благодаря чему устройства реагируют на голос: включается и выключается свет, открываются и закрываются шторы;

- внедрение CRM-систем (инструмент коммуникаций в бизнесе, с помощью которого стимулируют продажи, повышают лояльность клиентов, обеспечивают привлечение новых клиентов) и ERP-систем (набор интегрированных приложений или модулей для управления основными бизнес-процессами компании, такими как финансы и бухгалтерский учет, поставки, закупки, продажи, управление персоналом и др.) [1].

Цифровые технологии помогают туристам выбрать подходящий отель или гостиницу, а также снизить затраты еще на этапе планирования путешествия. Использование сервисов-агрегаторов для поиска отелей и авиабилетов позволяют сравнить цены, взятые с разных сайтов по бронированию в интернете. Также существует ресурс, который позволяет жителям Татарстана самим ознакомиться с рекомендациями для путешествий по республике, – это платформа DayByDay.tatar. На сайте собраны лучшие локации и авторские маршруты пользователей. Вы можете присоединиться к сообществу путешественников, предложив собственный маршрут или локацию.

Следует сказать и о виртуальных экскурсиях – еще одном достижении цифровизации отрасли, которое набрало популярность во время пандемии. В Экскурсионном центре г. Казани с октября 2022 года реализована эта практика. Для этого необходим лишь смартфон с доступом в интернет. Доступны несколько локаций в Казани, а также в Болгаре, Свяжске, Раифском монастыре и Храме всех религий. Кроме этого, туристам и местным жителям доступны бесплатные станции VR-просмотра, где используются очки виртуальной реальности, которые способны перенести человека на несколько десятков лет в прошлое и показать, какой была Казань раньше.

Новый развивающийся формат отдыха в Татарстане – тропостроение. Речь идет о Волжской Тропе – пешеходной тропе вдоль правого берега Волги, длина которой 350 км. Специально для самостоятельных путешественников, которые представляют большую часть туристов на тропе, разработано мобильное

приложение, которое содержит набор полезных функций. Сервис сопровождает туриста в пути, обеспечивая комфорт и безопасность.

Цифровизация в большей степени затрагивает достопримечательности города и объекты показа, что способствует большему привлечению иностранных и иногородних туристов. Пользуются спросом у туристов масштабные мероприятия, куда внедряются различные современные световые и звуковые эффекты. В качестве примера – световое шоу на стенах Казанского кремля в рамках Международного экономического форума «Россия – Исламский мир: KazanForum2023», который прошел в мае 2023 года. Изображения, включающие исторические зарисовки, символы и атрибуты традиционного ислама проецировались на стены кремля. Большое количество людей стали свидетелями светового шоу.

В сентябре 2023 года в Казани прошел «НУР» – ежегодный международный фестиваль медиаискусства. События фестиваля охватили свыше 10 локаций города, куда вошли аудиовизуальные инсталляции, выставка цифрового искусства и маппинг-шоу от знаменитых студий, объединений и самостоятельных художников из России, Чили, Мексики, Италии, Японии, Канады и других стран мира. Кроме того, образовательная программа фестиваля включала 12 бесплатных событий, в числе которых лекции, дискуссии и artist talk. Художники, кураторы фестивалей, креативные продюсеры и другие лидеры индустрии рассказали о своем пути, поделились личным опытом и ответили на вопросы слушателей [2]. Фестиваль, затрагивая передовые цифровые технологии, пользуется широкой популярностью у молодежи. Подобные

проекты способствуют привлечению молодых туристов в Казань, повышают ценность внутреннего туризма.

Продолжая тему цифровизации и масштабных городских мероприятий, стоит сказать, что в 2024 году в Казани пройдут «Игры будущего» – первое в истории спортивное шоу в концепции фиджитал, объединяющее соревнования в физическом и цифровом измерениях [3]. Данное шоу также удовлетворяет интересам молодежи и привлекает ее принять участие в событии, посетив город Казань. Учитывая это, можно предположить, что в 2024 году город ждет большой поток туристов из других регионов.

Внедрение инновационных подходов в сфере туризма и гостеприимства однозначно имеет множество преимуществ, однако существует вероятность столкновения с препятствиями при внедрении этих подходов, например:

- отсутствие финансирования: внедрение инноваций требует значительных инвестиций, которые не всегда доступны для малых и средних предприятий в сфере туризма, ограниченные бюджеты могут ограничивать возможности разработки и реализации инновационных идей;

- низкая осведомленность: предприниматели в сфере туризма могут не иметь достаточного знания о новых технологиях и инновационных подходах, которые могут быть полезны для их бизнеса;

- сопротивление изменениям: предприниматели и работники в сфере туризма могут сопротивляться изменениям;

- сложный процесс внедрения: сложные процедуры получения разрешений или лицензий могут замедлить процесс внедрения новых идей;

- технические проблемы: недостаточная инфраструктура или неподготовленность персонала к работе с новыми технологиями;

- культурные и социальные факторы: туристические места и сообщества могут быть привязаны к традиционным способам работы и не готовы к изменениям.

Преодоление препятствий при внедрении новых технологий в сферу туризма является необходимым для развития отрасли и повышения ее конкурентоспособности. Разработка перспектив для дальнейшей реализации современных инновационных подходов в развитии туристской сферы Республики Татарстан может включать следующие шаги:

- анализ текущего состояния туристической сферы в Республике Татарстан, включая оценку потенциала, проблем и возможностей;

- исследование мировых тенденций и передовых практик в развитии туризма, включая изучение опыта других регионов и стран;

- проведение консультаций с заинтересованными сторонами, такими как представители туристических компаний, отельеры, предприниматели и туристические ассоциации, для выявления потребностей и предложений;

- создание инновационных программ и проектов, направленных на привлечение туристов и повышение качества туристических услуг: разработка новых туристических маршрутов, внедрение современных информационных технологий, развитие экологического туризма и др.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть необходимость дальнейшего применения инновационных подходов в развитии туризма и гостеприимства в

Республике Татарстан. Использование информационных технологий, создание новых туристических продуктов, развитие экологического туризма и устойчивого развития, а также улучшение качества обслуживания и инфраструктуры являются ключевыми аспектами инновационного развития отрасли. Проанализированы возможные препятствия к повсеместному внедрению инновационных подходов. Статья также подчеркивает важность изучения передовых практик и успешных проектов в других регионах и странах, которые могут быть адаптированы и применены в Татарстане.

Библиографический список

1. Деловой интернет-портал TatCenter. Цифровой туризм: опыт Татарстана. URL: <https://tatcenter.ru/conferences/czifrovoj-turizm-opyt-tatarstana/> (дата обращения: 06.10.2023).
2. НУР. URL: <https://nurfestival.com> (дата обращения: 06.10.2023).
3. Игры будущего. URL: <https://gofuture.games> (дата обращения: 06.10.2023).

INNOVATIVE APPROACHES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND HOSPITALITY IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Y.Y. Dyuryagina^a, A.A. Zinovyeva^b

^a Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

^b Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: alf_iusha@mail.ru

Annotation: The article highlights examples of the use of modern innovative approaches in the development of the tourism sector of the Republic of Tatarstan, analyzes possible obstacles to the widespread introduction of innovative approaches, and also develops prospects for their further implementation.

Keywords: innovative approaches, innovations, tourism, tourism and hospitality, digitalization, information and communication technologies, experimental implementation.

ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

С.М. Иванов^а, А.В. Танина^б

^аГосударственный институт экономики, финансов, права и технологий, г.

Гатчина

^бГосударственный институт экономики, финансов, права и технологий, г.

Гатчина

Гатчина, Россия, e-mail: semyon.ivanov127@mail.ru

Аннотация: основное внимание в работе уделено тому, каким изменениям подвержен имидж бренда в условиях повестки устойчивого развития. Целью работы выступает разработка рекомендаций для создания устойчивого имиджа туристской дестинации. В качестве существующего опыта рассмотрены проекты по созданию устойчивого имиджа туристического бренда Фарерских островов. Предложены варианты возможного использования зарубежного опыта в России.

Ключевые слова: устойчивый туризм, устойчивое развитие, устойчивый имидж, бренд туристской дестинации.

В условиях существования тенденции роста доли туризма в экономике туристские дестинации часто становятся территориальным брендом страны или региона. Становление туристской дестинации как бренда предполагает появление характерных черт, присущих бренду. Среди таких черт особенное внимание стоит уделить имиджу бренда. Важно уточнить, что будет пониматься

под брендом в контексте работы, т.к. подходы к определению бренда могут быть разными [5].

Так, в контексте работы под брендом туристской территории стоит понимать нечто, что привлекает положительное внимание со стороны потребителей и отличает турпродукт, связанный с данной территорией, от других схожих предложений на рынке [8]. Существует схожее понятие торговой марки, однако бренд можно представить в роли надстройки, которую сложно привязать к временному отрезку, и которая создает дополнительную ценность торговой марки [9]. Внутри же самого бренда можно выделить два взаимосвязанных, но противоположных по смыслу понятия: имидж и идентичность. Идентичность отражает то, как сами создатели бренда видят его положение на рынке, а имидж отражает текущее восприятие бренда в глазах потребителей [1]. Таким образом, бренд как явление складывается из идентичности и имиджа, и последнее занимает в формировании бренда значительно большую часть.

Бренд не существует и не развивается в вакууме. На его состояние влияют различные внешние факторы, среди которых значительное влияние оказывает общемировая повестка. Если бренд выбивается из общей повестки, он перестает быть успешным. На момент написания работы (осень 2023 года) высокую актуальность имеет рассмотрение вопроса сквозь призму повестки устойчивого развития [2]. Следствием растущей необходимости наличия фактора устойчивости будет стремление создателей бренда к формированию ярко выраженных черт, свидетельствующих о соответствии бренда предъявляемым требованиям.

Само изменение имиджа бренда происходит путем смены его идентичности, т.е. того, как его видят его создатели. Работа над обновлением имиджа бренда включает в себя набор мероприятий, количество которых будет зависеть от степени расхождения текущего имиджа с желаемым.

Добиться того, чтобы туристская дестинация начала восприниматься в глазах посетителей как устойчивая, можно различными методами. Начальным шагом должна быть оценка текущего уровня устойчивости туристской дестинации. Поскольку само по себе понятие туристской дестинации довольно обширно, и она далеко не всегда будет коммерческим предприятием (или вовсе не будет предприятием). Стоит также уточнить, что в случае с брендом территории в роли создателей бренда могут выступать одновременно и местные сообщества, и местные разработчики туристской политики (органы власти), и предприниматели. При возникновении необходимости в оценке текущего состояния туристской дестинации в контексте устойчивости хорошим решением будет использование уже готовых способов. Например, интересным решением видится использование Критериев для дестинаций, разработанных Глобальным советом по устойчивому туризму (GSTC) [7], когда речь идет о целой территории или проведение процедуры присвоения ESG-рейтинга, если в создании устойчивого имиджа заинтересована конкретная организация [2]. Критерии могут быть разделены на группы: устойчивое развитие, социально-экономическая устойчивость и экологическая устойчивость. Когда текущее состояние дестинации оценено, а проблемы выявлены, перед создателями бренда возникает задача по разработке набора мероприятий, призванных обратить

внимание туристов на то, какие усилия прикладывает конкретный бренд для достижения целей устойчивого развития.

Универсальный набор мероприятий для создания имиджа устойчивого бренда туристской дестинации подобрать сложно, поэтому подход в каждом случае будет индивидуальным. В случае, если предварительная оценка показала, что условная туристская дестинация сама по себе способствует поддержанию устойчивости, то это нужно доносить заметными, но не навязчивыми способами. Например, в городском парке, на территории которого присутствуют водоемы, можно устанавливать информационные стенды, посвященные тому, как посадка деревьев на берегах водоемов помогает регулировать поверхностный сток воды, спасти берега от разрушения и поддерживать таким образом хорошее состояние водных и наземных экосистем. Стоит дополнить, что при использовании подобных методов важно не перейти черту, когда информирование об устойчивости собственного бренда перетекает в гринвошинг [2].

Формирование устойчивого имиджа территории будет происходить под влиянием информации, полученной туристом из различных источников. Показательный эксперимент проводился в 2019 и 2021 гг. на территории Фарерских островов во время проведения проекта «Closed for maintenance, open for voluntourism» («Закрыто на ремонт, открыто для волонтеров»). Целью проекта было привлечение туристов в качестве волонтеров, готовых участвовать в восстановлении природных объектов, в то время как для массового туризма задействованные в проекте территории были закрыты. Работы в 2019 году были запланированы на 2 дня, и для них требовалось привлечь 100 человек, а по итогу

заявки подали более 3000 желающих. Отобраннным участникам предоставлялись бесплатное проживание и питание, а также скидки на авиабилеты. Во время второго этапа проекта в 2021 году заявки подали уже более 10 тыс. желающих. Такая акция стала примером эффективного зеленого маркетинга, благодаря которому Фарерские острова и местные разработчики туристской политики стали больше упоминаться в контексте устойчивости [6].

В России существует большое количество природных территорий, являющихся туристскими дестинациями, которые требуют постоянного ухода. Реализация подобных проектов на территории РФ не только помогла бы создать устойчивый имидж разным туристическим направлениям, но стала бы серьезным шагом в развитии устойчивого туризма в стране в принципе. Примером тому может служить горный парк «Рускеала» в Республике Карелия. Популярность этого направления продолжает расти даже на фоне неблагоприятной экономической обстановки периода 2020-2023 гг. Вокруг данной дестинации сконцентрировано большое количество заинтересованных лиц как из крупного бизнеса, так и из малого и среднего [3]. Но на данный момент стейкхолдеры мало заинтересованы в формировании дополнительного устойчивого имиджа для данной территории, т.е. потребителю предлагают наслаждаться природой, но практически не напоминают о том, что необходимо прикладывать усилия по ее сохранению. В сознании массового туриста со временем может сложиться впечатление, что существование проекта наносит вред большому участку земли, и следствием этого может быть снижение прибыли заинтересованного в «Рускеале» бизнеса. Проведение акций по типу

упомянутого проекта с Фарерских островов могло бы внести положительный вклад в формирование устойчивого имиджа территории.

Устойчивый туризм предполагает также вовлечение местных сообществ в экономическую деятельность без ущерба для их места для жизни. Логичным шагом было бы информирование туристов о том, какой вклад в обеспечение района рабочими местами вносит «Рускеала».

Выводы таковы, что в условиях постепенного разворота общественной мысли в сторону устойчивого развития туризм как сфера экономики не сможет проигнорировать такие тенденции, и всем стейкхолдерам придется принять данный факт. Чем дальше будет развиваться устойчивый туризм, тем больше различные бренды туристической индустрии будут заинтересованы в создании устойчивого имиджа, ведь менее устойчивые просто будут становиться неконкурентоспособными.

Библиографический список

1. Иванов, С. М. Национальная идентичность в сервисе и туризме / С. М. Иванов // Управление социально-экономическим развитием: инновационный и стратегический подходы : Сборник научных трудов по материалам Национальной научно-практической конференции, Гатчина, 24 декабря 2021 года. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2022. – С. 180-183. – EDN RDTPGT.
2. Иванов, С. М. Проблемы ложных решений и гринвошинга в контексте esg-повестки / С. М. Иванов // Современные парадигмы устойчивого развития региональных социально-экономических систем в условиях роста неопределенности внешней среды : Материалы Международной научно-практической конференции, Гатчина, 21 апреля 2023 года. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2023. – С. 93-99. – EDN KIGOTK.
3. Карелия поставила туристический рекорд. Что будет дальше? // РБК // 03.01.2023 // [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/03/01/2023/63b31e9d9a7947ed1d886332 (дата обращения: 23.10.2023).
4. Танина, А. В. Маркетинг в туризме и брендинг территорий / А. В. Танина ; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. – Санкт-Петербург : Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2019. – 168 с. – ISBN 978-5-7422-6614-3. – EDN VVEUVE.

5. Шишкин А.Н. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ БРЕНДА // Экономика и социум. 2019. №12 (67). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-osnovnyh-podhodov-k-opredeleniyu-ponyatiya-brenda> (дата обращения: 23.10.2023).

6. Lis, W.; Dymitrow, M.; Grzelak-Kostulska, E. Tourists Becoming Involved: The Influence of Pro-Environmental Voluntourism on Destination Image Formation. Tour. Hosp. 2022, 3, 706-719. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3030043> (дата обращения: 23.10.2023).

7. Translations of the GSTC Criteria // Global Sustainable Tourism Council // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/criteria-translations/> (дата обращения: 23.10.2023).

8. What is 'Brands' // The Economic Times // [Электронный ресурс]. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/brands> (дата обращения: 23.10.2023).

9. What Is the Difference Between a Brand Name & a Trade Mark? // CHRON. // [Электронный ресурс]. URL: <https://smallbusiness.chron.com/difference-between-brand-name-trade-mark-3580.html> (дата обращения: 23.10.2023).

CREATING A SUSTAINBLE BRAND IMAGE OF A TOURIST DESTINATION

S.M. Ivanov^a, A.V. Tanina^b

^aState Institute of Economic, Finance, Law and Technology, Gatchina city, Russia

^bState Institute of Economic, Finance, Law and Technology, Gatchina city, Russia

Gatchina city, Russia, e-mail: semyon.ivanov127@mail.ru

Annotation: the main attention in the work is paid to what changes the brand image is subject to in the context of the sustainable development agenda. The purpose of the work is to develop recommendations for creating a sustainable image of a tourist destination. As an existing experience, projects to create a sustainable image of the tourist brand of the Faroe Islands are considered. Variants of possible use of foreign experience in Russia are proposed.

Keywords: sustainable tourism, sustainable development, sustainable image, brand of a tourist destination.

**ЖЕНЩИНЫ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ
ПРЕДПРИЯТИЕМ В РОССИИ: КОНЦЕПЦИИ ЛИДЕРСТВА И ИХ
РЕАЛИЗАЦИЯ**

А.А. Комарова^а, Х. Баутиста^б, Р. Занди^в

^аКазанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань, Россия

^б Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань, Россия

^вУниверситет Хакима Сабзевари, Сабзевар, Хорасан Разави, Иран

г.Казань, Россия, Хорасан Разави, Иран, e-mail:alisa.komarova720@gmail.com

Аннотация: В статье рассмотрена проблема женщин на лидерских позициях в корпоративной среде. Хотя в индустрии гостеприимства наблюдается рост, лишь немногие женщины занимают высокие руководящие должности. В гостиничном секторе преобладают женщины со средним показателем 5,8 процента рабочей силы, но управляются мужчинами, поскольку женщины в основном находятся на должностях, которые стереотипно приписываются их полу, таких как маркетингу, директора по продажам и уборку на объектах. Установлены причины, лежащие в основе неравенства, а также качества и перспективы, присущие женщинам-управленцам.

Ключевые слова: лидер, женщина, качества, руководитель, туристская индустрия

Введение. В условиях быстро сменяющихся событий в российской экономике вопрос трудоустройства и занятости населения привлекает особое внимание. Нынешний период представляет собой симбиоз нестабильности и стремительно развивающихся неблагоприятных сценариев дальнейшего

функционирования общества. Так, по данным Росстата уровень безработицы в России на 2020 год составил 5,75 % в виду нестабильной эпидемиологической ситуации в данный период [1]. В 2022 году этот показатель сократился до 3,9%, что говорит о положительной динамике на рынке труда. Однако, несмотря на увеличение трудоустройства населения, в сфере занятости по-прежнему остается ряд проблем, привлекающих внимание общества. На глобальных рынках труда сохраняется гендерное неравенство, что в свою очередь негативно сказывается на темпах развития экономических отношений [2,3]. В большинстве уголков мира вероятность увольнения женщин выше, чем мужчин на этой же должности. А если же все-таки рабочее место сохраняется, то на менее привлекательных условиях. Занятость в туризме имеет ряд особенностей, среди которых особый интерес вызывает увеличение процента женского труда. По данным ВТО (Всемирной туристской организации), больше половины работников в индустрии туризма являются женщинами. Именно эта отрасль на сегодняшний день особо популярна среди представительниц прекрасного пола [4,5]. Возможность продемонстрировать качественное выполнение работы, определенный лидерский потенциал в концепции дальнейшего процветания туристской сферы – положительно сказывается на темпах роста этой области экономики.

Материалы и методы. Одним из главных вопросов в сфере управления туристским предприятием является вопрос лидерства и его реализация на практике управления. Поскольку в настоящее время большое количество женщин занято на рынке труда, встает вопрос об их лидерстве, как управленцев туристскими организациями [6,7]. Высокий интерес к данной теме

обуславливается также увеличением значимости человеческого фактора в управлении компанией, усложнением всевозможных сфер взаимодействия между решением руководителя и успехом компании.

Руководитель считается доминирующей личностью в созданной группе, компании. Он осуществляет интеграцию достаточно большого количества ролей в свое поведение. Каждая из них требует от обладателя конкретную квалификацию и компетенцию. Из числа вопросов, пребывающих в зоне ответственности руководителя, главными считаются: установление и формирование конкретного вида координационной культуры; создание результативной коммуникации внутри компании; создание коалиций, формирование партнерских взаимоотношений; быстрое, своевременное реагирование на изменения в динамике внешней сферы и руководство преобразованиями.

В промежутке с 1930-х, 1950-х годах в Англии и Соединенных Штатах Америки существовало регулярное исследование самого определения лидерства и его вытекающих структур в больших масштабах [8]. Данные изучения устанавливали определенные «мишени» в собственных работах, основная задача которых, заключалась в обнаружении индивидуальных свойств результативных управляющих. В согласовании с индивидуальной концепцией лидерства лучшие управленцы владеют конкретным «комплексом» личных характеристик единых для всех. Можно выделить основные качества, такие как уровень умственных способностей, тяга к познаниям, яркая приятная внешность, порядочность, рассудительность, предприимчивость и решительность. Перечисленные ранее

характеристики управленца присуще в том числе и женщинам, поэтому все большее распространение получает суждение, что женщины в сфере управления могут составить конкуренцию многим мужчинам. Такие представительницы прекрасного пола обладают набором определенных качеств, которые в том числе характеризуют лидера: инициативность, целеустремленность, жесткость, дисциплинированность, самоуверенность, решительность.

Изменение тенденций в восприятии лидерских позиций женщинами приводит к необходимости трансформации в положениях о гендерном равенстве не только в секторе туризма, но и в более глобальных масштабах. Положительные сдвиги уже наблюдаются в туристской индустрии, что отражается в конкретных мероприятиях. Ярким примером служит назначение женщины на роль управленца в Уганде, где пост руководителя организации владельцев отелей впервые в истории страны заняла женщина. Согласно сведениям изучения, более пятидесяти процентов трудящихся в области туризма – девушки. В других отраслях экономики, в среднем, их часть составляет не более 39%. Удивителен и другой факт: разрыв в уровне оплаты между мужчинами и женщинами в индустрии туризма составляет 14,7%. Другие сектора располагают более высокими показателями, равными 16,8%. Если рассматривать политическую сферу, то здесь также создается наиболее благоприятная картина, количество женщин, находящихся на посту министра туризма, составляет 23% [9]. В других сферах девушки-министры занимают лишь 20,7%.

Бесспорно, технологический и информационный прогресс также положительно сказался на создании фундамента для продвижения гендерного равенства в мире. Возможность работы из дома, минимальный физический труд, доступность к высшему образованию – все эти нюансы только стимулируют приобщение к работе женской части населения [8,10]. Однако стоит отметить, что личные профессиональные качества также имеют не малое значение.

Качества, присущие лидеру разнятся с привычным образом девушки. В таком подходе доля мягкости, чуткости и хрупкости очень мала, так как это может помешать дальнейшему продвижению по карьерной лестнице. Само понятие руководителя-лидера подразумевает наличие некоего железного стержня внутри человека, некий непоколебимый дух, который с образом девушки не сочетается в представлениях многих людей. Однако лидерство включает в себя не столько силу, сколько умение преодолевать возможные трудности и последующие перемены во внешней, а также внутренней среде. В данном случае женщина-лидер более мобильна и гибка с точки зрения принятий решений.

Многие психологи отмечают существенную разницу в восприятии мира мужчинами и женщинами. Первые крепки и статичны, вторые гибки и проворны. Первые принимают решения, отталкиваясь от своего мнения и эго, вторые обращаются к консенсусу и голосу интуиции. Здесь подключается такое понятие как мягкое воздействие путем содействия, которое «сильному» полу дается труднее, нежели «слабому».

Рассматривая туристскую индустрию, где управляющий ориентирует, направляет действия исполнителя вместо того, чтобы оказывать давление собственными видениями, суждениями и задачами, оказывает самое эффективное воздействие, которое в последующем приводит к улучшению микроклимата в организации. Мягкое воздействие, которое в большей степени присуще женщинам, обладает весомым результатом в ходе своей работы, так как происходит «безболезненно» для других сотрудников компании. Возможно, такая схема поможет обществу начинать функционировать в правильном русле, закрепляя за собой цель в осуществлении заданной миссии, формулировка которой формируется с заинтересованной руководящей стороны.

Заключение. Проблема лидерства в туристской индустрии в России считается основной для совершения координационной результативной работы компании, трудящихся в области туризма. Первенство предполагает под собой своеобразный вид административного взаимодействия, базирующийся в наиболее результативной комбинации разных вариаций управления и власти, а также ориентированный на стимулирование людей к достижению единых задач. Рассмотрев вопрос о лидерстве женщины, можно с уверенностью сказать, что руководителями в туристском бизнесе могут выступать как мужчины, так и женщины.

Если не будет существовать лидерства как явления в обществе, то компания, в нашем случае туристической отрасли, обладает значительно меньшим количеством шансов достичь наибольшей продуктивности и производительности, согласия во взаимоотношениях между работниками.

Девушки-руководители акцентируют внимание на значимости определения четкой цели, координируют работу сотрудников, воздействуя на них без давления, имеют навык лабильного общения. В конечном итоге, лидерские возможности – это не ограниченное знание, а достаточно обширное понятие, включающее в себя определенный набор лидерских качеств, которые доступны не только мужчинам, но и женщинам.

Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики (Росстат): [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/10572707> (Дата обращения: 18.08.2023)
2. Babakus, E., Yavas, U., Karatepe, O. M., & Avci, T. (2003). The effect of management communication to service quality on employees' affective and performance outcomes. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(3), 272-286.
3. Baum, T. (2013). *International perspectives on women and work in hotels, catering, and tourism*. Geneva: International Labor Organization.
4. Biswas, R., & Cassell, C. (1996). Strategic HRM and the gendered division of labour in the hotel industry: A case study. *Personnel Review*, 25(2), 19-34.
5. Brownell, J. (1994a). Women in hospitality management: General managers' perceptions of factors related to career development. *International Journal of Hospitality Management*, 13(2), 101-117.
6. Brownell, J. (1994b). Personality and career development: A study of gender differences. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(2), 36-43.
7. Carbery, R., Garavan, T. N., O'Brien, F., & McDonnell, J. (2003). Predicting hotel managers' turnover cognitions. *Journal of Managerial Psychology*, 18(7), 649-679.
8. Clark, R. A., Hartline, M. D., & Jones, K. C. (2009). The effects of leadership in hotel employees' commitment to service quality. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(2), 209-231.
9. Eurostat. (2009). *Tourism statistics*. Retrieved from http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_statistics (дата обращения 10.10.2023)
10. Galanaki, E., Papalexandris, N., & Halikias, J. (2009). Revisiting leadership styles and attitudes towards women as managers in Greece. *Gender in Management: An International Journal*, 24(7), 484-504.

WOMEN IN THE FIELD OF TOURISM ENTERPRISE MANAGEMENT IN RUSSIA: LEADERSHIP CONCEPTS AND THEIR IMPLEMENTATION

A.A. Komarova^a, H. Bautista^b, R. Zandi^c

^aKazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

^b^aKazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

^cHakim Sabzevari University, Iran

Kazan, Russia, Razavi Khorasan, Iran, *e-mail*: alisa.komarova720@gmail.com

Annotation: The article discusses the problem of women in leadership positions in the corporate environment. While their participation has been growth in tourism and hospitality industry, few women hold senior leadership positions. The hotel sector is dominated by women, with an average of 5.8 per cent of the workforce, but is run by men, as women are mostly in positions that are stereotypically attributed to their gender, such as marketing, sales directors and cleaning or housekeeping. The reasons for underlying inequality have been established, as well as the qualities and perspectives inherent in women managers.

Keywords: leader, woman, qualities, head, tourism industry

МОЛОДЕЖЬ КАК ОСНОВНОЙ РАБОЧИЙ РЕСУРС В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ

Х.М. Латипов^а, Потапова Л.Е^б

^а Казанский государственный федеральный (Приволжский) университет,
г.Казань,

^б Казанский государственный федеральный (Приволжский) университет,
г.Казань,

Казань, Россия, e-mail: latipov-01@mail.ru

Аннотация: В данной статье изучена актуальность рабочей силы среди молодежи в туристском секторе. Также, выявлена и рассмотрена проблема нежелания студентов после окончания учебы идти работать по специальности. В результате, выявлены рекомендации по повышению мотивации выбора сферы туризма как место работы после выпуска с университета.

Ключевые слова: туризм; образование; рабочая сила.

Правильный выбор персонала влияет и имеет решающее значение для сервисных организаций и их эффективности, поскольку сотрудники являются неотъемлемым компонентом сервисных продуктов, которые играют ключевую роль в формировании их качества. Привлечение и удержание высококвалифицированного персонала, который сможет обеспечить превосходное обслуживание клиентов, должно восприниматься как первоочередная задача для каждого предприятия, стремящегося успешно

работать на туристическом рынке. Студенты склонны работать в туристической отрасли, тем более что многие из них меняют свои карьерные планы и покидают отрасль после окончания учебы. Таким образом, цель исследования состоит и в том, чтобы выявить отношение молодежи к своей будущей карьере в секторе туризма и выявить потенциальные препятствия на пути к работе в отрасли после окончания учебы.

Исследование проводилось в высшем учебном заведении - Казанском Федеральном университете, где 80% респондентов обучаются на направлении «Туризм», 10% респондентов «Дизайн» и остальные 10% - «Программная инженерия».

В настоящее время признается ключевая роль сотрудников в предоставлении качественных услуг, в общей эффективности организации. Позитивный настрой персонала и отзывчивость создают благоприятное впечатление на клиентов, и наоборот, низкоквалифицированный персонал может не соответствовать ожиданиям более требовательных посетителей, что отрицательно сказывается на качестве обслуживания и степень удовлетворенности клиентов [2].

Обоснованием этой статьи является динамичный рост туризма в России, а также развитие туристического образования на уровне университетов страны. Новые возможности в финансировании (гранты, проекты, программы и стипендии) создают особую возможность развиваться в сфере туризма и реализовывать свои проекты во время учебы, а также и после ее окончания. Статистика показывает, что не каждый студент, окончивший университет, идет

работать по своей специальности, что создало предпосылки исследования проблемы.

Отношение студентов к туристическому сектору как потенциальной сфере будущей работы формируется множеством различных факторов. Например, привлекательностью сектора (заработная плата, система мотивации, карьерный рост, возможность командировок в другие страны и т.д) или же личные причины. Гетс выявил факторы, которые негативно повлияли на отношение к потенциальной карьере в сфере туризма: «Объяснения можно найти в отсутствие местной подготовки, текущих проблемах в местной индустрии туризма и восприятии того, что такая работа нежелательна» [1]. Такие отрицательные показатели удержания выпускников сферы туризма на местах работы могут привести к увеличению расходов на поиск, обучение сотрудников, что может стать еще одной причиной беспокойства в данной отрасли.

Результаты опроса показали, что 91,7% студентов работают на данный момент (т.е совмещают учебу в университете с работой), но эти же респонденты, по результатам в 54,5%, ответили, что их работа никак не относится к их специальности. Респонденты, которые не работают на данный момент, ответили с результатом в 50%, что после окончания учебы пойдут работать по специальности (рис.). Выявилась тенденция: опрошенные студенты, которые имеют опыт работы, в большинстве не работают по специальности, и наоборот, студенты, не имеющие опыта работы, желают попробовать податься в этом направлении.

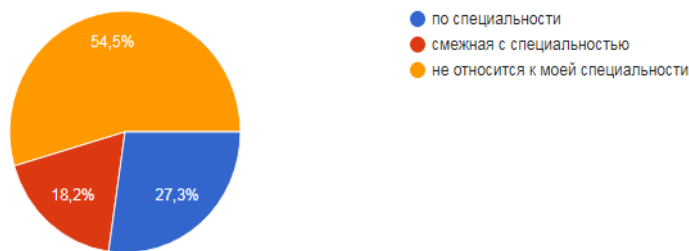


Рис.1. «Отношение работы к специальности»

Источник: составлено автором в Google Forms

Результаты исследования свидетельствуют о том, что карьерные намерения сохраняются на этапе обучения по специальности, но выбор работы падает на смежные или совсем другие специальности.

Для роста числа работников по специальности, стоит обратить внимание на:

- прохождение практики на туристских предприятиях;
- участие в профессиональных ярмарках;
- общение с специалистами – практиками;
- изучение программных обеспечений, связанных с работой.

Таким образом, общее отношение выпускников к работе в туризме может отличаться от намерений работать в конкретных подсекторах. Стоит уделить особое внимание на этапе обучения студентов по направлению специальности «Туризм», в результате чего появится множество желающих заполнить рабочие места в отрасли, а также поможет самими работодателям сократить расходы на поиск и обучение сотрудников.

Библиографический список

1. Getz, D. (1994). Students work experiences, perceptions and attitudes towards careers in hospitality and tourism: C. 25-37.
2. Lee, J., Ok, C. (2012) Reducing burnout and enhancing job satisfaction: C. 1101-1112.

YOUTH AS THE MAIN LABOR FORCE IN THE TOURISM SECTOR

H.M. Latipov^a, L.E. Potapova^b

^a Kazan State Federal (Volga Region) University, Kazan,

^b Kazan State Federal (Volga Region) University, Kazan,

Kazan, Russia, e-mail: latipov-01@mail.ru

Annotation: This article examines the relevance of the labor force among young people in the tourism sector. Also, the problem of students' unwillingness to go to work in their specialty after graduation has been identified and considered. As a result, recommendations were identified to increase the motivation for choosing the tourism sector as a place of work after graduation from the university.

Keywords: tourism; education; labor force.

УДК 379.85

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ВИДОВ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Н.Е. Мясникова^а, У.В. Юманова^б, М.М. Ростовцева^в

^а *Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, г.*

Чебоксары,

^б *Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего
образования «Московский финансово-юридический университет МФЮА»*

(МФЮА)

^в *Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, г. Чебоксары*

Россия, e-mail: mariyatrifonova@list.ru

Аннотация: Одним из перспективных направлений внутреннего туризма в России является кинематографический туризм. Анализ географии видов кинематографического туризма показал неравномерность распределения кинематографических объектов по территории страны. Рассмотрено расположение специально построенных для съемок декораций, ландшафты съемок, география кинофестивалей, размещение киностудий и кинопарков, а также расположение киномаршрутов.

Ключевые слова: кинематографический туризм, география кинофестивалей, киномаршруты

Сегодня сфера внутреннего туризма в России является наиболее динамичным и перспективным направлением экономического развития. Вместе с тем в России стоит проблема не только создания оригинальных туристических продуктов, но и поиск действенных приемов их продвижения. Наиболее инновационным инструментом в рамках экономики впечатлений для

продвижения и популяризации внутреннего туризма является кинематографический туризм.

В современном мире появилась необходимость целенаправленного формирования комплексного положительного туристского впечатления. Большим объемом эмоциональной составляющей обладает кинематографический туризм, в основе которого лежат кинопечатления, эмоции, ощущения, пережитые вместе с героями фильма.

Основным структурным элементом кинематографического туризма является туристская дестинация, а точнее кинотерритория, которая представляет собой место, где проходили съёмки известного полнометражного фильма или сериала. Такая территория притягивает туристов с помощью узнаваемости и ассоциации природных и культурных ландшафтов с событиями и героями известных кинолент. Лиц, посещающих кинотерритории, относят к категории кинотуристов [2].

Нами было проведено исследование географии видов кинематографического туризма, результатом которого стала очевидна неравномерность их распределения по регионам России. Такого рода неравномерное распределение обусловлено рассредоточением по территории страны кинематографических объектов, разной силой кинобрендов. В России на расположение объектов кинематографического туризма оказывает влияние их неординарное географическое положение, при этом наибольший эффект производят фильмы, снятые в отдалённых и редконаселённых районах, в необычных природных местностях. В ходе географического анализа были

распределены по регионам России основные виды кинематографического туризма. Анализ проводился в разрезе туристско-рекреационного пространства России, который включает 5 зон и 23 рекреационных района [1]. Задача состояла в переходе от метода выявления кинолокаций к их пространственному анализу на территории РФ, который заключается в определении особенностей расположения объектов кинематографического туризма и в выделение наиболее перспективных регионов.

Сперва было рассмотрено расположение специально построенных для съёмок фильмов и сериалов декораций. Наибольшее количество таких объектов расположено в Центральном и Южном федеральном округе, затем следует Северо-Западный и Уральский округ. Основное скопление объектов приходится на Западный район Континентального подрайона (Псковская и Новгородская область), Верхневолжский район (Тверская область), Центральный район (Московская область, Владимирская область, Калужская область), Среднее Поволжье (Татарстан), Уральский район (Удмуртия, Свердловская область), Ленинградский район рекреационной зоны Центр России. Далее Азовский район (прибрежные районы Краснодарского края), Южно-Российский (Белгородская область, континентальные районы Ростовской области), Нижнее Поволжье (Астраханская область), Северо-Кавказский (Дагестан), Крымский район рекреационной зоны Юг России. Больше всего специально созданных ландшафтов съёмок в Москве, Московской и Ростовской области, в республике Крым. Из объектов наиболее интересны для посещения киногородки «Пилигрим порто», «Щёголево», «Горки Ленинские» в Московской области, кинодеревня по

фильму «Холоп» в Псковской области, декорации в деревне «Каменка» Свердловской области, декорации к сериалу «Орда» в республике Адыгея, маяк Мержаново, хутор Старозоловский в Ростовской области, деревня Каменка в Свердловской области, кинодеревня Мувыр в Удмуртской республике, декорации фильма Тобол в Тюменской области.

Основная часть ландшафтов съёмок, к которым относятся известные благодаря фильмам здания и природные пейзажи, расположены в Центральном и Южном федеральном округе. Рассредоточение по туристско-рекреационным зонам и районам: Кольско-Карельский район (Карелия) Европейского Севера; Центральный район (Брянская область, Московская область), Уральский (Пермский край) Центра России; Кавказско-Черноморский район (прибрежные районы Краснодарского края), СевероКавказский район (Адыгея), Нижнее Поволжье (Волгоградская область), Крымский район рекреационной зоны Юг России; Байкальский район (Иркутская область), Обский равнинный подрайон (Тюменская область) Юга Сибири. Здесь можно выделить Пермский край, республику Карелию и Крым, а также Московскую область. Наиболее известны благодаря кинофильмам следующие объекты: усадьба «Середниково» и «Архангельское», гостиница «Космос» и музей-заповедник «Овстуг», Останкинская телебашня, посёлок Рабочеостровск.

Что касается географии кинофестивалей на территории России, то большая часть объектов сосредоточена в пределах Центрального, Южного и Приволжского федерального округа. Затем следует Северо-Западный и Уральский регион. Фестивали кино наиболее распространены в пределах России,

поэтому они занимают 5 туристско-рекреационных зон, больше всего их в Центре России (прежде всего Центральный, Ленинградский, Уральский район и Среднее Поволжье), затем Юг России (Северо-Кавказский, Южно-Российский, Азовский). Кинофестивали больше всего распространены в следующих субъектах: города федерального значения Москва, Санкт-Петербург и Севастополь, Краснодарский, Красноярский и Пермский край, Пензенская, Воронежская, Калужская, Тюменская и Смоленская область, а также республика Крым. Различных фестивалей кино в России множество (в год более чем 130 кинофестивалей). Практически в каждом субъекте РФ найдется место для посещения туристом кинофестиваля.

Киностудии и кинопарки менее всего распространены на территории России, их всего 8: одна в Севастополе (Ялтинская киностудия), две в Санкт-Петербурге (кинокомпания «СТВ» и киностудия «Ленфильм»), три в Москве («Мосфильм», «Союзмультфильм», «Арт Пикчерс Студия») и 2 в Алтайском крае («Технологии современных проектов», «Алтайкиноцентр»). Другие же студии кино не открыты для туристов, не проводят экскурсии и тем самым не представляют интереса в рамках исследования.

В России на данный момент всего два кинопарка. Один кинопарк находится в городе федерального значения Севастополе – это «Федюхины высоты», другой в республике Крым в долине Красных пещер – кинопарк «Викинг».

Расположение киномаршрутов зависит от популярности кинокартин. В соответствии с отечественным туристско-рекреационным планированием тематические туры и экскурсии есть в следующих районах и зонах: Центральный

(Московская область), Верхневолжский (Тверская, Ярославская, Нижегородская, Костромская область), Западный (Новгородская область континентального подрайона и Калининградская область Приморского подрайона), Уральский (Пермский край), Ленинградский район рекреационной зоны Центра России; Кольско-Карельский район (Мурманская область и Республика Карелия), район Русский Север (Архангельская, Вологодская область) рекреационной зоны Европейский Север; Южно-Российский район (континентальные районы Ростовской области), Горно-Кавказский район (Кабардино-Балкарская республика), Крымский район Юга России; Путоранский горный подрайон (север Красноярского края) зоны Азиатский Север и Обский равнинный подрайон Юга Сибири (Алтайский край). Основное скопление объектов приходится на Русский Север и Центр России. Точками притяжения являются следующие субъекты России: Мурманская, Вологодская, Архангельская область, республика Карелия и Крым, город Санкт-Петербург и Москва, Пермский, Алтайский и Краснодарский край.

В ходе анализа были выявлены следующие положения. Тематические киномаршруты распространены прежде всего в рекреационных зонах Центральной России и Европейского Севера. Кинопарки и киностудии занимают наименьший сегмент кинотуризма, на данный момент они есть только в Крыму, Москве, Санкт-Петербурге, Севастополе, Алтайском крае. Кинофестивали как сегмент кинотуризма наиболее распространены в пределах России, охватывают каждый субъект РФ, наибольшая концентрация наблюдается в рекреационных зонах Центра и Юга России. Основное скопление киногородков, специально

созданных декораций приходится на Западный район, Верхневолжский район, Центральный район, Уральский район рекреационной зоны Центр России. Наблюдается тенденция к малозаселенным, интересным в плане географии местам.

Библиографический список

1. Кружалин В.И. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В.Шабалина – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с. С. 178.
2. Шабалина Н.В. Кинотерритория как туристская дестинация: технологический и социально-экономический аспекты / Н.В. Шабалина. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «КноРус», 2018. – С.200-213.

GEOGRAPHICAL ANALYSIS OF SPECIES DEVELOPMENT CINEMATOGRAPHIC TOURISM IN RUSSIA

N.E. Myasnikova^a, M. M. Rostovtseva^b, U. V. Yumanova^b

^a Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary

^b Moscow University of Finance and Law (MFUA)

^b Chuvash State University named after I.N. Ulyanova, Cheboksary

Russia, e-mail: e-mail:mariyatrifonova@list.ru

Annotation: One of the promising areas of domestic tourism in Russia is cinematographic tourism. The analysis of the geography of the types of cinematographic tourism showed the uneven distribution of cinematographic objects across the country. The location of specially built sets for filming, the landscapes of filming, the geography of film festivals, the location of film studios and film parks, as well as the location of film routes are considered.

Keywords: cinematographic tourism, geography of film festivals, film routes

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ТУРИСТСКУЮ СФЕРУ

Ф.И. Сарваров^а

^аКазанский государственный федеральный (Приволжский) университет,

г.Казань,

Казань, Россия, e-mail: Sarvarov1504982@mail.ru

Аннотация: В данной статье изучена актуальность инновационных технологий на туристический рынок. Также, показано успешное внедрение их на примере города Казань. В результате, выявлена рекомендация по использованию инновационных событий с целью привлечения большего числа туристов.

Ключевые слова: инновации, туризм, технологии.

Развитие индустрии туризма в регионе – один из важных элементов развития его экономики. Развитие туризма дает региону узнаваемость, инвестиции извне, туристический платежеспособный поток. На сегодняшний день в г.Казань участие местных органов власти в развитие данного сектора является ключевым показателем его успешности. Органы власти постепенно начинают внедрять в туризм города инновации, принимаются различные стратегии по развитию и применений инноваций. Так, в соответствие с постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 29.02.2020 создано государственное бюджетное учреждение «Ресурсный центр внедрения инноваций и сохранение традиций в сфере культуры Республики Татарстан» [1].

Следовательно, местные органы власти идут в ногу со временем и внедряют инновационные технологии.

Под инновацией подразумевают нововведение в области технологии, техники, организации управления и труда, которое основано на использовании достижений передового опыта и науки, а также использование новшеств в самых различных сферах и областях деятельности [2].

Очевидно, что туризм взаимосвязан со многими другими отраслями: любое открытие в технологиях может повлиять на обыденную жизнь человека, искусственный интеллект упростить жизнь и решать много проблем, дополненная реальность может переместить человека на другой континент.

Город Казань поддерживает инновации не только на законодательном уровне. Виртуальные игры были выбраны в качестве привлечения туристов в свой регион, а также для поддержания уровня технологичности. Фиджитал игры – серия соревнований нового формата перед событием мирового масштаба – Играми будущего 2024. Концепция phigital проверит как цифровые скилы спортсменов в компьютерной игре, так и их физическую подготовку на реальной площадке и покажет всему миру новый подход в спорте [3]. Задолго до этого Казань принимала туристов с разных уголков планеты на Чемпионате мира по футболу. Тогда же, город показал себя с достойной стороны и гостеприимно принял всех туристов. Заведения, гостиницы, музеи и выставки за период проведения Чемпионата получили двух-трех месячную выручку. Такие события привлекают в регион множество туристов - фанатов и сторонников виртуальных игр. Зимой, сталкиваясь с проблемой низкой посещаемости региона,

рекомендуется организовывать спортивные или виртуальные спортивные мероприятия.

Таким образом, вышесказанное свидетельствует о необходимости внедрения инновационных технологий в туристскую сферу. На примере города Казань, можно проследить успешное создание благоприятных условий для развития новых технологий.

Библиографический список

1. Министерство культуры Республики Татарстан URL: <https://mincult.tatarstan.ru/gbu-respublikanskiy-tsentr-razvitiya.htm> (дата обращения 22.10.2023).
2. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. М.:ИНФА-М,2017. С. 173
3. Сайт Казан Экспо URL: <https://kazanexpo.ru/calendar/sportivnye-meropriyatiya/fidzhital-igry-2023/> (дата обращения 22.10.2023).

INTRODUCTION OF INNOVATIONS IN THE TOURIST SECTOR

F.I. Sarvarov^a

^aKazan State Federal (Volga Region) University, Kazan,

Kazan, Russia, e-mail: Sarvarov1504982@mail.ru

Annotation: This article examines the relevance of innovative technologies to the tourism market. Also, their successful implementation is shown using the example of the city of Kazan. As a result, a recommendation was identified for the use of innovative events in order to attract more tourists.

Key words: innovation, tourism, technology.

ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ВИД ТУРИЗМА

А.А. Худайбердыев^а

^аКазанский государственный федеральный (Приволжский) университет, г.

Казань, Россия

г. Казань, Россия, e-mail: aga_student@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается актуальность и особенность виртуального образовательного туризма. Приведены преимущества виртуальных образовательных программ и его значение для туристов. Также на примере рассматривается влияние виртуального образовательного туризма на развитие туристской индустрии. Таким образом, раскрывается потенциал развития виртуального образовательного туризма.

Ключевые слова: образование; инновации; виртуальный туризм; виды туризма.

С появлением современных технологий, виртуальный образовательный туризм стал новым и весьма увлекательным видом путешествия. Этот новый сегмент туристской индустрии позволяет туристам погрузиться в интерактивные виртуальные путешествия, посещая различные локации, изучая культуру, язык, историю мест и другие аспекты конкретных стран и регионов.

Особенностью виртуального образовательного туризма является новая форма путешествий, которая объединяет воедино удовольствие от путешествий и одновременно путешествие с образовательной целью. Находясь дома, можно с

помощью виртуальных очков путешествовать по миру, изучать исторические достопримечательности, расширяя широкий кругозор своих познаний [2].

Виртуальные экскурсии и события в нём оснащены интерактивными возможностями, которые делают обучение более познавательными и интересными. Данный вид туризма будет полезным для образовательных учреждений, который сделает учебный процесс более интересным и запоминающим.

Преимуществом виртуального образовательного туризма служит исследование локаций, образовательных мероприятий, повышение информированности и осведомлённости, интерактивное обучение для лучшего запоминания больших объемов информации [1]. Путешествующий сможет с помощью интерактивных образовательных мероприятий, изучить ту или иную локацию, познакомиться с историческими достопримечательностями, побывать в разных периодах жизни. Путешествовать среди динозавров, изучая растительность и животный мир, также с помощью интерактивных игр в виде блиц опроса легче запоминать факты. Например, учащиеся в образовательных учреждениях смогут постичь знания путём виртуального пространства.

Немаловажным считается тот факт, где виртуальные технологии развивают туристическую индустрию. Виртуальность способствует продвижению рекламы: конкретных направлений, отелей. Виртуальная реальность помогает понять клиенту, за что он будет платить, покажет всю атмосферу отдыха и её составляющих [3].

Виртуальная реальность является хорошим методом обучения. Многие студенты могли бы узнать много информации об этом конкретном месте, и, отправиться получать знания в интересующийся вуз, где обучающийся сможет учиться и набираться опыта, а также познавать историю города и его достопримечательностей.

Например, компания «Bespoke Tailormade Experiences» запустила свои первые виртуальные туристические маршруты для детей в возрасте от 9 до 18 лет (разделенные на соответствующие возрасту категории путешествий) под названием "Летнее приключение 2020". Туристическая компания класса люкс собрала коренных жителей из семи стран - Испании, Франции, Италии, Германии, России, Японии и Китая, чтобы отправить детей в культурное путешествие по их стране с помощью восьми виртуальных сессий по полтора часа каждая.

Благодаря маршруту, дети узнают об исторических и культурных достопримечательностях чужой страны, о своем языке, смогут приготовить легкие блюда в прямом эфире, а также пройти викторины. Участвующие дети также получают сертификат на участие в поездке [4].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что туризм стал более цифровым, трендовым, интересным, познавательным. Появляются новые виды туризма, одним из них является виртуальный образовательный туризм. Технологии помогли совершить виртуальные образовательные международные поездки, находясь дома, и это далеко не предел развития.

Библиографический список

1. Глушкова, А. С. Использование VR- и AR-технологий в туризме / А. С. Глушкова. – Текст : электронный // Скиф. Вопросы студенческой науки – 2020. – №1. – С. 77–81. – URL: [URL=https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-vr-i-ar-tehnologiy-v-turizme]https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-vr-i-ar-tehnologiy-v-turizme[/URL] (дата обращения: 06.09.2023)
2. Егорова, Е. Н. Виртуальный туризм как новое направление деятельности туристических организаций / Е. Н. Егорова. – Текст : электронный // Colloquium-journal. – 2020. – № 9. – С. 137–138. – URL: [URL=https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-turizm-kak-novoe-napravlenie-deyatelnosti-turistskih-organizatsiy/viewer]https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-turizm-kak-novoe-napravlenie-deyatelnosti-turistskih-organizatsiy/viewer[/URL] (дата обращения: 06.09.2023)
3. Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. Д. Сущинская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 157 с. (дата обращения: 09.09.2023)
4. Ivanov, V D. Virtual tourism — educational opportunities / V.D. Ivanov, M.Y. Bardina// Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. — 2020 — Т. 5, № 2 — С. 103–106. (дата обращения: 08.09.2023)

VIRTUAL EDUCATIONAL TOURISM AS A NEW TYPE OF TOURISM

A.A. Khudaiberdyev^a

^aKazan State Federal (Volga Region) University, Kazan, Russia

Kazan, Russia, e-mail: aga_student@mail.ru

Annotation: The article discusses the relevance and peculiarity of virtual educational tourism. The advantages of virtual educational programs and its significance for tourists are given. The influence of virtual educational tourism on the development of the tourism industry is also considered by example. Thus, the potential for the development of virtual educational tourism is revealed.

Keywords: education; innovation; virtual tourism; types of tourism.

ВНЕДРЕНИЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКУЮ ИНДУСТРИЮ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Т.А. Цаплин^а

^аСаратовский национальный исследовательский государственный

университет имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов

Саратов, Россия, e-mail: azalean2002@mail.ru

Аннотация: В данной статье рассматривается популяризация устойчивого туризма через практическое внедрение Кыргызской Республикой критериев устойчивого развития на свои территории. Анализируется позиция республики по отношению к устойчивому развитию туризма и возможные перспективы внедрения «устойчивых» стандартов в будущем. Производится оценка эффективности и сопоставимости имеющихся предложений на туристском рынке с условиями и требованиями по планированию и проектированию устойчивого туристского продукта.

Ключевые слова: устойчивый туризм; устойчивый туристский продукт; критерии устойчивого развития территории; внедрение устойчивого туризма.

Оценка и анализ имеющихся предложений на туристском рынке выступают важными этапами при формировании собственного, уникального туристского продукта, предоставляя возможность более детально и грамотно подойти к выявлению конкурентов с целью понять, будут ли перспективными отдельные туристские направления и тенденции, и насколько эффективными, действенными будут собственные услуги. Поэтому оценка практик Кыргызской Республики, главной целью которых является внедрение принципов устойчивого

туризма в туристскую сферу республики, будет не только способствовать созданию более уникального туристского продукта, но и демонстрировать степень популяризации предложений устойчивого туризма на его туристском рынке и уровень понимания их разработчиков данного направления.

Устойчивый туризм – направление туризма, полностью учитывающего свое текущее и будущее влияние на социально-экономическую сферу жизни общества и на окружающую среду, отвечающего нуждам путешественников, экологии, местного населения и всей индустрии в целом [3, с. 306]. Опираясь на определение «устойчивый туризм», можно вывести понятие «устойчивое развитие территории», под которым понимаются мероприятия, основанные на гармонизации социальной, экономической и экологической подсистем и нацеленные на поиск способов удовлетворения потребностей настоящего и будущего поколений.

Кыргызская Республика делает уверенные шаги на пути устойчивого развития, и доказывают это статистические данные Доклада об устойчивом развитии за 2023 год, согласно показателям которого страна заняла 45 место из 166 изучаемых стран. Как и все мировое сообщество, Кыргызская Республика привержена к осуществлению глобальной Повестки устойчивого развития до 2030 года и достигнутый результат подтверждает твердое намерение Кыргызской Республики в достижении Целей устойчивого развития, которые позволят повысить темп роста её экономики [2]. Более того, в Кыргызстане будут выработаны рекомендации для разработки стратегии развития туризма на 2023-2033 годы по вопросам устойчивого потребления, учитывая при этом

кыргызскую аутентичность, местный колорит, природные особенности при разработке новых туристских продуктов [1]. Вследствие всего вышесказанного можно перейти к анализу опыта внедрения принципов устойчивого развития туризма в туристскую сферу Кыргызстана.

Так, предлагаем обратить внимание на туроператора въездных путешествий по странам Центральной Азии «Discover Central Asia Tours (DCAT)», в офисе которого внедрена политика по минимизации энергопотребления путем отключения света и перевода оргтехники в спящий режим в момент отсутствия сотрудников, 100% ламп заменены на энергосберегающие, установлены датчики движения. При этом компания полностью отказалась от печатной продукции, внедрив электронный документооборот и онлайн-рассылку всех информационных материалов и брошюр. Кроме того, компании удалось вовлечь и обучить своих офисных сотрудников правилам сортировки и переработки отходов как в офисе, так и в домашних условиях. В «DCAT» внедрена политика сбора найденного мусора во время туров, особенно в отдаленных локациях, нацеленная не только поощряет гидов и туристов присоединиться к инициативе «Не оставляй следов» (Leave No Trace), но и способствует уборке мусора, оставленного другими туристами [4, с. 41].

Данные мероприятия показывают приверженность компании к сохранению биоразнообразия своей страны, улучшению её экологического состояния через различные мероприятия, стимулирующие водные, энергетические и природные ресурсы, а также повышению экологического сознания не только среди своих сотрудников, но и их семей, в частности детей. Данные действия находят

отражение в экологической составляющей принципов устойчивого развития территории.

Кроме того, компанией были разработаны аутентичные туры, которые включают посещение местных общин и малого бизнеса, мастер-классы по изготовлению сувениров и приготовлению блюд, фольклорные шоу, а также обеды и ужины в семьях местных жителей. При этом ежегодно туроператор нанимает порядка 20 сезонных работников (гидов, сопровождающих, водителей), являющиеся, в свою очередь, местными жителями [4, с. 42].

Вышеуказанные социально-экономические мероприятия демонстрируют стремление туроператора поддержать местные сообщества посредством их вовлечения в производство туристского продукта, улучшить качество их жизни за счёт предоставляемых ими услуг, развить более толерантное и уважительное отношение к ним, а также придать услугам местный колорит, который будет способствовать глубокому погружению туристов в культуру народов Кыргызстана. Данные действия находят отражение в социальной и экономической составляющих принципов устойчивого развития территории.

Так, следующим примером станет Алайский район. Несмотря на массовую миграцию населения в центральные города регион обладает высоким потенциалом по развитию туризма благородия Памиро-Алайской горной системе, привлекая путешественников возможностями для горного треккинга и знакомством с кочевой культурой кыргызов.

Поэтому в 2007 году местное сообщество объединилось для создания Общественной туристической организации Алая (СВТ Алай), чтобы разработать

первые туристические продукты и привлечь посетителей в регион. В качестве одной из целей была выбрана поддержка местных женщин-ремесленниц. Поэтому общественное объединение ВВА (Деловые женщины Алая) разработало уникальный бренд «with love by Alay», который продвигается посредством участия в национальных туристских и ремесленных ярмарках в Кыргызстане, России, Узбекистане, Казахстане, Италии и Германии. Со временем число женщин, участвующих в ассоциации и пользующихся ее поддержкой, увеличилось с 10 до 324, а продажи выросли буквально с нуля до 317,000 сомов (4000 долларов США) за 2021 год, что отразилось на уровне снижения безработицы до 48% [4, с. 11].

С целью расширить возможности и права женщин-ремесленников и их участие в получении дохода программа Bai Alai поддержала СВТ Alay и ВВА во внедрении GALS (системы обучения гендерным действиям) – методологии расширения прав и возможностей под руководством сообщества для продвижения более гармоничных и свободных от насилия отношений.

Данные мероприятия имеют чётко выраженный социально-экономический характер, поскольку можно увидеть, что принимаются действия, которые поддерживают местных предпринимателей с помощью создания уникального бренда и его монетизации, а также направлены на искоренение гендерного неравенства в отношении женского пола. Данные действия находят отражение в социальной и экономической составляющих принципов устойчивого развития территории.

Более того, при реализации программы учитывается подход «Не навреди» – все проекты рассматриваются через эту призму, чтобы снизить негативное влияние на окружающую среду. Также ведется сотрудничество с ассоциацией Пик Ленина, благодаря чему удалось провести акцию по очистке ледника от бытовых отходов в 2020 году, на которой было собрано около 18 тонн отходов [4, с. 12].

Данный факт свидетельствует об экологоориентированных мероприятиях, главной целью которых является сохранение первозданного вида природных ландшафтов Алайского района, сокращение количества отходов и улучшение экологического состояния территории в целом. Данные шаги находят отражение в экологической составляющей принципов устойчивого развития территории.

Стоит отметить гостевой дом «Жайсан» - небольшое средство размещения, расположенное в Каракольском ущелье Кыргызстана и использующее более 95% продуктов питания местного производства, «выращенных» на соседней ферме. При этом гостевой дом основательно подошел к проблеме одноразовых тапочек, закупив многоразовые альтернативы, которые можно стирать и дезинфицировать. Также данное средство размещения внедрило систему раздельного сбора отходов и установило баки с раздельными секциями для сбора макулатуры, стекла, пластика и алюминия [4, с. 46].

Вышеупомянутые шаги демонстрируют высокий уровень развития экологического сознания управляющих гостевого дома «Жайсан», так как можно увидеть, что их действия не наносят вред окружающей среде, направлены на переработку отходов и управление водными и энергетическими ресурсами.

Данные мероприятия находят отражение в экологической составляющей принципов устойчивого развития территории.

Кроме того, на территории гостевого дома в летний период устанавливается один из важнейших элементов кыргызской культуры - традиционная юрта ручной работы. Гостевой дом сотрудничает с малыми индивидуальными предпринимателями, в частности с соседской фермой, предлагая гостям конные прогулки, горные походы и экскурсии на горячие источники, организуемые местными жителями. Элементы дизайна и оформления произведены местными мастерами, а также ежегодно гостевой дом нанимает до 6 сезонных рабочих из числа местных жителей [4, с. 47].

Данные мероприятия имеют чётко выраженные социально-экономические и социально-культурные оттенки, поскольку они способствуют вовлечению местных жителей в туристскую деятельность, повышению уровня их доходов, развитию культурного обмена между туристами и местными общинами. В свою очередь, данные действия находят отражение в социальной и экономической составляющих принципов устойчивого развития территории.

Подводя итоги работы, можно заключить, что Кыргызская Республика продуктивно работает над достижением Целей Устойчивого Развития и стремится к более высоким позициям в будущем, разработке и внедрению инновационных и эффективных подходов для достижения устойчивого развития и создания лучшего будущего для своих граждан. В частности, следует отметить активное вовлечение местных сообществ в производство туристского продукта Кыргызстана, делая его более колоритным, аутентичным и увлекательным за

счёт включения инновационных методов предоставления информации (мастер-классы, лекции, интерактивные экскурсии).

Библиографический список

1. В КР разрабатывается стратегия развития туризма с акцентом на устойчивое потребление и производство // Economist – 2023. [Электронный ресурс]. Режим работы: <https://economist.kg/novosti/2022/10/10> (Дата обращения: 15.08.2023).
2. Кыргызская Республика заняла 45-е место по показателям Целей Устойчивого Развития за 2023 год и лидирует среди стран Центральной Азии // Министерство экономики и коммерции Кыргызской Республики – 2023. [Электронный ресурс]. Режим работы: <https://mineconom.gov.kg/ru/post/9410> (Дата обращения: 14.08.2023).
3. Пирогова О.В., Пирогова А.Ю. Роль устойчивого туризма в мире // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 7-2. – С. 305-309.
4. Шкарупа А. Лучшие практики устойчивого туризма: Центральная Азия, Закавказье и Россия // Travindy. – 2023. С. 1-69.

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE TOURISM IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

T.A. Tsaplin^a

^aSaratov State University, Saratov

Saratov, Russia, e-mail: azalean2002@mail.ru

Annotation: This article discusses the popularization of sustainable tourism through the practical implementation of the criteria of sustainable development by the Kyrgyz Republic on its territories. The position of the republic in relation to the sustainable development of tourism and possible prospects for the introduction of «sustainable» standards in the future are analyzed. The effectiveness and comparability of the available offers on the tourist market with the conditions and requirements for planning and designing a sustainable tourist product is evaluated.

Keywords: sustainable tourism, sustainable tourism product, criteria for sustainable development of the territory, the introduction of sustainable tourism.

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

М.Е. Чеглазова^а, Ю.К. Юркова^б

^а Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь,

Россия

^б Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь,

Россия

г. Симферополь, Россия, e-mail: mcheglazova@mail.ru

Аннотация: В данной статье представлена информация о том, как в последние десятилетия франчайзинг стал популярным расширяющимся бизнес-инструментом, объединяющим в себе разнообразные продукты, услуги и стратегии компании. Эта бизнес-модель стала эффективным вариантом для небольших туристических предприятий, которые не могут позволить себе финансировать свое развитие.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, франчайзинг

Постановка проблемы. Индустрия путешествий и гостеприимства значительно выросла за последние несколько лет, поскольку авиабилеты стали более доступными, а люди заинтересованы тратить деньги на впечатления. Люди также склонны путешествовать, поскольку об этом часто рекламируют и делятся в социальных сетях. Цифровой ландшафт изменил индустрию путешествий и гостеприимства, поскольку теперь люди могут сравнивать авиабилеты, жилье и многое другое одним нажатием кнопки. Тем не менее, путешественникам

необходимо учитывать множество других деталей, на которые у них может не хватить времени, и франчайзинговое туристское предприятие сможет их поддержать.

Результаты. Франчайзинг — это самая быстрорастущая стратегия расширения бизнеса, которая когда-либо была создана. За несколько лет, применяя франчайзинг, многие компании укрупнились, и из нескольких предприятий, а то и из одного, они превратились в крупные сети с множеством офисов. Ни один другой подход к расширению бизнеса не приблизился к возможностям и масштабам, которые предлагает франчайзинг. Большая часть этого успеха обусловлена взаимной выгодой для обеих сторон (франчайзера и франчайзи) по договору [1, с.55].

Франчайзинг (от французского «franchise» — благосклонность, привилегия — и производное от английского «franchising» — право, привилегия) — система отношений (договорных, постоянных) между франчайзером и франчайзи, регулирующих организацию совместного бизнеса с целью удовлетворения интересов обеих сторон.

Слово «франшиза» происходит от старого французского термина, определяющего право на свободу некоторых видов деятельности, таких как ярмарки, организация рынков и эксплуатация паромных переправ, право на охоту, строительство дорог или производство эля. В средние века такие привилегии имели короли, которые предоставляли право на коммерческую деятельность любого рода.

Франчайзинг дает возможность владеть собственным бизнесом без трудностей, связанных с открытием нового бизнеса с нуля или больших инвестиций, необходимых для покупки существующего успешного бизнеса.

Франчайзи платит первоначальный взнос и текущие гонорары франчайзеру, а взамен получает лицензию на использование своего бренда, постоянную поддержку и продажу продуктов и услуг франчайзера.

Основной интерес материнской компании (франчайзера), как правило, заключается в распространении своего бизнеса, повышении узнаваемости бренда (торговой марки) и, следовательно, увеличении прибыли, заинтересованности франчайзи (небольшой компании, предпринимателя) - в возможности начать бизнес «под зонтиком» - в рамках крупной компании, используя ее бренд (торговую марку), технологии, методы производства, маркетинговые мероприятия и другие преимущества.

В свою очередь, франшиза – это договор, заключаемый между франчайзи и устанавливающий условия ведения бизнеса с конкретным брендом и собственными технологиями франчайзера, т.е. который дает право франчайзи продавать определенные товары или услуги под франчайзером.

По сравнению с самостоятельным бизнесом, гостиничная франшиза раскрывает преимущества стратегии группы, в рамках которой она работает, характеризуясь функциональностью, финансовыми результатами и оптимизированным имиджем. Гостиничная франшиза приносит партнерскому отелю добавленную стоимость через международный бренд, а также за счет

улучшения качества услуг. Бренд, а не количество звезд, дает конкурентное преимущество за счет качества услуг гостеприимства [2, с.105].

Будучи франчайзером в гостиничном бизнесе на отечественном рынке, требуется ведение бизнеса в гостиничной сфере и умение выполнять следующие условия: известный бренд, зарегистрированная торговая марка, полноценная операционная система предоставляют франчайзи набор знаний для использования бренда. Требования к франчайзи отеля: управленческие и финансовые стандарты, уважение общей идентичности франчайзинговой гостиничной сети (одинаковый имидж и оборудование отеля, одинаковое качество услуг и одни и те же используемые технологии), конфиденциальность предоставленного ноу-хау. Отношения между франчайзером и франчайзи проходят в три этапа, упомянутых законом относительно правовой основы франшизы: преддоговорные переговоры, подписание договора и постдоговорные отношения.

Сегодня бизнес во всем мире знает франчайзинг как безопасный способ:

- помочь человеку вести бизнес самостоятельно, но не быть в нем в одиночестве;
- помочь компаниям в эффективном расширении без больших затрат на создание и поддержание массивного офисного комплекса и трудности в управлении широкой сетью корпоративных предприятий;
- помочь компаниям трансформировать свою существующую сеть для эффективной работы, сильного бизнеса, в нем работают преданные своему делу люди.

Теперь отели должны конкурировать с онлайн-платформами по бронированию туристских услуг. Вместе с тем по-прежнему существует большой рынок туристов и путешественников, которые предпочитают останавливаться в известных гостиничных сетях и концепциях ради комфорта и безопасности. Даже если они находятся вдали от дома, они могут почувствовать себя комфортно в сети отелей.

Наиболее сложным аспектом открытия нового бизнеса является создание репутации компании. Однако благодаря франчайзингу одно из самых больших преимуществ, которое получит развивающаяся компания — это доступ к бизнесу, который уже имеет высокую узнаваемость бренда и устоявшуюся репутацию в секторе гостеприимства.

Это означает, что как только произойдет запуск франшизы, даже если это новый бизнес, сразу же будет заслужено доверие клиентов. Потребители узнают логотип, будут доверять бренду, что дает гораздо больше возможностей для заключения сделок.

У франчайзинговых компаний есть персонал и программы обучения, которые направлены на оказание постоянной помощи франчайзи. Если нужна помощь в преодолении спада продаж или есть желание еще больше развивать свой бизнес, команда опытных профессионалов даст совет [3, с.23].

Цифровой маркетинг сейчас невероятно важен на все более технологичном рынке. Однако новым предприятиям может быть трудно найти маркетинговые бюджеты. Как франчайзи развивающееся предприятие получит большую выгоду от всеобъемлющей маркетинговой стратегии франчайзера.

Франчайзер разработает маркетинговые планы по продвижению своего бренда, а также поможет постоянным развивающегося предприятия по продвижению бизнеса. Этот доступ к крупномасштабной маркетинговой стратегии улучшает возможности по привлечению и удержанию клиентов.

Владельцы бизнеса испытывают постоянное давление, требующее выдвигать новые идеи, внедрять новые технологии и постоянно внедрять инновации, чтобы оставаться конкурентоспособными в своей отрасли. Управлять бизнесом может быть достаточно сложно, без необходимости думать о том, как и где получить доступ к новым технологиям, чтобы оставаться на шаг впереди.

Выводы. Стоит отметить, что франшиза является одной из самых популярных видов современного бизнеса. Данная технология обеспечивает надежный успех как франчайзера, так и франчайзи, в первом случае заключается в поддержании имиджа компании на различных рынках мира, расширении доли рынка и во втором постоянном сотрудничестве и защите со стороны франчайзера. Эффективное использование франчайзинговых ресурсов партнерами франшизы для демонстрации других преимуществ, таких как инвестиционная политика, продвижение бренда и прибыль.

Библиографический список

1. Жуков В.А., Чудновский А.Д. Формирование модели гостиничного бизнеса на основе сетевой формы управления [Текст] // Вестник университета. 2019. №3. С. 54-60.
2. Копытина Е.В. Тенденции развития гостиничных сетей на основе франчайзинга в Российской Федерации // Горизонты экономики. 2022. № 1 (67). С. 104-109.
3. Чудновский А.Д. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе: монография / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2016. – 210 с.

DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY

M.E. Cheglazova^a, Y.K. Yurkova^b

^aKrymsky University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol, Russia

^b Krymsky University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol, Russia

Simferopol, Russia, *e-mail: mcheglazova@mail.ru*

Annotation: This article provides information about how in recent decades franchising has become a popular expanding business tool that combines a variety of products, services and strategies of the company. This business model has become an effective option for small tourism enterprises that cannot afford to finance their development.

Keywords: tourism, hospitality, franchising

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ

С.В. Чимирис^а

^аКрымский университет культуры, искусств и туризма,

Симферополь, Россия, e-mail: chimirissv@yandex.ru

Аннотация: В статье рассмотрено влияние транспортного обеспечения на формирование туристических потоков на Крымский полуостров. Определены основные виды транспорта и их влияние на формирование туристических потоков. Представлена статистика туристских потоков на Крымский полуостров по видам транспорта. Исследованы основные тенденции в диверсификации транспортного сообщения. Указана необходимость в улучшении транспортного обеспечения Крыма с целью увеличения туристских потоков на Крымский полуостров.

Ключевые слова: туризм, транспортное обеспечение, туристские потоки, Крымский полуостров, потенциал, диверсификация транспортного сообщения.

Постановка проблемы. В условиях геополитических изменений последнего десятилетия туристическая отрасль Крыма была переориентирована на российского туриста. В то же время, сложная транспортная доступность не дает возможности более интенсивно развиваться туристической отрасли и снижает туристические потоки на полуостров [1]. В связи с чем, транспортная доступность Крымского полуострова стала определяющим фактором увеличения туристических потоков. Закрытие воздушного пространства из-за начала проведения специальной военной операции и атаками на Крымский мост значительно снизили объемы туристических потоков на полуостров.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы развития транспортной доступности и туристских потоков рассматривались в работах таких ученых, как Воронин И.Н., Курчанова Н.А., Страчкова Н.В. [1], Ожегова Л.А., Сикач К.Ю., Ожегов А.Ю., Барановская О.В. [3], которые проводили исследование взаимосвязей транспортной доступности с особенностями развития туристической индустрии. В то же время, вопросы оценки влияния транспортной доступности на объемы туристических потоков требуют более детального рассмотрения.

Изложение основного материала исследования. Вхождение Крыма в состав Российской Федерации в 2014 году, пандемия коронавируса COVID-19 (2020-2021гг.) и начало специальной военной операции в 2022 году вызвали коренные изменения в структуре туристических потоков на Крымский полуостров.

Для Республики Крым и г. Севастополя туризм является важной частью бюджетных поступлений, кроме того значительная часть населения территории региона зависит от доходов полученных от туристического бизнеса [4]. Однако другие отрасли сферы материального и нематериального производства на территории региона слабо развиты или не представлены в регионе.

Нестабильная социально-политическая обстановка и изолированность Крыма территориально, являются основными сдерживающими факторами развития туристской сферы.

Территориально-географическое расположение Крымского полуострова является главной преградой в наращивании туристических потоков [5]. В связи

с чем, желание значительного количества населения Российской Федерации посетить крымские здравницы, получить натуральный бронзовый загар на пляжах Черного моря и прикоснуться к культурно-историческим ценностям, остаются неудовлетворенными.

Затруднения связанные с доставкой туристов на полуостров начались еще с 2014 года, после вхождения в состав РФ, когда сухопутное сообщение с континентальной частью Российской Федерации оставалось только через территорию Украины. Что, в свою очередь, восемь лет давало возможность туристам из Украины, Белорусии, Молдовы и др. территорий посещать полуостров. В 2014 году это был железнодорожный транспорт (1,52 млн.чел), а с 2015 по 2020 годы автотранспортные пункты пропуска "Армянск", "Джанкой" и "Перекоп". При этом, посещение Крымского полуострова при помощи этих транспортных сообщений имело определенную устойчивость: 2015 год – 0,78 млн.чел., 2016 год - 0,92 млн.чел., 2017 год - 0,81 млн.чел., 2018 год - 1,09 млн.чел., 2019 год - 1,11 млн.чел. Пандемия коронавируса COVID-19 (2020-2021гг.) и закрытие границ снизили посещения в 2020 году до 0,063 млн.чел. и в 2021 году до 0,094 млн.чел. В целом, «Северными воротами» Крыма воспользовались 5,44 млн.чел.

Показатели посещения Крымского полуострова по видам транспорта за период 2014-2022 годов представлены в таблице.

Таблица 1

Показатели посещения Крымского полуострова по видам транспорта за период 2014-2022 годов

Год	Количество туристов, отдохнувших в Крыму	
	Вид транспорта, %	

	Всего, млн.чел.	Ж/д транспорт	Паромная переправа	Авиа- транспорт	Др. виды	Крымский мост
2014	3,8	40	31	29		
2015	4,598		39	44	17	
2016	5,573		42,5	41	16,5	
2017	5,395		42	43	15	
2018	6,8			37	16	47
2019	7,43			28	15	57
2020	6,3	5 (через Крымский мост)		30	1	64 (авто транспорт)
2021	9,39	7 (через Крымский мост)		30	1	62 (авто транспорт)
2022	6,53	19 (через Крымский мост)				81 (авто транспорт)

Составлено автором по данным ист. [2]

Важно отметить, что значительную роль в движении туристских потоков, в период 2014-2017 годов, сыграла паромная переправа, через которую в 2014 году было перевезено 1,18 млн.чел., в 2015 году - 1,79 млн.чел., в 2016 году – 2,34 млн.чел. и в 2017 году – 2,27 млн.чел. в общем, паромной переправой воспользовались 7,58 млн. туристов. И сегодня, важность этого пути посещения Крымского полуострова остается на достаточно высоком уровне, т.к. паромная переправа, соединяющая Таманский и Керченский полуостров не переставала работать. Особое значение паромной переправы проявилось в период террористических актов осенью 2022 года и летом 2023 года, что позволило разделить и оптимизировать туристские потоки и обеспечить топлива и товаров народного потребления на территорию Крымского полуострова.

Начиная с 2018 года ситуация с транспортным обеспечением изменилась после ввода в эксплуатацию Крымского моста, что положительно отразилось на туристических потоках. В 2018 году через Крымский мост автомобильным транспортом полуостров посетили 3,19 млн.чел. и в 2019 году – 4,24 млн.чел.

С введением в эксплуатацию железнодорожной части Крымского моста, поток туристов разделился на автомобильный и железнодорожный. Автомобильной частью Крымского моста в 2020 году воспользовались 4,03 млн.чел., в 2021 году – 5,82 млн.чел. и в 2022 году – 5,29 млн.чел.

Железнодорожная часть Крымского моста непрерывно работала весь период с 2020 года, с каждым годом увеличивая пассажиропотоки. В 2020 году железнодорожным транспортом воспользовались 0,32 млн.чел., в 2021 году – 0,66 млн.чел. и в 2022 году – 1,24 млн.чел., т.е. двукратно увеличивалась ежегодно.

Ввод в эксплуатацию Крымского моста в 2018 году позволил посетить Крымский полуостров железнодорожным транспортом 2,22 млн.чел. и автотранспортом 22,57 млн.чел.

Максимально удобным и быстрым, позволяющим эффективно использовать период времени, выделяемый туристом на отдых и впечатления, является авиатранспорт. Через «воздушную гавань» Крыма, полуостров в 2014 году посетили 1,1 млн.чел., в 2015 году – 2,02 млн.чел., в 2016 году – 2,18 млн.чел., в 2017 году – 2,32 млн.чел., в 2018 году – 2,52 млн.чел., в 2019 году – 2,08 млн.чел., в 2020 году – 1,89 млн.чел. и в 2021 году – 2,82 млн.чел. За весь этот период, с 2014 года по 2022 год авиатранспортом на Крымский полуостров прибыло 17,03 млн.чел.

Учитывая тот факт, что после начала СВО (специальной военной операции), аэропорты юга России были закрыты, ближайшим к Крымскому полуострову, работающим оставался Международный аэропорт Сочи имени В. И.

Севастьянова, через который транзитом прибывали пассажиры планирующие посетить Крым. Соответственно за 2022 и 2023 годы, из-за закрытия, Международный аэропорт Симферополь имени И. К. Айвазовского не смог принять около 2 млн.чел.

Итог работы всех видов транспорта по доставке туристов на Крымский полуостров за 2014-2022 год, следующий: «Северными воротами» Крыма воспользовались 6,96 млн.чел., авиатранспортом воспользовались 17,03 млн.чел. и Крымский мост позволил перевезти автотранспортом 22,57 млн.чел. и железнодорожным транспортом 2,21 млн.чел.

Выводы. Таким образом, каждый вид транспорта, используемый для посещения Крымского полуострова, играет свою специфическую роль в доставке туристов к месту получения туристской услуги, а их совокупность позволяет постоянно увеличивать туристские потоки и предлагать туристам диверсифицированные возможности трансферта, расширять транспортную доступность, с целью увеличения туристских потоков.

Библиографический список

1. Воронин И.Н., Страчкова Н.В., Курчанова Н.А. Оценка транспортной доступности Крыма на национальном рынке рекреационных услуг // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-transportnoy-dostupnosti-kryma-na-natsionalnom-gynke-rekreatsionnyh-uslug> (дата обращения: 19.10.2023).
2. Министерством курортов и туризма Республики Крым. справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14> (дата обращения 10.10.2023)
3. Ожегова Л.А., Сикач К.Ю., Ожегов А.Ю., Барановская О.В. Трансформация транспортной сети Республики Крым // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-transportnoy-seti-respubliki-krym> (дата обращения: 20.10.2023).
4. Чмирис С.В., Третьяк М.А. Перспективы развития туризма в Республике Крым // 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. – 436 с. // С. 185-189.

5. Чимириис С.В. Повышение уровня комплексности формирования туристического продукта в Республике Крым // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма : сборник трудов XI Международной научно-практической конференции. – Ставрополь : СЕКВОЙЯ, 2023. – 251 с. С. 112-115

TRANSPORT ACCESSIBILITY OF THE CRIMEAN PENINSULA AND ITS IMPACT ON TOURIST FLOWS

S.V. Chimiris^a

^aCrimean University of Culture, Arts and Tourism,

Simferopol, Russia, e-mail: chimirissv@yandex.ru

Annotation: The article considers the influence of transport provision on the formation of tourist flows to the Crimean peninsula. The main types of transport and their influence on the formation of tourist flows are determined. The statistics of tourist flows to the Crimean Peninsula by means of transport are presented. The main trends in the diversification of transport communication are investigated. The need to improve the transport provision of the Crimea in order to increase tourist flows to the Crimean peninsula is indicated.

Keywords: tourism, transport provision, tourist flows, Crimean Peninsula, potential, diversification of transport links.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ

А. А. Яковлева^а, Г.Ф. Булатова^б

^а Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань

^б Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань

Казань, Россия, e-mail: furzui2010@gmail.com

Аннотация: В статье рассмотрены основные аспекты развития внутреннего туризма и современное состояние туристской индустрии в России. На основе анализа сформулированы основные перспективные направления развития внутреннего туризма в стране.

Ключевые слова: индустрия туризма, внутренний туризм, перспективы развития.

Кризисные явления, вызванные пандемией коронавируса, а также условия сложной геополитической обстановки в мире привели к росту и активному развитию внутреннего туризма в России.

По данным Росстата, сейчас хотя бы раз в год по России путешествуют порядка 56 млн человек [5].

Одним из наиболее популярных направлений внутреннего туризма, привлекающих миллионы туристов каждый год, являются Москва и Санкт-Петербург. Два этих города обладают богатейшим культурно-историческим

наследием и большим количеством архитектурных памятников, что позволяет оставаться им востребованными и интересными для туристов.

Также среди популярных видов отдыха для россиян выделяют Южный федеральный округ. Это связано с его комфортными климатическими условиями, наличием морского побережья и большим количеством интересных туристских мест для посещения. Краснодарский край – хороший вариант для пляжного отдыха, который может оказаться выгоднее, чем поездка за границу. Сочи является одним из самых посещаемых туристских городов, он уже долгое время развивается как один из основных курортов страны. Большой скачок в его развитии произошел во время подготовки к проведению Олимпийских Игр 2014 года. Одно из главных влияний, которое оказала Олимпиада на курорт, это расширение его туристского предложения, за счет развития новых видов туризма: горнолыжного, спортивного, экстремального.

В большинстве случаев жители России путешествуют либо по региону, где постоянно проживают, либо в соседние регионы. Такие поездки составляют почти половину от всего внутреннего туристского потока страны. Они особенно популярны во времена праздников, например, новогодних или майских или во время выходных.

В последние годы в стране растет интерес к автомобильным путешествиям, которые не требуют больших затрат и очень просты в организации. По данным НАФИ, летом 2022 года в путешествие по России на автомобиле отправились 67% россиян [4]. Среди регионов, куда чаще всего туристы отправляются на

автомобиле, выделяют Краснодарский край, Республику Крым и Алтайский край.

На данный момент в России идет реализация государственной программы «Развитие туризма» до 2030 года. В неё вошли 3 федеральных проекта, направленных на развитие туризма в стране: «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма». В основные цели данной программы входит создание информационных систем и решений, которые позволят людям больше узнать о возможностях отдыха внутри страны, повышение квалификации туристского персонала и создание новых рабочих мест, создание качественной туристской инфраструктуры, внедрение новых мер поддержки предпринимательских инициатив в сфере туризма и т.д.

Также в настоящее время реализуется национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» на период до 2030 года, который направлен на возрождение и развитие внутреннего туризма. К основным целям проекта относят увеличение количества путешествий по России до 140 миллионов поездок в год, увеличение числа рабочих мест в сфере туризма и строительство 582 новых туристских комплексов, гостиниц и санаториев. По итогам реализации данного национального проекта, путешествия по России станут безопасными, удобными и интересными.

Большинство российских регионов обладает богатым культурно-историческим наследием и уникальными природными объектами, но туристский потенциал страны до сих пор остается недооцененным, в связи с чем внутренний

туризм развивается не так быстро, как хотелось бы, и находится на начальных стадиях своего развития.

Среди основных причин, тормозящих развитие индустрии туризма в России можно выделить:

- недостаточная информированность туристов о возможностях и потенциале туристских регионов в стране;

- высокие цены на средства размещения и низкий уровень сервиса, несоответствующий международным стандартам;

- высокие цены на авиаперелеты по стране;

- слабая поддержка туризма от государства;

- туристским фирмам невыгодно работать на внутренний туризм при низком спросе.

В стране остаются недооцененными такие виды туризма, как рекреационный и экологический. Они имеют очень большое значение, так как направлены на то, чтобы туристы могли отдохнуть вдали от городской суеты и восстановить свои физические силы и духовное состояние. Благодаря красивой природе, большому количеству уникальных природных объектов и заповедников, а также разным климатическим поясам, экологический туризм является одним из самых перспективных направлений туризма в стране.

Также у России есть большие перспективы для развития гастрономического туризма. На данный момент в нашей стране этот вид туризма пока не получил широкого развития, но для этого имеются большие предпосылки. Россия многонациональная страна, на территории которой проживает более 190 разных

народов, у каждого из которых не только своя особенная культура, но и традиционная кухня. Знакомство с каждой из них будет не только вкусно, но и интересно.

Гастрономический туризм может активно развиваться в Республиках России. Так как на их территории в основном проживают коренные народы, они стараются сохранить местные традиции и обычаи, в том числе и национальную кухню. Так, например, в Татарстане главное блюдо – эчпочмаки, в Дагестане – хинкал, в Бурятии – буузы, в Якутии – индигирка и строганина и т.д. Пробуя местную кухню, туристы могут также познакомиться с культурой и историей народа, укладом жизни, основными достопримечательностями региона и т.д.

Еще одним из перспективных направлений туризма в России может стать Север и Дальний Восток. Сюда входят Республика Саха (Якутия), Камчатка, Сахалин и Курильские острова. В последние годы данное направление привлекает все большее количество туристов, благодаря своей невероятно красивой природе и необычным климатическим условиям, большому количеству уникальных природных объектов и особо охраняемых природных территорий.

На территории Камчатки имеется большое количество интересных природных объектов: Долина Гейзеров, вулканы Ключевская сопка и Малый Семячик, Ключевской природный парк и природный парк «Быстринский». В Якутии привлекательными для туристов являются Ленские столбы, Полюс холода – Оймякон, водопады Курулуур, местность Турук Хайа, Момский природный парк. В Сахалинской области тоже большое количество красивых и

уникальных природных объектов: Тюлений остров, мысы Крильон и Великан, Кипящее озеро, Тихая бухта и большое количество заповедных территорий.

Несмотря на богатый потенциал, туризм на Дальнем Востоке пока не может активно развиваться. Этому препятствуют большие проблемы, такие как транспортная удаленность от центра России, дорогие авиабилеты, низкое качество транспортной инфраструктуры и отсутствие мощного бренда, который олицетворял бы данный регион как интересный и богатый туристский центр.

В данном случае необходима помощь государства: введение возможности субсидированных перевозок специально для туристов, а также более щедрая система кэшбека для возврата денег, потраченных на путешествие. Также необходимо провести комплексную работу по созданию туристского бренда Севера, как интересного региона с уникальными туристскими ресурсами и возможностями, о котором будут знать все.

Для более активного развития внутреннего туризма в России необходимо, в первую очередь, усовершенствовать всю имеющуюся материально-техническую базу: увеличить количество коллективных средств размещения и число номеров в них, реконструировать большую часть из них до высококачественного состояния, наладить транспортную инфраструктуру и т.д. А также повысить уровень сервиса до международных стандартов, увеличить число квалифицированных кадров и проводить обучения по повышению их профессиональных навыков, правильно использовать туристскую рекламу, наладить систему маркетинга, сотрудничать с другими государствами в сфере туризма.

Также необходимо наладить межрегиональные связи и транспортную связность между регионами. Это позволит увеличить туристский поток, а туристам даст возможность широкого выбора территорий для посещения новых маршрутов. Приезжая в один регион, туристы смогут за короткое время и с удобствами посетить еще и соседний, а регионы за счет объединения смогут получать высокий доход.

Выводы. В России имеются очень перспективные направления туризма и уникальные туристские территории. При грамотном подходе к их развитию и активной помощи со стороны Правительства внутренний туризм сможет выйти на новый уровень развития и стать для россиян таким же привлекательным, как и поездки за границу, а также стать одной из самых прибыльных отраслей экономики страны.

Библиографический список

1. Буторов С. А. Внутренний туризм в России: нереализованный потенциал // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 3. С.178-184.
2. Валеева Г.Ф., Кувалдина Е.А. Управление туристической привлекательностью региона // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: материалы IV Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, г. Казань, 24 января 2020 г. – Симферополь, 2020. – с303-307
3. Самакаева М.Д., Ковалева И.Н. Проблемы развития внутреннего туризма в Российской Федерации // Научно-практический журнал. 2021. №5. С.46-49.
4. Национальное агентство финансовых исследований. – URL: <https://nafi.ru/> (дата обращения: 20.10.2023)
5. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.10.2023)

THE CURRENT STATE OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE RUSSIAN FEDERATION AND PROSPECTS FOR ITS DEVELOPMENT

A.A.Yakovleva^a, G.F.Bulatova^b

^a Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

^b Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan , Russia, e-mail: algayaz02@gmail.com

Annotation: The article discusses the main aspects of the development of domestic tourism and the current state of the tourism industry in Russia. Based on the analysis, the main promising directions for the development of domestic tourism in the country are formulated.

Keywords: tourism industry, domestic tourism, development prospects.

Секция 5

ПРОБА ПЕРА: ПЕРВЫЕ ШАГИ В НАУКЕ (АСПИРАНТЫ, МАГИСТРЫ И АСПИРАНТЫ)

УДК 908

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПАРКОВОГО КОМПЛЕКСА ИСТОРИИ ТЕХНИКИ ИМЕНИ К.Г. САХАРОВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ И СРАВНЕНИЕ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С МУЗЕЯМИ ТЕХНИКИ В ЕВРОПЕ И РОССИИ

А.Н. Беляева^а

^аТольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Тольятти, Россия, e-mail: aleksandra-belya@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены особенности развития Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова на современном этапе, расположенного в городе Тольятти и сравнение деятельности данного паркового комплекса с музеями истории техники в Европе и России.

Ключевые слова: парковый комплекс истории техники; технический музей; музей техники.

Постановка проблемы. Необходимо определить особенности Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова на современном этапе развития, а также сравнить его деятельность с подобного рода музеями техники и техническими музеями в Европе и России. Определить уникальность создания данного паркового комплекса.

Методы и источники информации. Анализ научно-методической литературы по теме исследования, сравнение, обобщение результатов.

Парковый комплекс несомненно является одним из культурных центров любого города. Сегодня парковый комплекс истории техники – это не только хранилища древностей, но и пространства для диалога между прошлым, настоящим и будущим, используемые для обмена и передачи различных видов культуры, создающие новый потенциал для развития современного туризма и творчества [3].

Необходимо отметить, что в городе Тольятти инициатором и организатором создания технического музея завода ОАО «АВТОВАЗ» был Константин Григорьевич Сахаров. Технический музей открылся 7 сентября 2001 года к юбилею научно-технического центра (сейчас полное название – Парковый комплекс истории техники имени К.Г. Сахарова) [10]. На месте бывшего полигона строительных отходов площадью 38 гектаров расположили более 450 экземпляров: от представителей техники авиации, космоса до инженерной, железнодорожной, автомобильной и бронетехники, а также сельскохозяйственной, ракетной, систем вооружения ВМФ и артиллерии. Настоящим украшением серии стала крупнейшая дизель-электрическая подводная лодка воздушно-морского флота России проекта 641Б «СОМ» «Б-307» [6].

Следует отметить, что К.Г. Сахаров предполагал развитие технического музея не только как площадки для выставки советского промышленного оборудования и технологий 20 века, но и как досуговый городской парковый комплекс с различными тренажёрами и аттракционами, местами семейного времяпрепровождения и озеленением территории [3].

С 2003 года в Парковом комплексе истории техники имени К.Г. Сахарова присутствуют образцы космической техники, переданные ОАО «ВНИИТрансмаш»: шасси лунохода и марсоход, транспортный робот [10]. Также в том году Технический музей получил премию администрации Самарской области «Серебряная чайка» в номинации «Лучший объект экскурсионного показа» за высокие достижения в области туризма [3].

В 2014 году Парковый комплекс истории техники имени К.Г. Сахарова посетили более 75 000 горожан и гостей Тольятти. По данным департамента туризма Самарской области, выставка экспонатов Паркового комплекса занимает третье место по туристической привлекательности Самарского края. Парковый комплекс истории техники, как и планировалось – это место проведения известных тематических и исторических фестивалей и реконструкций: фестиваль «Княжеский турнир», фестиваль «Кухня «Автордио», празднование Победы в Великой Отечественной войне – 9 мая, фестиваль исторической реконструкции «Россия XX век»; проходят также спортивные соревнования на картодроме и мероприятия компании АО «АВТОВАЗ» [3].

В 2015 году Парковый комплекс истории техники им. К.Г. Сахарова занял второе место в финале Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» в номинации «Лучшая площадка для развития событийного туризма – природно-рекреационная зона» [5].

В Парковом комплексе истории техники имени К.Г. Сахарова находится более 460 различных экспонатов, демонстрирующих развитие автомобильной,

бронетанковой, авиационной, железнодорожной техники, а также ракетно-артиллерийского и морского вооружения [9].

Но особого внимания заслуживает подводная лодка Б-307, доставленная в парковый комплекс, когда он еще был техническим музеем с места службы целиком. Лодки данного проекта являются крупнейшими в мире дизельными подводными лодками [4].

Рассмотрим основные существующие в Европе и России музеи техники и их особенности.

Городок науки и индустрии в Париже, Франция. Город науки и промышленности является крупнейшим научным музеем в Европе и самым посещаемым музеем науки в мире. Город был построен в 1986 году, и в 2012 году его посещало в среднем 5 миллионов человек в год. В наличии имеется планетарий, аквариум, библиотека научной литературы [1].

Космический городок в Тулузе, Франция. Космический городок на окраине Тулузы представляет собой впечатляющую коллекцию космической техники под открытым небом. Интерактивная выставка посвящена истории освоения космоса. Здесь можно запустить свою собственную ракету, вывести спутник на околоземную орбиту или посмотреть 3D-фильм, снятый на Международной космической станции [7].

Национальный музей науки и технологий Леонардо да Винчи. Милан, Италия. Музей Леонардо да Винчи – крупнейший научный музей в Италии. Здесь представлена коллекция из 130 единиц оборудования, построенного по эскизам изобретателя, и еще 16 тыс. экземпляров, посвященных истории

мировой науки и технологического развития. В выставочном зале музея можно увидеть образцы авиации разных стран и исторических времен, а также первую прялку и паровую машину, прогуляться по настоящей подводной лодке [2].

Музей военной техники «Оружие Победы». Музей военной техники под открытым небом, единственный в Краснодаре. Стандартный набор советских военных и послевоенных танков и пушек. Также среди экспонатов представлена подводная лодка [8].

Музей военной техники «Военная горка» в городе Темрюк Краснодарского края. Музей под открытым небом, состоящий из десятков единиц бронетехники, авиации, артиллерии, поездов и даже флотов [8].

Музей истории боевой техники в городе Новороссийск. Представлена выставка техники под открытым небом, входит в состав мемориального комплекса «Малая Земля». В основном преобладает отечественная бронетехника (Т-34, ИС-2, ИС-3) и артиллерия [8].

Саратовский государственный музей боевой и трудовой славы. Большой музейный комплекс, включающий традиционный закрытый музей и открытую площадку (Парк Победы). На выставке представлена советская бронетехника (Т-80) времен Великой Отечественной войны и послевоенных лет, реактивные самолеты 1970-х годов и артиллерия [8].

Музей истории гражданской авиации в городе Ульяновске. Крупнейший в стране авиационный музей (более 9 000 экспонатов). Включает в себя много интересных машин – например, Ту-144 [8].

Центральный музей Вооруженных сил. Также еще одна музейная площадка, где можно посмотреть военную технику, расположена в центре столицы – Мещанском районе. Центральный музей Вооруженных сил РФ был создан в 1919 году. Сегодня в здании музея насчитывается 24 зала с различными экземплярами, а боевые машины размещены на открытых площадках [8].

Основа экспозиции музея под открытым небом формировалась с 1965 по 1979 год. В это время здесь появилась техника сухопутных войск, авиации и военно-морского флота. С конца 1980-х в музей привозили образцы вооружения в ракетных войсках стратегического назначения [8].

Музей техники Вадима Задорожного. Место, которое ценят все любители военной тематики. Музей расположен в Московской области, но совсем недалеко от МКАД – в поселке Архангельское. Данный музей техники считается крупнейшей частной коллекцией исторического достояния в Европе. Здесь можно увидеть не только военную технику, но и редкие ретро-автомобили, железнодорожный транспорт, космические экспонаты, а также бытовые предметы [8].

Результаты. Таким образом отметим, что Парковый комплекс истории техники имени К.Г. Сахарова в городе Тольятти несомненно уникальное место и поистине масштабное по своей задумке в Самарской области [9]. По своим размерам территории и количеству проводимых мероприятий парковый комплекс не уступает подобного вида паркам Москвы и Санкт-Петербурга. Уникальность данного комплекса заключается в том, что экспонаты расположены также и под открытым небом.

Выводы:

- на самом деле то, что оставил после себя Константин Григорьевич Сахаров
- это зеленый и ухоженный парк с прекрасными природными ландшафтами и различной военной техникой;
- существует несколько музеев техники в Европе и России, которые находятся либо в закрытом помещении, на открытом пространстве, либо совмещают в себе несколько территориальных условностей;
- в результате развития экскурсионной деятельности Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова, создания новых экскурсионных программ и усовершенствования дополнений к их проведению, появилась возможность сделать комплекс еще более популярным, привлечь не только посетителей, но и спонсоров для дальнейшего развития. Также важна уникальность нахождения подводной лодки в парковом комплексе истории техники и наличие экскурсий по ней;
- в настоящее время, учитывая все особенности развития Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова на современном этапе можно дополнять его экскурсионную деятельность инновациями в туризме, но сохраняя первоначально задуманный облик данного комплекса, который способствует сохранению памяти об истории страны и родного Самарского края.

Библиографический список

1. Городок науки и промышленности в Париже. URL: <https://tourism-book.com/earth/article-gorodok-nauki-i-promyshlennosti-v-parizhie/?ysclid=ldsk0dv3es466323150>/(дата обращения: 25.08.2023).

2. 15 музеев науки и техники в городах Европы для всей семьи. Самый семейный сайт. URL: <https://www.7ya.ru/article/15-muzeev-nauki-i-tehniki-v-gorodah-Evropy-dlya-vsej-semi/?ysclid=ldsjsvqvuj411481203/>(дата обращения: 24.08.2023).
3. О парке. Правила посещения. Официальный сайт Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова. URL: https://pkitis.tltsu.ru/?page_id=2&ysclid=ldsfcx2toq834546934/(дата обращения: 19.08.2023).
4. Описание экспозиции Паркового комплекса истории техники им. К.Г. Сахарова. Официальный сайт Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова. URL: <https://pkitis.tltsu.ru/?p=194/>(дата обращения: 22.08.2023).
5. Парковый комплекс истории техники – второе место в России. Официальный сайт Паркового комплекса истории техники имени К.Г. Сахарова. URL: <https://pkitis.tltsu.ru/?p=553&ysclid=ldsh5luorg157210823/>(дата обращения: 02.09.2023).
6. Парковый комплекс истории техники показал лучшие экспонаты. Издательство «Коммерсантъ». URL: <https://www.kommersant.ru/gallery/4509384?ysclid=ldsgbvfxw50742227/>(дата обращения: 9.09.2023).
7. Путеводитель по Парижу. URL: <https://parisgid.ru/>(дата обращения: 20.08.2023).
8. Технические музеи России. Techtraveling. URL: <https://techtraveling.ru/useful/tehnicheskie-muzei-rossii/?ysclid=ldskkmy1gv29317827/>(дата обращения: 4.09.2023).
9. Тольятти: Парковый комплекс истории техники имени Сахарова. Фотоблог Вадима Кондратьева Самарская область и Поволжье. Портал Livejournal. URL: <https://chronograph.livejournal.com/143560.html?ysclid=ldsfkpridk90949806/>(дата обращения: 03.09.2023).
10. Тольятти. URL: <https://tltgorod.ru/news/theme-62/news-119025/?ysclid=lmbux29ize54039690/>(дата обращения: 30.08.2023).

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE PARK COMPLEX OF THE HISTORY OF TECHNOLOGY NAMED AFTER K.G. SAKHAROV AT THE PRESENT STAGE AND COMPARISON OF ITS ACTIVITIES WITH THE MUSEUMS OF TECHNOLOGY IN EUROPE AND RUSSIA

A.N. Belyaeva^a

“Togliatti State University, Togliatti

Togliatti, Russia, e-mail: aleksandra-belya@mail.ru

Abstract. The article discusses the features of the development of the Park complex of the history of technology named after K.G. Sakharov at the present stage, located in the city of Togliatti and the comparison of the activities of this park complex with the museums of the history of technology in Europe and Russia.

Keywords: park complex of the history of technology; technical museum; museum of technology.

УДК 338.48

**РОЛЬ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО
ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ
ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА**

Е.С. Зуб^а, С.В. Федорова^б

^а Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.

Москва, Россия

^б Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г.

Москва, Россия

Москва Россия, e-mail: zub.gina/s@gmail.com, sofiya_fedorova_04@bk.ru

Аннотация. В статье проводится анализ влияния культуры как фактора формирования привлекательного туристского имиджа дестинации. Рассматриваются направления влияния культуры на экономику и туристскую деятельность, а также роль креативной экономики в данном вопросе. Туристская индустрия показана как активный инструмент развития экономики в туристских дестинациях. Приводятся возможные пути развития туризма посредством использования ресурсов культурной индустрии на примере конкретного региона – Республики Башкортостан.

Ключевые слова: туризм, туристский имидж дестинации, креативная экономика, развитие искусства, экономика культуры, туризм в Башкортостане.

Постановка проблемы. Туризм – это мировая индустрия, которая активно развивается и оказывает значительное влияние на формирование ВВП стран, создание рабочих мест и рост занятости. Эта сфера затрагивает такие экономические отрасли как строительство, сельское хозяйство, транспорт, связь и выступает стимулятором их качественного развития.

В 2022 г. доля вклада туризма в мировой ВВП составила 7,6% (отмечается рост на 22% по сравнению с 2021 г.) [8]. С целью обслуживания большого количества клиентов, развития социальной инфраструктуры и создания уникальных услуг необходимо привлечение большого количества специалистов из смежных отраслей: эта сфера способствует поднятию уровня занятости населения. По данным, в 2022 г. в туристской индустрии было создано около 2,2 млн. рабочих мест, и это на 7,9% больше, чем в 2021 г. [9].

Туризм способствует формированию позитивного имиджа туристской территории и продвижению данного региона на международном рынке туристских услуг [3]. В первую очередь, туризм выступает в качестве источника активного привлечения инвестиций. Формирование инфраструктуры и повышение качества предоставляемых услуг подразумевают значительные капиталовложения, которые будут способствовать развитию строительной отрасли и росту навыков у сотрудников. Индустрия также предоставляет возможности для развития малого и среднего бизнеса – у предпринимателей есть стимул вкладывать средства в открытие новых предприятий сферы туризма, что повышает конкуренцию на рынке и улучшает характеристики товаров [2].

При этом содействие динамичному развитию туристской отрасли – одна из актуальных задач культуры [4]. На сегодняшний день культура и искусство играют значительную роль в формировании привлекательного туристского имиджа территории. Культурная индустрия оказывает прямое влияние на экономику региона, так как в зависимости от степени ее развитости увеличивается число туристов, а соответственно число потребителей.

Стоит отметить, что культура не статична – это разнообразный и глубинный феномен, который объединяет разные области жизни деятельности человека. Именно поэтому одной из особенностей культурного сектора считается форма креативности в производстве и потенциальное воплощение некоторой формы интеллектуальной собственности, которые напрямую указывают на взаимосвязь культуры с креативной экономикой.

В современном мире большее внимание стало уделяться сектору креативной экономики [6]. Такой вид экономики представляет собой область экономики знаний, экономики «нового поколения», другими словами, экономику, результатом деятельности которой станет продажа товаров и услуг интеллектуальной собственности.

Безусловно, экономика знаний не ограничивается капитализацией технологических инноваций, скорее, наоборот, выступает за более креативный и, в какой-то степени, творческий подход к внедрению инноваций и решению поставленных задач в целом.

Творческая экономика включает в себя область культуры, начиная от производства художественного произведения и заканчивая креативным обеспечением традиционной экономики в лице производства, промышленности, энергетики и т.д. [5]

Экономика не может быть свободной от культуры [7], а туризм и туристская сфера выступают как часть креативной экономики, потому что туризм можно рассматривать как симбиоз двух начал: экономического аспекта в контексте популярной отрасли для ведения бизнеса и культурного аспекта,

который позволяет оживить современные культурные институты и преумножить их прибыль.

Креативную экономику часто называют экономикой впечатлений. В свою очередь именно за ними турист приезжает в новую для себя местность. Впечатления всегда создаются за счет культуры: культурно-историческим наследием, менталитетом и, в целом, культурными событиями, поэтому туризм может стать драйвером развития этого сегмента, ведь именно местная культура вызывают неповторимые эмоции у туриста.

Вклад той или иной отрасли с экономической точки зрения измеряется двумя показателями:

вклад в ВВП, который измеряется в процентах;

доля занятого в этом сегменте экономически активного населения страны в процентах.

В России часть второго показателя составляет 1-2%, что указывает на то, что креативная экономика в стране находится только на этапе становления и развития. Для сравнения в Европе показатель превышает 5%, что говорит о значительной составляющей народного хозяйства.

Наша страна обладает уникальным культурным наследием, так, в России проживает более 190 народов, в числе которых коренные малые и автохтонные. По этой причине туристская сфера в России на сегодняшний день имеет огромный потенциал.

Так, например, модернизация и открытие новых субъектов культурного пространства способны привлечь новых потребителей в регионы страны, что

позволит улучшить инвестиционную привлекательность туризма как сферы, а соответственно ускорить темп экономического развития.

Развитие сферы искусства и ее взаимосвязь с индустрией туризма должны способствовать привлечению путешественников в регион и улучшению экономики в стране.

Методы и источники информации. В качестве методов в процессе исследования были использованы анализ научной и периодической литературы, методы наблюдения, сравнения, обобщения отечественной практики, анализ стратегических документов в сфере туризма.

Результаты. В настоящее время в исследуемом регионе актуальна Стратегия развития туризма в Республике Башкортостан на период до 2035 года [1]. Она ориентирована на комплексное усовершенствование территорий, объектов культуры, инфраструктуры и дестинаций с целью качественного развития уровня въездного и выездного туризма в пределах региона. Планируется внедрение инновационных маркетинговых техник продвижения уникального туристского продукта для привлечения большего числа туристов со всей страны.

Согласно мониторингу нынешнего состояния и вероятных тенденций развития индустрии в республике, в 2021 г. 20,1% населения успели посетить объекты показа Башкирии, а 42,3% только планируют совершить путешествие. Выявлено, что в качестве основной целевой аудитории выступают женщины от 18 до 30 лет.

Башкортостан привлекателен для туристов не только уникальными природными объектами, включенными в ЮНЕСКО, но и культурной частью – на территории всей Республики расположено более 1935 культурно исторических объектов: в их числе более 409 памятников истории и архитектуры, 28 памятников искусства, практически 1300 памятников археологии. В регионе расположено большое количество музеев, которые могут быть интересны путешественникам любых возрастов.

С целью сохранения большого культурного потенциала и наследия, Башкортостан участвует в Федеральной целевой программе «Культура России», и активно выполняет задачи плана проведения мероприятий по сохранению недвижимых культурных объектов республики.

Еще в 2006 году была одобрена «Комплексная программа развития культуры и искусства в Республике Башкортостан», демонстрирующая, что рассматриваемый регион стремится поддерживать благоприятное состояние памятников культуры и продвигать искусство с целью проведения мероприятий по привлечению заинтересованных туристов.

В 2022 году Башкортостан принял участие в Федеральном проекте «Музейные маршруты России» [10]. Такой инструмент создания новых уникальных кластеров и формирования наполненных маршрутов способен привлечь новое количество путешественников в регион.

В 2023 году в качестве главной тенденции в России выступает развитие внутреннего туризма и ориентация на потребителя, что ставит новые цели перед

музеями – предоставлять путешественникам из других республик возможность познакомиться с искусством и культурой в Башкирии.

В ходе проведенного анализа можно сделать вывод, что развитие индустрии туризма через культуру и искусство на примере Республики Башкортостан может стать инструментом для формирования имиджа территорий, который привлечет новую целевую аудиторию и поспособствует улучшению экономики.

Если в 2023 году начать активно продвигать идею музейных маршрутов, реставрации памятников культуры и развития объектов культурного показа в пределах Республики Башкортостан, то уже в ближайшие годы уровень экономики региона может значительно вырасти.

Выводы. Развитие культуры и искусства – это актуальный инструмент развития туристской индустрии. Улучшение инфраструктуры музеев может увеличить привлекательность региона, и как следствие улучшить экономические показатели.

Развитие культуры и искусства влияет на формирование культурного и образовательного туризма – популярность этих видов с годами только растет. Новые музейные экспонаты, культурные объекты и другие произведения искусства выступают факторами устойчивого развития региона. Рост инвестиций и капиталовложений, как следствие увеличения турпотока, станут причиной форсированного экономического развития туристских дестинаций.

Библиографический список

1. Стратегия развития туризма в Республике Башкортостан на период до 2035 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru/document/406193231> (дата обращения: 25.10.2023 г.).
2. Артемова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] // URL: https://tourlib.net/books_tourism/artemova4-1.htm (дата обращения: 23.10.2023).
3. Беломестнова М.Е. Событийный туризм как драйвер развития въездного и внутреннего туризма в Москве // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2019. – Т. 15, № 1. – С. 19-25.
4. Кустенко В.В., Беломестнова М.Е. Повышение туристской привлекательности Санкт-Петербурга средствами культуры и культурного наследия (на примере Александринского театра) // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России : Материалы Всероссийской студенческой научной конференции, Москва, 13–14 марта 2019 года. – Москва: ФГБОУ ВО «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)», 2019. – С. 206-210.
5. Новичков Н.В. О некоторых аспектах развития туризма как части креативной экономики и экономики впечатлений // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 8 (46). – С. 113-121.
6. Пашкус В.Ю., Булина А.О. Экономика и культура: креативная экономика, государственное регулирование и подходы к оценке бренда территории // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 35 (362). – С. 39-47.
7. Тросби Д. Экономика и культура. М.: Издательский дом Высшей школы экономики – 2013. – 254 с.
8. Статистический портал Statista.com [Электронный ресурс] // URL: www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/ (дата обращения: 25.10.2023 г.).
9. Сайт World Travel Tourism Council. Отчет о влиянии путешествий и туризма на экономику и занятость [Электронный ресурс] // URL: <https://wttc.org/research/economic-impact> (дата обращения: 25.10.2023 г.).
10. В Башкортостане стартовали «Музейные маршруты России» // Культурный Мир Башкортостана [Электронный ресурс] // URL: <https://kulturarb.ru/ru/news/v-bashkortostane-startovali-muzejnye-marshruty-rossii> (дата обращения: 23.10.2023).

THE ROLE OF CULTURE IN THE FORMATION OF AN ATTRACTIVE TOURIST IMAGE OF THE TERRITORY IN ORDER TO IMPROVE THE ECONOMY

E.S. Zub^a, S.V. Fedorova^b

^aFinancial University under the Government of the Russian Federation, c.

Moscow

^bFinancial University under the Government of the Russian Federation, c.

Moscow

Moscow, Russia, e-mail: zub/gina.s@gmail.com, sofiya_fedorova_04@bk.ru

Annotation. The article analyzes the influence of culture as a factor in the formation of an attractive tourist image of a destination. The directions of influence of culture on the economy and tourism activities, as well as the role of the creative economy in this issue are considered. The tourism industry is shown as an active tool for economic development in tourist destinations. Possible ways of developing tourism through the use of cultural industry resources are given using the example of a specific region - the Republic of Bashkortostan.

Keywords: tourism, tourist image of a destination, creative economy, development of art, economics of culture, tourism in Bashkortostan.

УДК 168.521

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ

Г.Ж. Калелова^а, И.Т. Гайсин^б

^а ВКУ имени Сарсена Аманжолова, г. Усть-Каменогорск

^б Казанский государственный федеральный (Приволжский) университет,

г. Казань

Казань, Россия, e-mail: gkalelova@bk.ru

Аннотация: Формирование информационной компетентности учащихся с использованием информационных технологий в естественных предметах, использование современных информационных технологий, электронных учебников и интернет ресурсов позволяют развивать творческие способности учащихся в образовательном процессе. Формирование информационной компетентности и информационной культуры учащихся сегодня становится одной из самых актуальных проблем в системе непрерывного педагогического образования.

Ключевые слова: педагогического образования, информационных технологий, Естествознание, педагогика.

Актуальность темы: повышение уровня знаний учащихся за счет эффективного использования информационных технологий на уроке.

Цель: воспитание современного всестороннего, глубоко образованного, развитого ученика с высоким интеллектуальным уровнем.

Задача: ознакомление с методическими, педагогическими изданиями, определяющими новые технологии обучения в образовательном процессе. Умение эффективно использовать информационные образовательные технологии обучения на уроке. Обучение эффективным путем творческого поиска в процессе формирования познавательной активности учащегося, повышение качества знаний.

Всемогущая сила, которая продвигает человеческое общество вперед, способствуя тому, что завтрашний день будет ярче сегодняшнего, присуща только знаниям. Таким образом, гуманизация, информатизация образования – требование современности. Возможности гармоничного взаимодействия информационных знаний, среды и человека и использования информационных технологий в новом информационном обществе, расширения связей с информационной культурой многочисленны. Учитывая, что рост цивилизации напрямую связан с формированием информационного общества, уровень развития современных знаний и техники требует от каждого человека наличия качественных и глубоких знаний и профессиональных умений, активной творческой работы молодежи.

Образование становится основным источником ценности в информационном обществе, в эпоху глобализации. Глобальные тенденции развития науки и новых технологий, образования:

1. Информационно-коммуникационные технологии.
2. Центр информационной культуры.

К информационно-коммуникационным технологиям можно отнести интернет, телевидение, электронную почту, радио. Учитель получает возможность поддерживать связь со своими учениками с помощью информационно-коммуникационных технологий таким образом, чтобы они могли сблизиться индивидуально. Кроме того, включение интернет-системы в методику преподавания предметов было бы источником качественных знаний. Обучение через интернет делает возможным взаимный обмен информацией учащихся, повышает познавательную деятельность, повышает интерес к получению знаний, стремление к самостоятельному поиску. Бесспорно, именно учитель, безусловно, раскрывает такие способности учащихся и формирует познавательную деятельность. В этих системах обучения учитель только руководит и выступает в роли организатора, проводника.

В современной сфере образования формируются целенаправленные преобразования в мировом образовательном пространстве.

Система образования требует организации, изменения, обновления содержания образования.

Одной из особо важных проблем в системе образования в развитых странах является информатизация обучения, то есть использование информационно - коммуникационных технологий в учебном процессе. В настоящее время в системе образования страны введено в число новшеств создание информационного пространства.

Эффективность использования информационно-коммуникационных технологий на уроках естествознания:

-самостоятельная работа ученика;

-экономьте время, получая больше знаний за меньшее время; знание знаний и умений через тестовые задания;

-экономическая эффективность интерпретации информационных процессов при решении творческих задач;

-применение информационных технологий, способствующих расширению кругозора, кругозора учащегося;

-развивать умение самостоятельно делать выводы;

-умение выбирать эффективные из числа подобных явлений;

Эффективное использование и использование информационно – коммуникационных технологий обучения в учебном процессе дает достаточно положительные результаты. Особенно благоприятные условия для самостоятельного поиска, повышения интереса учащихся к предмету, развития их творчества, формирования культуры учебной деятельности, организации самостоятельной работы.

Образование-ориентир будущего, цель основных задач любого учебного заведения один из них-развитие компетенций личности. Интерес - важнейшие условия развития духовной и физической силы человека, побуждающие его расширять кругозор и приобретать знания. Ученик с большим энтузиазмом примет интересный урок и будет его хорошо изучать.

Основы информационных технологий способствуют расширению качества знаний и грамотности, полученных человеком по естественным дисциплинам, например, через интернет-сайт можно использовать наглядные пособия

высокого уровня. С течением времени использование на уроке видео ролика, аудиоустановок и телевидения, компьютера – расширяет кругозор учащихся, особенно при подведении итогов глав в учебнике учащиеся не только накапливают дополнительные материалы, расширяют знания, повышают познавательную активность, но и развивают логическое мышление, развивают творческие способности. В своей практике я регулярно показываю лабораторные опыты с использованием ресурсов интернета, виртуальные лабораторные работы во время практических работ, учащиеся сами выполняют практические работы с помощью компьютера.

Учитель, овладев новыми информационными технологиями обучения и используя их, пополняет свою материальную базу и экономит время.

Еще одно достижение, которое предлагает нам новая технология, - это, конечно же, наш мультимедийный учебник-электронный учебник. Использование электронного учебника - развивает научно-методический потенциал учителя, облегчает его труд на уроке. В химическом образовании работа с электронными учебниками ведется на трех основных уровнях:

-чтение

-обучение

-контроль и проверка.

Электронные учебники повышают самостоятельность и высокую познавательную активность учащихся, повышают качество их глубокого и основательного обучения. В то же время охватывает весь учебный процесс от поставленной цели до достигнутого результата, указывает учащимся путь к

большому информационному образовательному пространству по естествознанию. Электронные учебники могут предоставить разнообразный набор информации, подробно рассказать обучающимся об основных центрах образования. Электронный учебник-научно-педагогический инструмент. Учебники составляются в соответствии с государственной учебной программой. В нем примут участие специалисты каждой дисциплины, ученые и педагоги визуальной сферы, методисты, программисты - дизайнеры, операторы.

При использовании электронных учебников на уроках естествознания обучающиеся расширяют ранее полученные знания и самостоятельно выполняют творческие задания. Каждый ученик, выполняя задания по выбранной теме, решает тесты, привыкает работать с картой и чертежами. Особенностью электронных учебников при развитии современных информационных технологий является их соответствие образцу и высокая мобильность, гибкость в обучении чтению. Электронные учебники являются необходимым инструментом, дополняющим учебные и исследовательские материалы, полностью подходящим для дополнительного использования.

На теоретических занятиях электронные учебники можно использовать для:

- В качестве электронной справки;
- Как электронный отчет;
- Как учебник.

В левом углу в навигаторе отображаются различные информационные услуги, связанные с электронным учебником:

- Авторы учебников;

-Медиаобъекты

-Предоставляются услуги печати и др.

Использование «электронных учебников» в сфере образования способствует творческому труду учащихся, не только повышению их познавательной активности, но и формированию логического мышления.

В сфере образования до настоящего времени использование только того, что говорит учитель, или учебника не оправдывает современных требований. Поэтому в современном информатизационном обществе невозможно двигаться вперед без использования этих учебников.

Таким образом, приоритетной задачей совершенствования образования является достижение современного нового качества и эффективности образования, требующего не только приобретения знаний, умений и навыков, но и формирования важных компетенций учащихся.

Учащийся получает возможность работать через компьютер в соответствии со своими психофизиологическими возможностями, через автономную программу. Компьютер может автоматически контролировать работу учащегося и контролировать качество усвоения пройденных материалов, рекомендации по недопущению допущенных ошибок. Учитель с помощью компьютера может оперативно влиять на учебный процесс, создавая собственные авторские программы, получая объективную информацию о результатах работы всех учащихся по отдельным программам. У учителя также будет больше времени для индивидуальной работы с учащимися, администрация школы сможет в любое время получить информацию, необходимую для принятия

управленческих решений. В процессе обучения учащиеся получают возможность обучения, основанного на возможностях использования информационных технологий, самоконтроля, самоорганизации, самоанализа, планирования.

Библиографический список

1. Дерябо, С.Д. Экологическая педагогика и психология - Ростов-на Дону: Феникс, 2019. - 126 с.
2. Естествознание: Программы средней общеобразовательной школы [Текст]. - М.: Просвещение, 1992. - 47 с.
3. Каропа, Г.Н. Экологическое образование школьников: ведущие тенденции и парадигмальные сдвиги - Минск: НИО, 2020. - 210 с.
4. Конюшко, В.С. Методика обучения биологии - Минск: Книжный дом, 2019. - 256 с.
5. Лазарева О.Н. Методика преподавания естествознания. Часть 1. Теоретические основы методики обучения естествознанию в начальных классах - Екатеринбург, 2019. – 262 с.
6. Лернер, И.Я. Качества знаний учащихся. Какими они должны быть? - М.: Знание, 2018. - 48 с.

THE EFFECTIVENESS OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF TEACHING NATURAL SCIENCE

G.Zh. Kalelova^a, I.T. Gaisin^b

^a Sarsen Amanzholov VSU, Ust-Kamenogorsk

^b Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Kazan , *Russia*, e-mail: gkalelova@bk.ru

Annotation: The formation of students' information competence using information technologies in natural subjects, the use of modern information technologies, electronic textbooks and Internet resources allow students to develop creative abilities in the educational process. The formation of information competence and information culture of students today is becoming one of the most urgent problems in the system of continuing pedagogical education.

Keywords: pedagogical education, information technology, natural science, pedagogy.

УДК 379.85

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

К.В. Комлева^а

^аКазанский (Приволжский) Федеральный Университет,

г. Казань, Россия, e-mail: komlewaksenia55@gmail.com

Аннотация: Актуальность исследования обусловлена тем, что новые технологии и постоянно растущий уровень сервиса и технической оснащенности туристических агентств и компаний дают нам основание предложить часть бизнеса в сфере туризма передовой и инновационной в технических и организационных условиях.

Ключевые слова: Туризм, экономика, инновации, инновационный туризм, инновации в туризме, механика инноваций, инновационное развитие, инновационная конкуренция

Как показывает опыт России и зарубежных стран, туризм является важной отраслью экономики, которая способствует ее развитию. Быстрое развитие туризма становится ключевым фактором формирования инновационной модели не только в этой отрасли, но и во всем национальном хозяйстве. В условиях постоянной конкуренции, повышение активности в туристической сфере становится все более важным. Поэтому, выявление особенностей и предпосылок формирования системы инновационной конкуренции в сфере туризма является новым направлением в экономике.

Конкуренция также проявляется в сфере туризма. Современный туризм представляет собой глобальный бизнес, в котором существует огромное количество субъектов рынка, предлагающих туристические продукты и услуги.

Туристические компании, в том числе отели, рестораны, транспортные компании и другие участники рынка постоянно конкурируют друг с другом для того, чтобы привлечь все больше туристов и увеличения своей доли на рынке.

Также, помимо конкуренции, которая является важным фактором в развитии туризма, есть и еще один не менее важный фактор – это инновационность.

Туристические компании, которые первыми предложат новые маршруты, технологии или же услуги, смогут привлечь больше клиентов и повысить свою конкурентоспособность.

Новые товары и услуги, а также применение новых технологий становятся все более связанными с конкуренцией на рынке туризма. Инновации в сфере туризма внедряются с целью [1]:

1. Увеличение конкурентоспособности. Инновационные технологии и процессы позволяют улучшить качество услуг и сократить затраты на их предоставление, что приводит к повышению конкурентоспособности компаний в отрасли;
2. Развитие новых продуктов и услуг. Внедрение инноваций позволяет создавать новые туристические маршруты, продукты и услуги, привлекать новые категории туристов и расширять географию туристических направлений;
3. Увеличение эффективности бизнес-процессов. Использование инновационных технологий и методов позволяет оптимизировать бизнес-

процессы в туристической отрасли, что повышает эффективность деятельности компаний:

4. Улучшение уровня обслуживания клиентов. Использование инновационных технологий в туризме позволяет повысить качество обслуживания туристов, улучшить комфортность услуг и создать новые формы взаимодействия между туристами и компаниями;
5. Сокращение негативного воздействия на окружающую среду. Инновационные технологии и методы позволяют сократить негативное влияние туризма на природу, экологию. Например, за счет создания новомодных эко-отелей;

Также, нельзя не сказать, что инновации могут стать движущей силой для развития отрасли в целом, способствовать ее модернизации и развитию новых технологий и методов работы.

Ранее был упомянут термин «инновационная конкуренция». Что это означает?

Инновационная конкуренция означает соперничество между компаниями в одной отрасли, в данном случае, туристической, на основе развития инноваций. Это означает, что компании стремятся создавать уникальные продукты и услуги, применять новейшие технологии и методы работы, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить свою долю на рынке.

Вернемся к туристической отрасли. Какой должна быть инновационная конкуренция в туризме?

Инновационная конкуренция в туризме должна быть полезной для потребителей, так как это способствует созданию более качественных, уникальных и доступных продуктов и услуг. Кроме того, это может быть полезно для развития отрасли в целом, так как стимулирует компании к инвестированию и исследованию с разработками, а также созданию новых рабочих мест, и безусловно, привлечению инвестиций в отрасль [1].

Также, существует механизм инновационной конкуренции.

Механизм инновационной конкуренции – это процесс соревнования между компаниями, направленный на создание новых или улучшенных продуктов, услуг или технологий. Он может быть основан на различных факторах, материалах, научных исследований и так далее.

В рамках этого механизма компании могут использовать различные стратегии для достижения конкурентного преимущества, например:

1. Инвестирование в научные исследования и разработки новых технологий;
2. Улучшение качества продуктов и услуг;
3. Снижение цен на продукты или услуги;
4. Расширение географического присутствия компании;
5. Использование маркетинговых кампаний для увеличения узнаваемости бренда;

В выводе можно подчеркнуть особенную актуальность развития инновационного туризма для России, целью которого будет развитая туристическая инфраструктура, и огромный туристический потенциал. Развитие

инновационного туризма как нового направления может привлечь иностранных туристов и разнообразить туристическое предложение.

Библиографический список

1. Абазов А.В. Инновационные решения в сфере туризма // Образование и наука в России и за рубежом. 2020. № 6 (70). С. 59-63.
2. Замятина Н.А., Збарская А.В. Особенности изучения инновационной деятельности в туризме // В сборнике: Общество. Доверие. Риски. материалы 3-го Ежегодного международного форума: в 3 книгах. 2021. С. 228-235.
3. Мамонова А.В., Кучер М.О. Виртуальный туризм как инновационное направление туристической индустрии // В сборнике: Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития. Материалы IX Международной научно-практической конференции. 2021. С. 260-264.
4. Навруз-Зода Б.Н. Устойчивое инновационное развитие сферы туризма // В сборнике: Актуальные проблемы развития туризма. Материалы IV международной научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 83-89.
5. Талюк В.А., Мараховская Г.С. Инновационная деятельность в сфере туризма // Аллея науки. 2020. Т. 1. № 1 (40). С. 185-188.
6. Чудинова М.В. Изменение инновационных технологий в туризме // Студенческий. 2022. № 20-11 (190). С. 14-16.

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE TOURISM IN THE REGION

K.V. Komleva^a

^aKazan (Volga region) Federal University,

Kazan, Russia, e-mail: komlewaksenia55@gmail.com

Annotation: The relevance of the study is due to the fact that new technologies and the constantly growing level of service and technical equipment of travel agencies and companies give us reason to offer part of the business in the field of tourism advanced and innovative in technical and organizational conditions.

Key words: Tourism, economics, innovation, innovative tourism, innovation in tourism, mechanics of innovation, innovative development, innovative competition

ЗНАЧИМОСТЬ КОММУНИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Г.Р. Низамова^а

^аКазанский государственный федеральный (Приволжский) университет,

г. Казань

Казань, Россия, e-mail: gulnazka1999@yandex.ru

Аннотация: В данной статье рассмотрена роль коммуникации персонала внутри туристских предприятий. Определены причины, ради которых необходимо развивать и поддерживать эффективную внутреннюю коммуникацию в предприятиях. Также в статье акцентировано внимание на особенность взаимодействия кадров в туристических организациях.

Ключевые слова: коммуникация персонала; туристское предприятие; коммуникация; туризм; персонал.

Главной особенностью управления персоналом в рыночной экономике является увеличение значимости личности работника. Сложно однозначно оценить ситуацию, которая сложилась в наши дни, так как с одной стороны она создает большие возможности для более эффективной работы, но с другой существует угрозы неопределенности профессиональной деятельности.

Коммуникация персонала – это основа любой эффективно действующей организации, и сфера туризма не является исключением. Качественное взаимодействие сотрудников сказывается как на социальных, так и на экономических показателях предприятий. Разберем более подробно влияние внутреннего взаимодействия на деятельность туристической организации:

1. Удовлетворенность клиентов.

Как правило, правильное взаимодействие с клиентами – это залог успешности туристского предприятия. Качественная коммуникация между коллегами, руководителями и подчиненными обеспечивает первоклассный опыт обслуживания клиентов благодаря быстрой передаче информации и обмену опытом. Если коллеги могут между собой беспрепятственно взаимодействовать, получать достоверную информацию за короткие сроки, координировать и помогать при необходимости, то они также быстро и качественно смогут оказывать услуги клиентам и решать любые возникшие вопросы. В свою очередь удовлетворенные клиенты будут оставлять положительные отзывы и привлекать новых.

2. Командная работа и сотрудничество

Туристские организации, как и большинство остальных, состоят не только из подразделений, которые взаимодействуют с клиентами, но и из отделов, которые выполняют второстепенные функции. Однако несмотря на то, что они не имеют прямого контакта с потребителями, они также влияют на эффективную деятельность организации. Командная работа – основа туристского предприятия. Качественное взаимодействие различных подразделений, лиц, имеющих единую стратегическую цель, позволяет в короткие сроки решать вопросы и обеспечивать целостный опыт. Также эффективная коммуникация позволяет сотрудникам открыто делиться своими идеями, более точно координировать вопросы и правильно доносить информацию. В совокупности организация получает оптимизированные процессы, хорошую атмосферу внутри и качественное предоставление услуг внешним клиентам.

3. Разрешение конфликтов.

Любая организация, в том числе туристская, на этапе своего развития сталкивается с конфликтными ситуациями. Налаженная коммуникация персонала позволяет более мягко преодолевать кризисные моменты и оперативно определять причину случившегося с последующим предотвращением аналогичных ситуаций. Открыто обсуждая между собой вопросы, на основе которого возникают конфликты, совместно находя пути решения, сотрудники смогут избежать усиления конфликтной ситуации, тем самым сохранив благоприятную атмосферу в коллективе и не испортив качество обслуживания клиентов.

4. Четкий поток информации.

Качественная коммуникация персонала также подразумевает беспрепятственный обмен информацией, необходимой для качественной работы. Например, изменение законодательства, новые обновления, изменения требований по работе с персональными данными, изменение маршрутов и т.д. Когда сотрудники имеют единую цель и имеют все возможности для взаимодействия, вся необходимая информация будет в короткие сроки распространена среди коллег, что в свою очередь приведет к поддержанию или улучшению уровня предоставляемых услуг клиентам.

5. Дополнительные продажи.

В деятельности организаций туристической индустрии продажи занимают лидирующие позиции. Возможность дополнительных продаж за счет владения важной информацией или за счет оперативной помощи коллег, способствует

получения клиентом большего удовлетворения, а организации большего дохода. Например, сообщать об актуальных акциях, о ценности дополнительных услуг, об интересных предложениях. Однако без качественной внутренней коммуникации у сотрудников будут возникать сложности в получении правильной информации за короткие сроки.

На текущий момент в менеджменте существуют большое количество методов обеспечения эффективной коммуникации внутри организации. Наиболее популярными и эффективными среди которых являются: регулярные встречи коллег как в рабочее, так и вне рабочее время, предоставление инструментов для связи (электронная почта, мессенджеры и т.д.), проведение тренингов по командообразованию и коммуникациям, создание благоприятной рабочей атмосферы за счет поддержки сотрудников за любые их идеи, взгляды и интересы.

Таким образом, стоит помнить, что качественная коммуникация персонала – это залог успешного функционирования любой организации, в том числе туристской. Обеспечение такого взаимодействия позволит укрепить внутренние связи, получать достоверную информацию в короткие сроки, что в свою очередь отразится на эффективном взаимодействии с клиентами.

Библиографический список

1. Дудаева Л. М. Внутрикorporативные коммуникации в системе управления персоналом // Вопросы структуризации экономики. 2006. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrikorporativnyye-kommunikatsii-v-sisteme-upravleniya-personalom> (дата обращения: 18.10.2023).

2. Терентьева Ю.В. Роль коммуникации в системе мотивации персонала // Вестн. Том. гос. ун-та. 2008. №316. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kommunikatsii-v-sisteme-motivatsii-personala> (дата обращения: 18.10.2023).

THE IMPORTANCE OF STAFF COMMUNICATION IN THE TOURISM SECTOR

G.R.Nizamova^a

^aKazan State Federal (Volga Region) University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: gulnazka1999@yandex.ru

Annotation: This article examines the role of staff communication within tourism enterprises. The reasons for which it is necessary to develop and maintain effective internal communication in enterprises are identified. The article also focuses on the peculiarities of interaction between personnel in tourism organizations.

Key words: personnel communication; tourism enterprise; communication; tourism; staff.

УДК 338.48

РЫНОК ГЛЭМПИНГОВ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

К.И. Смирнов^а

^аТверской государственный университет, г. Тверь, Россия

г. Тверь, Россия, e-mail: kirill_smirnov1998@mail.ru

Аннотация: В рамках данной работы проведен анализ рынка глэмпингов Тверской области. Автором составлена карта глэмпингов. Выделены и проанализированы основные показатели, влияющие на привлекательность объектов размещения. Главным результатом работы является выделение классов привлекательности глэмпингов на основании интегрального показателя, отражающего влияние всей совокупности факторов.

Ключевые слова: глэмпинг; туристская привлекательность; сезонность; вместимость.

Слово «глэмпинг (glamping)» образовано в результате соединения двух слов «glamour» и «camping», что в переводе с английского означает «гламурный кемпинг» [2]. Глэмпинг открывает новую нишу на рынке туризма, полного людей, которые наполнены желанием увидеть заветные природные места или просто отдохнуть в красивом месте, не жертвуя комфортом. Развитие интереса к внутреннему туризму и отсутствие туристской инфраструктуры в ключевых природных локациях создают устойчивую основу для развития глэмпинг индустрии в России [3].

По данным Ассоциации глэмпингов России Тверская область входит в топ-10 регионов по количеству глэмпинг объектов [1]. Этому способствует богатое природное разнообразие, множество рек и озер, заповедных зон, а также хорошая транспортная доступность для туристов из Москвы, Московской области, а

также Санкт-Петербурга, которые составляют основу целевой аудитории для Тверского региона.

Считается, что первые глэмпинги в России появились в 2016 году, одним из таких объектов стал «Лес и море» в Калязинском районе – точка отсчета в развитии данного вида туризма Тверской области. На рисунке 1 отображена динамика развития глэмпингов в регионе.

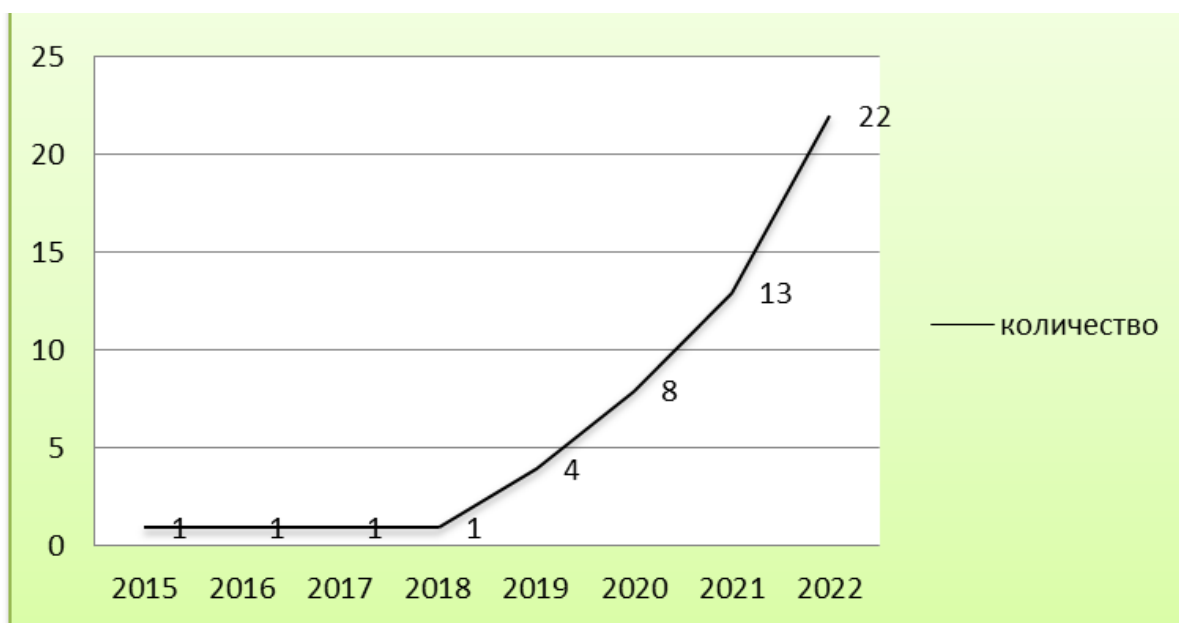


Рис.1. Динамика запуска глэмпингов в Тверской области

Закрытие границ во время пандемии Covid-19 и последующие осложнения в выезде в зарубежные страны положительно повлияли на появление новых глэмпингов. Именно с 2020 года начинается резкое увеличение количества объектов такого типа в удалении от городов.

В Тверской области на начало 2023 года насчитывается 22 функционирующих глэмпинга, которые и стали объектами исследования. На рисунке 2 отображены все объекты такого типа размещения с учетом их сезонности, вместимости и удаленности от Москвы.

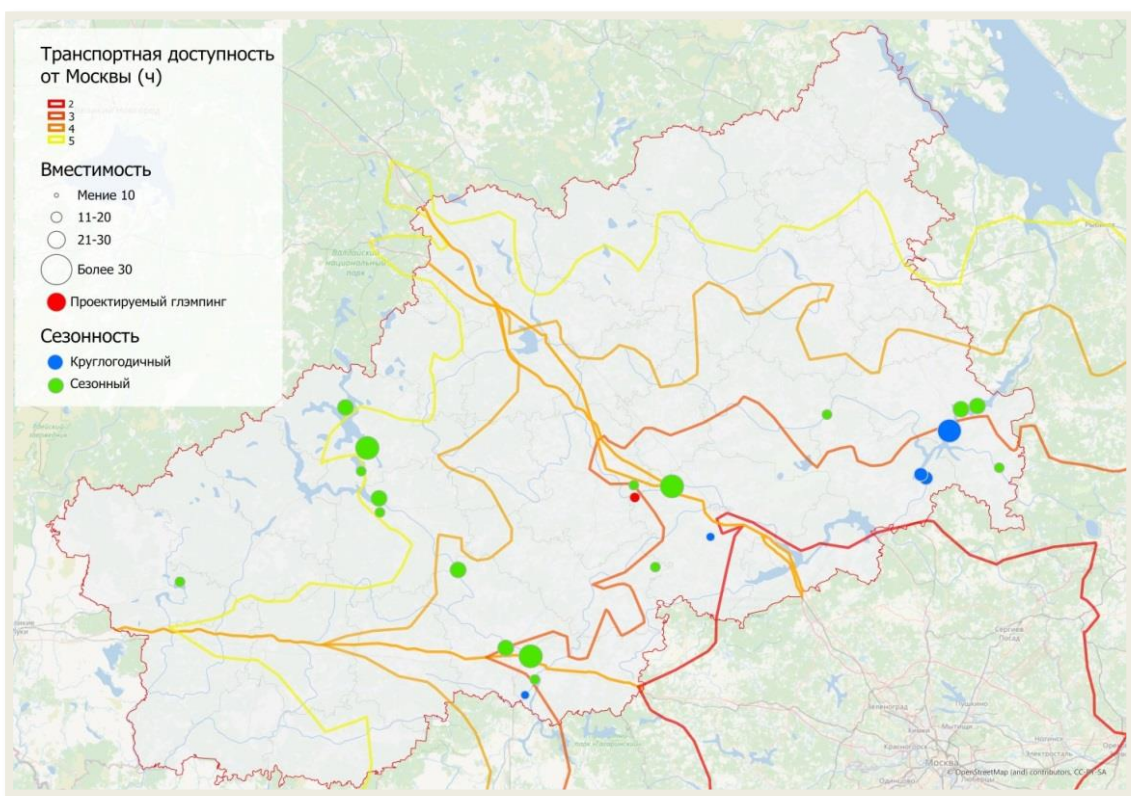


Рис.2. Глэмпинги на территории Тверской области

В размещении глэмпингов по территории области можно выделить одну главную закономерность – почти все средства подобные размещения находятся рядом с водными объектами. В регионе можно выделить 3 основных ареала размещения глэмпингов: на Селигере, в верховьях Волги и на большой Волге в приграничных с Московской областью Кимрском, Калязинском районах. Также существуют глэмпинги на Тверце, Медведице, Осуге, оз. Кудинском и только три глэмпинга, вблизи которых отсутствуют водные объекты.

На данный момент лишь 12 из 36 районов Тверской области представлены данным типом размещения. В первую очередь это связано с транспортной доступностью, большинство объектов расположены на небольшом удалении от Москвы и Московской области, вдоль основных транспортных магистралей.

Поскольку глэмпинг рассматривается многими туристами как вариант размещения в поездке выходного дня (с пятницы по воскресенье), в идеале дорога не должна занимать более 3,5 часов. Данному критерию не соответствуют только 8 из 22 глэмпингов, однако все они располагаются в пределах ранее выделенного ареала «Селигер». Территория вокруг Верхневолжских озер привлекательна для туристов несмотря на значительное удаление от столичных регионов.

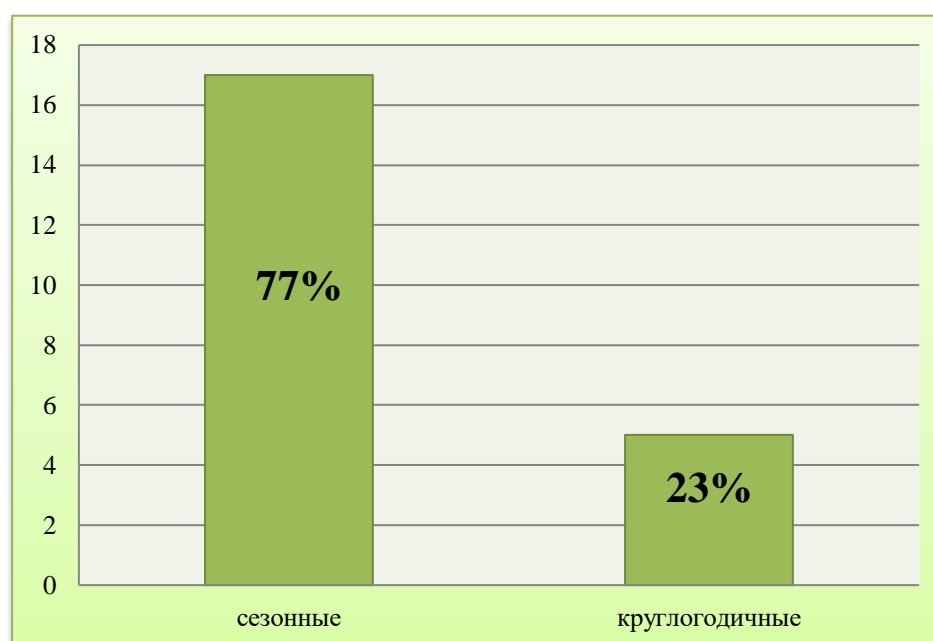


Рис.3. Сезонность функционирования глэмпингов в Тверской области

Несмотря на общероссийскую тенденцию преобладания формата работы глэмпингов в круглогодичном режиме, в Тверской области наблюдается обратная ситуация – лишь 5 объектов из 22 работают круглогодично (рис.3).

На рисунке 4 отображены данные по вариациям жилых номеров. На первом месте по популярности сафари-тенты и белл-тенты, которые совокупно используются в 14 объектах. Следующие по популярности – жилища, относящиеся к категориям «быстровозводимые дома» и «модульные дома».

Также в регионе есть два объекта, использующие в качестве номеров геокупола. Помимо этого, в трех объектах размещения находятся юниты, отнесенные к категории «этно-национальные жилища». Так, в двух глэмпингах установлены типы, а в одном – юрты.

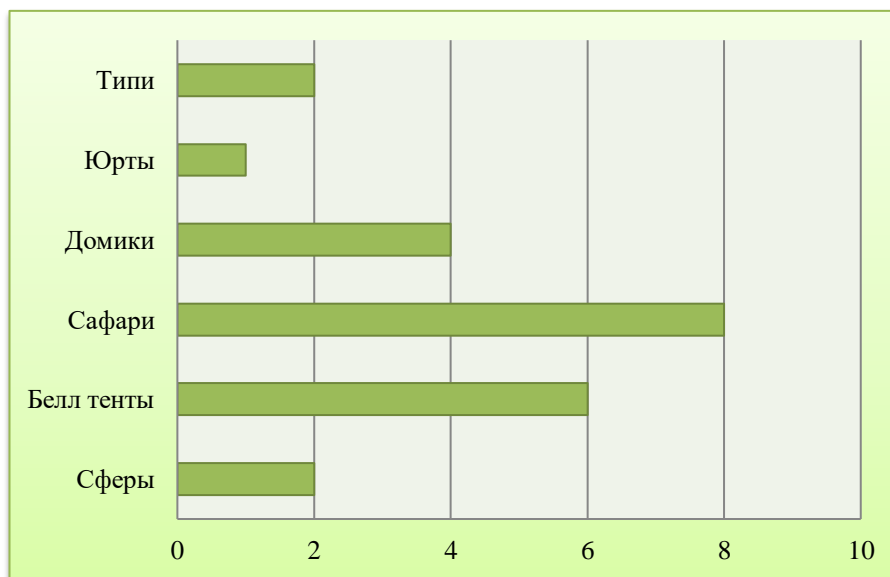


Рис. 4. Используемые в глэмпингах Тверской области типы жилых номеров

Для определения туристской привлекательности глэмпингов был разработан интегральный показатель, включающий в себя ряд характеристик, по которым оценивались глэмпинги: сезонность, наличие водного объекта, дорога от Москвы, средняя оценка на яндекс-картах, наличие коммуникаций, маркетинговая составляющая, питание.

Каждый из 22 глэмпингов Тверской области был оценен по 5 бальной шкале в отдельной категории (где 1 – низший бал, 5 – наивысший), после чего частные результаты суммировались и проводилась интервальная разбивка общей суммы для выделения «классов привлекательности» (где 1 класс – наивысшая оценка). Результаты интегральной оценки представлены в таблице.

Таблица 1

Оценочная структура и классы привлекательности

глэмпинг	Категории оценивания							Класс привлекательности
	сезонность	водный объект	дорога от Москвы	маркетинг	питание	сети	оценка	
Экопарк vazuza river	4	5	4	4	1	1	4	4
Osuga village	5	5	4	4	1	1	1	4
4 стихии	5	3	5	5	1	5	5	2
Noki camp	1	5	4	5	3	1	5	3
Ново-Окатово	5	5	4	5	5	5	5	1
Лес и море. Калязин	1	5	4	5	5	1	5	3
Efimov glamr	1	5	4	5	5	5	5	2
Джунгли	1	5	3	2	1	1	4	5
Стрелка	5	5	4	4	1	5	5	2
Вилли улей	5	5	4	5	5	5	5	1
Глэмпинг Сиг	1	5	2	5	3	5	5	3
Шикша	1	5	1	5	4	1	5	4
Свобода	1	5	2	4	1	5	5	4
Просто огонь	1	5	3	5	1	1	5	4
Удачное кемп	1	5	4	5	4	5	4	2
«Волга-верховье»	1	5	4	4	1	5	4	3
Каменецкие купели	3	5	3	5	1	1	5	3
Greenglamping seliger	1	5	2	4	3	1	4	4
Круче дачи	1	1	2	5	5	5	5	3
Друзья	1	1	4	5	3	5	4	4
На поле круг	1	1	4	5	3	1	5	4
Шалаш	1	5	2	5	1	5	4	4

По результатам исследования можно сделать вывод, что лишь 2 глэмпинга из 22 попали в первый класс привлекательности («Вилли Улей» и «Ново-Окатово»). Оба объекта соответствуют следующим требованиям: дорога из Москвы занимает менее 3,5 часов, глэмпинги функционируют круглогодично и располагаются на большой Волге, в стоимость проживания включено трехразовое питание и дополнительные услуги, на территории объектов есть теплая вода и электричество, а также активно ведутся все социальные сети. Наивысший результат в данном исследовании подтверждает и отличная субъективная оценка непосредственно от гостей глэмпингов на яндекс картах.

Самый низкий показатель привлекательности наблюдается только у глэмпинга «Джунгли», еще 9 объектов имеют четвертый класс привлекательности – все они располагаются далеко от столицы, не предлагают большого спектра дополнительных услуг и ограничивают питание самостоятельной готовкой. Шесть объектов попали в третий класс привлекательности и лишь 4 во второй. В целом полученная интегральная оценка совпадает и субъективной оценкой автора исследования, сложившейся в результате визуальных наблюдений и изучения информации по глэмпингам Тверской области.

Для более глубокого анализа рынка глэмпингов также была рассчитана корреляция класса привлекательности и стоимости суток на двоих в глэмпингах. Данный показатель помогает определить зависимость стоимости размещения и совокупного показателя привлекательности.

Полученный при вычислениях показатель равен $-0,43$. Данное значение коэффициента корреляции Пирсона говорит о наличии обратной связи между классом привлекательности и средней стоимостью суток пребывания. Величина коэффициента корреляции Пирсона показывает, что связь между показателями существует, но слабая. Соответственно, можно сделать вывод, что в большинстве случаев между стоимостью и привлекательностью объекта нет сильной зависимости.

Рынок глэмпингов еще только формируется в Тверской области, каждый следующий год по расчетам Ассоциации глэмпингов России количество объектов такого типа будет только увеличиваться.

Библиографический список

1. Ассоциация глэмпингов России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://glamping-association.ru/>
2. Дедок В.М. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в мировой индустрии гостеприимства // Современные тенденции развития международного туризма в мире и Республике Беларусь в условиях глобализации. Мн.: БСУ, 2018. С. 32-38.
3. Хайретдинова Н.Э, Хайретдинова О.А. Инновационные технологии в туристско-экскурсионной деятельности // Актуальные вопросы современной науки: Сб. науч. статей Междун. науч.-практ. конф. Ч. I. Уфа: Уфимск. гос. ун-т экономики и сервиса, 2016. С. 191–196.

ANALYZING THE REGIONAL GLAMPING MARKET IN TVER

REGION

K.I. Smirnov^a

^aTver State University, Tver, Russia

Tver, Russia, e-mail: kirill_smirnov1998@mail.ru

Annotation: This paper analyzes the glamping market in Tver region. A map of glamping sites was compiled by the author. The main indicators influencing the attractiveness of accommodation facilities were identified and compared. The main result of the work is the allocation of glamping attractiveness classes based on the integral indicator.

Keywords: glamping; tourist attractiveness; seasonality; capacity.

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Б.О.Ташмухамедов^а

^аКазанский государственный федеральный (Приволжский) университет,

г.Казань, Россия, e-mail:bahtiyortashmuhamedov@gmail.com

Аннотация: В данном тесте рассматривается вопрос развития компетентности специалистов сферы туризма. Он подчеркивает ключевые тренды, влияющие на эту область, такие как устойчивый туризм, технологические инновации, персонализация и межкультурная компетенция. Тест также рассматривает роль образовательных учреждений в развитии компетентности и предлагает стратегии для успешной подготовки специалистов в этой отрасли.

Ключевые слова: туризм; компетентность; меры.

Сфера туризма является одной из самых быстроразвивающихся отраслей в современном мире. В условиях растущего туристического спроса и постоянно меняющихся требований, профессионализм и компетентность работников в этой сфере становятся ключевыми факторами успеха.

Данная сфера представляет собой сложную индустрию, которая объединяет различные секторы, такие как гостиничное дело, экскурсионное обслуживание, транспорт и другие. Специалисты в этой сфере должны обладать широким спектром навыков и знаний, чтобы успешно выполнять свои профессиональные обязанности.

Одной из главных компетенций, которой должны обладать специалисты сферы туризма, является знание иностранных языков. В условиях роста

международного туризма, умение свободно общаться на различных языках становится необходимостью для эффективной работы в данной сфере.

Кроме того, специалисты должны обладать высоким уровнем организационных навыков. Они должны быть в состоянии эффективно планировать и координировать различные аспекты туристических программ, включая бронирование гостиниц, заказ транспорта и разработку экскурсионных маршрутов.

Также важной компетенцией является знание культурных особенностей и истории различных стран и регионов. Туристы ожидают получить информацию о достопримечательностях, культуре и традициях мест, которые они посещают, поэтому специалисты должны быть хорошо осведомлены об этих аспектах.

Для развития компетентности специалистов сферы туризма необходимо предпринимать ряд мер, направленных на повышение качества образования и подготовки кадров.

Во-первых, важно создать актуальные и прослеживаемые учебные планы, которые отражают текущие требования и тенденции в индустрии туризма. Внедрение современных методик обучения и использование новых технологий также способствуют повышению компетентности студентов.

Во-вторых, обучение специалистов сферы туризма должно включать практическую составляющую, чтобы студенты имели возможность применять полученные знания и навыки на практике. Различные стажировки и практические занятия в реальных условиях работы помогут специалистам

развить не только теоретическую базу, но и умение работать в реальной сфере туризма.

В-третьих, важно продолжать профессиональное развитие специалистов уже после получения образования. Туризм является динамичной сферой, где постоянно меняются требования и появляются новые тенденции. Участие в семинарах, конференциях и курсах повышения квалификации поможет специалистам быть в курсе последних изменений и развиваться профессионально.

Образовательные учреждения играют важную роль в развитии компетентности специалистов сферы туризма. Они должны обеспечить актуализацию учебных программ, включая изучение современных трендов и инноваций в туризме. Разработка специализированных программ и курсов, адаптированных под современные потребности индустрии, является необходимостью.

Не менее важным является практическая составляющая образования. Включение студентов в реальные проекты и сотрудничество с туристическими компаниями позволяет им получать ценный опыт работы в индустрии еще на этапе обучения.

Кроме того, образовательные учреждения должны активно сотрудничать с представителями индустрии, организовывать мастер-классы, лекции и семинары с опытными специалистами. Это поможет студентам быть в курсе последних тенденций и развития в сфере туризма.

Развитие компетентности специалистов сферы туризма является ключевым фактором для успешного функционирования отрасли. Осознание актуальных трендов, персонализация услуг, использование современных технологий и развитие межкультурной компетенции — все это является необходимыми компонентами для создания высококачественного туристического продукта.

Библиографический список

1. Войтенко М.В. Подготовка студента - будущего специалиста по туризму к проектированию роста в профессии // Теория, практика и перспективы развития современного сервиса : материалы III Межвуз. науч.- практ. конф. мол. ученых и студентов. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2008.
2. Петрова Т.В., Гусева Ж.В. Профессиональные компетенции специалистов сферы гостеприимства // Интернетжурнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №3 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/134EVN315.pdf> (доступ свободный).
3. Чернобровина А.Н. Социально-психологические особенности будущих специалистов туристского сервиса / Вестник СаГА. Серия «Психология» 2008 №1 . - С. 58-69

DEVELOPMENT OF COMPETENCE OF TOURISM SPECIALISTS

B.O.Tashmukhamedov^a

^aKazan State Federal (Volga Region) University,

Kazan, Russia, e-mail: bahtiyortashmuhamedov@gmail.com

Annotation: This test examines the issue of developing the competence of specialists in the field of tourism. He highlights the key trends affecting this area, such as sustainable tourism, technological innovation, personalization and intercultural competence. The test also examines the role of educational institutions in the development of competence and suggests strategies for successful training of specialists in this industry.

Keywords: tourism; competence; measures.

ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Н.Р. Урозохунова^а, С.А. Шабалина^б

*^а Казанский государственный федеральный (Приволжский) университет,
г.Казань*

*^б Казанский государственный федеральный (Приволжский) университет,
г.Казань*

Казань, Россия, e-mail: nazosh1312@mail.ru

Аннотация: в рамках статьи рассматривается российская и зарубежная практика использования программ лояльности в сфере туризма. Отмечается, что программы лояльности разрабатываются правительствами стран с целью повышения туристической привлекательности территории, так же часто применяются предприятиями туризма с целью удержания клиентов. Зарубежные практики применения программ лояльности в туризме могут быть использованы в деятельности российских предприятий и разработке государственных программ поддержки отрасли. Автором приводятся примеры возможной интеграции зарубежной практики в российскую.

Ключевые слова: туризм, программы лояльности, турист, скидки, льготы, бонусы, поддержка, туристический поток

Индустрия туризма является обширной и динамичной сферой, охватывающей различные аспекты связанные с путешествиями и отдыхом. Индустрия туризма согласно UNWTO в 2022 году произошло снижение туристической активности мирового населения на 34% по сравнению с

допандемийного 2019 года. Общее количество туристов составила 963 млн.чел., а средний доход от туризма на душу населения составил \$1051 [3]. В тоже время России по оценкам BusinesStat, за 2018-2022 гг. численность туристов увеличилась на 8%: с 62,8 до 67,8 млн чел.[1]. Снижение туристической активности в мировом масштабе, как отмечено в 2022 году, может стать стимулом для стран и компаний в сфере туризма разрабатывать и внедрять программы лояльности, чтобы привлечь больше туристов и удерживать существующих.

Рассмотрим практический российский и зарубежный опыт создания программ лояльности в сфере туризма.

Примером российской программы лояльности в сфере туризма можно назвать программу «China Friendly» («Дружественный Китаю») — это программа, призванная создать комфортную среду пребывания для китайских туристов, и направленная на продвижение российского турпродукта на международном рынке, содействие привлечению клиентов и увеличению доходов турбизнеса. В программе предусмотрены следующие лояльные условия для китайских туристов - безвизовый въезд для групп от 5 до 50 человек на 15 дней [2].

Европейские страны, такие как Франция, Италия, Германия и др., часто предлагают общие программы лояльности, покрывающие несколько стран. Например, системы лояльности воздушных перевозчиков или гостиничных сетей, распространенные по всей Европе.

В Венеции действует программа «Venezia Unica», по данной программе туристу предоставляется карточка, которая дает доступ к общественному транспорту, музеям и другим достопримечательностям города [5].

Примером также может служить программа лояльности «Visit USA» в Соединенных Штатах. «Visit USA» - некоммерческая, добровольная отраслевая организация, которая продвигает путешествия в Соединенные Штаты. Организация финансируется представителями австралийской туристической индустрии и ассоциированными членами в Соединенных Штатах. Программа предлагает бонусы, скидки и специальные предложения для туристов, посещающих различные регионы США [6].

Также существует бразильская программа «Amigo do Turista», направленная на улучшение процессов обслуживания туристов. Программа включает в себя обучение персонала туристических и гостиничных предприятий, предоставление информации на нескольких языках, бонусы для участников и различные скидки.

Рассмотренные программы направлены на повышение комфорта и удовлетворенности туристов, создание привлекательных условий для повторных посещений и стимулирование потребления туристских услуг.

Помимо масштабных программ лояльности, направленных на повышение привлекательности страны, туристическими компаниями также применяются мотивирующие стимулы для туристов. Связано это с тем, что на современном этапе развития туризма в условиях возрастающей конкуренции туристические организации вынуждены разрабатывать гибкие рыночные стратегии, использовать различные методы управления предпочтениями потребителей.

Многие компании используют бонусные программы для постоянных туристов. К примеру туристический оператор ООО «Пегас Туристик» внедрила накопительные карты для постоянных туристов, согласно которой турист может получить бонусные баллы (1 балл=1рубель) и в последующем получать дополнительную скидку не более, чем на 30% от стоимости договора. В день рождения туриста на карту зачисляется 1000 бонусных баллов, которыми можно воспользоваться в течение 60 дней с момента зачисления [4].

Другим примером является программа лояльности ООО «Тез Тур». Компания работает с картой «Халва», благодаря которой турист может накапливать бонусы на оплату своих последующих туристических путешествий. По условиям программы также клиент может оформлять поездки в рассрочку. При стоимости тура до 20 000 рублей - срок рассрочки 2 месяца. При стоимости тура свыше 20 000 рублей - срок рассрочки 5 месяцев [7].

Среди зарубежных примеров стоит отметить китайскую программу China Eastern Airlines. Программа авиакомпании для часто летающих пассажиров предоставляет различные награды для туристов. China Eastern Airlines предлагает хорошие тарифы на обмен на внутренние рейсы в Китае: от 6 000 баллов в одну сторону и 12 000 баллов туда и обратно. В целом, использование баллов China Eastern Airlines для рейсов на короткие расстояния - лучший вариант [8].

Таким образом, программы лояльности используются как правительствами стран, так и предприятиями. Если целью первых является увеличение

туристической активности и притока иностранных туристов в страну, то вторые нацелены на удержание и развитие долгосрочных отношений с клиентами.

По нашему мнению, для повышения туристической привлекательности России можно использовать примеры зарубежных стран в части создания «Карточки туриста», позволяющей получать доступ к общественному транспорту, музеям и другим достопримечательностям крупнейших городов России (к примеру: Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Тюмени и др. городов). Помимо этого, в России может использоваться практика США. Можно организовать некоммерческую добровольную организацию, основной целью которой будет содействие туристам в получении различных льгот, скидок и бонусов на территории России.

Библиографический список

1. Анализ развития туризма в России BusinesStat [Электронный источник] Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/14146/?ysclid=lpeer516rw758226043> (дата обращения: 25.11.2023)
2. Асланова Д.М. Программа «China friendly» как важный инструмент развития предприятий туризма // Экономика и социум. 2020. №9 (76). С. 122-127.
3. Обнародован отчет UNWTO о мировом туризме за 2022 год [Электронный источник] Режим доступа: <https://www.tourexpi.com/ru-intl/news/unwto-2022-189865.html> (дата обращения: 25.11.2023)
4. Накопительные карты ООО «Пегас Туристик» [Электронный источник] Режим доступа: <https://new.pegas-retail.ru/bonusnye-karty/> (дата обращения: 25.11.2023)
5. Официальный сайт «Venezia Unica» [Электронный источник] Режим доступа: <https://www.veneziaunica.it/> (дата обращения: 25.11.2023)
6. Официальный сайт «Visit USA» [Электронный источник] Режим доступа: <https://visitusa.org.au/become-a-member/> (дата обращения: 25.11.2023)

7. Программы лояльности ООО «Тез Тур» - Халва [Электронный источник] Режим доступа: <https://www.tez-tour.com/buyOnline.html?catId=268&subCatId=258&ysclid=lpj7godwcf884318153> (дата обращения: 25.11.2023)

8. Программа Eastern Miles China Eastern Airlines [Электронный источник] Режим доступа: <https://www.rewardexpert.com/blog/china-eastern-airlines-eastern-miles-program-review/> (дата обращения: 25.11.2023)

LOYALTY PROGRAM IN TOURISM FOREIGN AND RUSSIAN EXPERIENCE

N.R. Urozokhunova^a, S.A. Shabaldina^b

^a Kazan State Federal (Volga Region) University, Kazan

^b Kazan State Federal (Volga Region) University, Kazan

Kazan, Russia, e-mail: nazosh1312@mail.ru

Annotation: the article examines the Russian and foreign practice of using loyalty programs in the field of tourism. It is noted that loyalty programs are developed by the governments of countries in order to increase the tourist attractiveness of the territory, and are also often used by tourism enterprises in order to retain customers. Foreign practices of applying loyalty programs in tourism can be used in the activities of Russian enterprises and the development of state programs to support the industry. The author gives examples of possible integration of foreign practice into Russian.

Keywords: tourism, loyalty programs, tourist, discounts, benefits, bonuses, support, tourist flow